

## **Филология, иностранные языки и медиакоммуникации**

Материалы симпозиума в рамках XVIII (L)  
Международной научной конференции  
студентов, аспирантов и молодых ученых  
«Образование, наука, инновации:  
вклад молодых исследователей»,  
приуроченной к 50-летию Кемеровского  
государственного университета

Выпуск 24



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования

«КЕМЕРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (КемГУ)

## **ФИЛОЛОГИЯ, ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ И МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**

Материалы симпозиума в рамках  
XVIII (L) Международной научной конференции  
студентов, аспирантов и молодых ученых  
«Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей»,  
приуроченной к 50-летию Кемеровского государственного университета

Выпуск 24

*Сборник научных статей*

Издатель:  
Кемеровский государственный университет

© Авторы опубликованных  
статей, 2023

© Кемеровский государственный университет, 2023  
ISBN 978-5-8353-3045-4

Об издании – [1](#), [2](#), [3](#)

Кемерово  
2023

ББК Ш.я431+4612я431  
УДК 80+811+070(063)  
Ф54

*Печатается по решению редакционно-издательского совета  
Кемеровского государственного университета*

Редакционная коллегия:

Просеков А. Ю. – ректор КемГУ, председатель  
Жидкова Е. А. – проректор по научно-инновационной работе КемГУ  
Боровикова А. П. – начальник НИУ КемГУ  
Ким Л. Г. – директор ИФИЯМ КемГУ

Ф54 Филология, иностранные языки и медиакоммуникации: материалы симпозиума XVIII (L) Международной научно-практической конференции «Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей», приуроченной к 50-летию Кемеровского государственного университета [Электронный ресурс] / науч.ред. Е. В. Новгородова; Кемеровский государственный университет. – Электрон. дан. (объем 3,9 Мб). – Кемерово: КемГУ, 2023. – Вып. 24. – 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 978-5-8353-3045-4

*Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.*

В сборнике представлены труды студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых по результатам научно-исследовательских работ. Работы посвящены актуальным вопросам в области филологии, иностранных языков и медиакоммуникаций. Материалы сборника представляют интерес для научных и научно-технических работников, преподавателей, аспирантов, студентов вузов, а также учащихся средних учебных заведений.

ISBN 978-5-8353-3045-4

ББК Ш.я431+4612я431  
УДК 80+811+070(063)

© Авторы научных статей, 2023  
© Кемеровский государственный университет», 2023

## Текстовое электронное издание

### **Минимальные системные требования:**

**Компьютер:** Intel Pentium (или аналогичный процессор других производителей), 1,2 ГГц; ОЗУ 512 Мб; 5 Мб свободного дискового пространства; видеокарта SVGA, 1280x1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM

**Операционная система:** Windows XP и выше

**Программное обеспечение:** Adobe Reader

© Авторы опубликованных статей, 2023

© Кемеровский государственный университет, 2023

## Оглавление

### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОММУНИКАТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ..... 15**

РЕАЛИЗАЦИЯ ЦЕНТРОБЕЖНЫХ И ЦЕНТРОСТРЕМИТЕЛЬНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯХ <i>Азарова А. И.</i> .....	15
АВТОРОВЕДЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА КАК МЕТОДИКА ВЫЯВЛЕНИЯ ПРОТИВОПРАВНЫХ ДЕЯНИЙ ЭКСТРЕМИСТСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ <i>Латина А. В.</i> .....	19
«СЛОВАРЬ СОБЫТИЙНЫХ КОНЦЕПТОВ КУЗБАССА» КАК ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЁННОСТИ <i>Мартынов А. В.</i> .....	23
ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ РАССМОТРЕНИЯ ЭКСПЛИЦИТНЫХ И ИМПЛИЦИТНЫХ СМЫСЛОВ В ТВИТАХ И ЛОНА МАСКА <i>Новиков К. Е.</i> .....	26
СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО ВОВЛЕЧЕНИЯ БЛОГЕРОВ РАЗНЫХ ЛИНГВОКУЛЬТУР <i>Самсонова К. А.</i> .....	30
ОТРАЖЕНИЕ ЧЕРТ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ НА ГРАММАТИЧЕСКОМ УРОВНЕ ЯЗЫКА (НА МАТЕРИАЛЕ АРМЕЙСКОГО ПИСЬМА) <i>Славинская Е. С.</i> .....	33
ГОЛОСОВОЕ СООБЩЕНИЕ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ТЕМПЕРАМЕНТА АВТОРА <i>Степаненко А. С.</i> .....	36
ЛИНГВОСИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТА НОВОСТИ И ЕЁ ОБСУЖДЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ <i>Сушкина М. А.</i> .....	39
СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ОПИСАНИЕ РЕЧЕВЫХ ПОРТРЕТОВ БЛОГЕРОВ <i>Таловская А. А.</i> .....	43
ОБУЧЕНИЕ НАВЫКАМ ОРАТОРСКОГО МАСТЕРСТВА СТУДЕНТОВ НЕФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ВУЗОВ <i>Устинова Е. А.</i> .....	46
ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕЛОВОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ <i>Фатьянова А. К.</i> .....	50

### **КОГНИТИВНО-ДИСКУРСИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКА..... 53**

СТРАТЕГИЯ ПРОТИВОПОСТАВЛЕНИЯ И ЕЁ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ МЕДИАОБРАЗА ПРЕЗИДЕНТА США ДЖ. БАЙДЕНА <i>Абрамова А. А.</i> .....	53
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОРФОГРАФИИ В ПРЕПОДАВАНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО <i>Бахридин М.</i> .....	56

ОБЫДЕННАЯ СЕМАНТИЗАЦИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИКИ ИЗ ЯЗЫКА ГЕЙМЕРОВ <i>Бультрикова П. И.</i> .....	59
СПЕЦИФИКА ОСВОЕНИЯ РУССКОЙ ЛЕКСИКИ ИНОСТРАННЫМИ СТУДЕНТАМИ <i>Макарова П. Д., Просекова И. А.</i> .....	61
ОЦЕНОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ КАК СПОСОБ ДИСКРЕДИТАЦИИ ВАКЦИНЫ ОТ COVID-19 (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЕВ) <i>Морозова В. И.</i> .....	64
СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА РОССИИ И КНР: ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ <i>Никифорова Е. В.</i> .....	68
МНОЖЕСТВЕННАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ МОДУСНЫХ СМЫСЛОВ.....	72
КАК РЕАЛИЗАЦИЯ КОНФЛИКТОГЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА .....	72
ИНТЕРПРЕТИРУЕМОГО ТЕКСТА <i>Петрова В. С.</i> .....	72
ТИПОЛОГИЯ ЯЗЫКОВЫХ ЛИЧНОСТЕЙ ШКОЛЬНИКОВ <i>Салимова Д. М.</i> .....	75
ФИЛОЛОГИЯ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ (СОЦИОПЕДАГОГИЧЕСКИЙ И СОЦИОФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИТУАЦИИ В КЛАССИЧЕСКИХ УНИВЕРСИТЕТАХ РОССИИ) <i>Самков М.О.</i> .....	78
ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ МАРКЕРЫ В ДИСКУРСЕ СТЕНД-АП <i>Трасковская Д. А.</i> .....	82
УГРОЗА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ КАК СРЕДСТВО РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ <i>Халтурина Д. С.</i> .....	85
СТРАТЕГИЯ РАЦИОНАЛИЗАЦИИ В ПОЛИТИКО-ПРАВОВОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ СБОРНИКА «НОВАЯ (НЕ) ЛЕГИТИМНОСТЬ») <i>Шиллер С. В.</i> .....	87
<b>ПОЭТИКА РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....</b>	<b>92</b>
ИДИЛЛИЧЕСКИЙ ХРОНОТОП В РОМАНЕ К. ПАУСТОВСКОГО «РОМАНТИКИ» <i>Бельский М. И.</i> .....	92
СВОЕОБРАЗИЕ ХРОНОТОПА В РОМАНТИЧЕСКОЙ ПОВЕСТИ В. К. КЮХЕЛЬБЕКЕРА «АДО» <i>Гофштейн О. Г.</i> .....	95
К ВОПРОСУ О ПРОСТРАНСТВЕ РОМАНА Э. БРОНТЕ.....	97
«ГРОЗОВОЙ ПЕРЕВАЛ» <i>Деева А. В.</i> .....	97
ТРАДИЦИЯ ИЗОБРАЖЕНИЯ ГЕРОИЧЕСКОГО В ТВОРЧЕСТВЕ Н. С. ГУМИЛЕВА И Э. Г. БАГРИЦКОГО <i>Кушнарёва П. И.</i> .....	102

ЛИТЕРАТУРНЫЙ КОД РОМАНА Л. Н. ТОЛСТОГО «АННА КАРЕНИНА» В ОБРАЗАХ ПЕРСОНАЖЕЙ «МУЗЕЯ НЕВИННОСТИ» О. ПАМУКА <i>Ларионова Е. Е.</i> .....	105
МИФОПОЭТИЧЕСКИЙ ОБРАЗ НИКОЛАЯ ГУМИЛЕВА В РОМАНЕ М. УСПЕНСКОГО И А. ЛАЗАРЧУКА «ПОСМОТРИ В ГЛАЗА ЧУДОВИЩ»: ПРИЕМЫ СОЗДАНИЯ <i>Леонов Д. Д.</i> .....	109
ОБРАЗ ДЕТСТВА И ДЕТСКОСТИ В РОМАНЕ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО «УНИЖЕННЫЕ И ОСКОРБЛЁННЫЕ» <i>Молокова К. И.</i> .....	112
МИФОПОЭТИКА ОБРАЗА ХОЗЯЙКИ МЕДНОЙ ГОРЫ В СКАЗАХ П. БАЖОВА <i>Романова А. А.</i> .....	115
ВОПЛОЩЕНИЕ ОБРАЗА СВЯТОЙ ДЕВЫ В СТИХОТВОРЕНИЯХ А. А. ГРИГОРЬЕВА <i>Семенникова К. И.</i> .....	117
ХАРАКТЕРИСТИКА И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ТИПА ГЕРОЯ-ДЕТЕКТИВА В ПОВЕСТИ А.П. ЧЕХОВА "ДРАМА НА ОХОТЕ" <i>Швайко С. В.</i> .....	120
ТИПОЛОГИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ АЛЬБОМОВ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ РЭП-МУЗЫКЕ 2000-2020-Х ГОДОВ <i>Шван В. А., Поселенова Е. Ю.</i> .....	123
<b>ПЕРЕВОД И ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>126</b>
ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА «СЛОВА О ПОЛКУ ИГОРЕВЕ» С ДРЕВНЕРУССКОГО НА СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК <i>Ануфриева С. А., Шакирзянова Э. Р.</i> .....	126
СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ РЕАЛИЙ В ПЕРЕВОДАХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ В ЖАНРЕ ФЭНТЕЗИ <i>Гордицкая Я. В.</i> .....	128
ПРИЕМЫ ПЕРЕВОДА КАТЕГОРИИ ГРАММАТИЧЕСКОГО РОДА В КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГРАХ: ДИАХРОНИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРИАЛЕ ВИДЕОИГР СТУДИИ “FROM SOFTWARE”) <i>Гуменюк В. В.</i> .....	131
ЛОКАЛИЗАЦИЯ РОЛЕВЫХ ВИДЕОИГР: ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД <i>Жданова В. А.</i> .....	135
СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ЭВФЕМИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ <i>Каруковец Н. С.</i> .....	137
МЕТОДЫ РАБОТЫ ПЕРЕВОДЧИКОВ-ЛОКАЛИЗАТОРОВ <i>Комарова А. А.</i> .....	140
РАЗВИТИЕ СИСТЕМ МАШИННОГО ПЕРЕВОДА И ПОСТРЕДАКТИРОВАНИЯ <i>Присакарь К. И.</i> .....	143

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ «СЛАВЯНСКИХ РЕАЛИЙ» В РОМАНЕ Л.БАРДУГО «SHADOW AND BONE», ЭКРАНИЗАЦИИ И ПЕРЕВОДАХ Щербакова П. С. ....	147
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА МАГИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНОВ ДЖ. ХАРРИС) Юдина А. А. ....	150
СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА СЛОВ-РЕАЛИЙ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ЖАНРА ПУТЕВОДИТЕЛЯ) Якушенко А. С. ....	153
<b>ВОСТОЧНЫЕ ЯЗЫКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИЗУЧЕНИЯ .....</b>	<b>156</b>
ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ КИТАЙСКИХ ФИЛЬМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК Аникеевко Е. А. ....	156
СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА РУССКИХ СЛОВ-РЕАЛИЙ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ) Ахременко Е. Ю. ....	161
<b>СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МЕТАКОММУНИКАТИВНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ВИДЕОЗАПИСЕЙ ТОК-ШОУ) Басалаева П. А. ....</b>	<b>165</b>
ПРОПОЗИЦИОНАЛЬНО-ФРЕЙМОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ КОНЦЕПТОВ «СУП» И «ЛАПША» В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ (НА ОСНОВЕ ЭКСПЕРИМЕНТА) Воробьева К. В. ....	169
ЗООМОРФНЫЙ КОД КУЛЬТУРЫ В КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ.....	172
МИФОЛОГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ СКАЗОК) Ворошилова З. Ю. ....	172
ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ О ЛЮБВИ И ОТНОШЕНИЯХ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ Гордеева А. С. ....	174
СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ КИТАЙСКИХ КНИГ НА РУССКИЙ ЯЗЫК Гордеева С. О. ....	178
ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТОМ «БОГ» В РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ Казанцева Е. Е. ....	181
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РУССКОЙ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ .....	183
В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ САЙТОВ) Калыгина А. Д.	183
ОБРАЗ РЕБЕНКА В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ КОРЕЙСКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ) Ким Дасыль .....	186

РОЛЬ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ О ЧУВСТВАХ И ЭМОЦИЯХ В ОТРАЖЕНИИ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ КОРЕЙСКИХ И КИТАЙСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ) <i>Ким Хёнчжу</i> .....	190
ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТОМ ВРЕМЕНА ГОДА В КИТАЙСКОМ, АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ <i>Козлова Е. С.</i> .....	194
СПЕЦИФИКА ФРЕЙМОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ФРАЗЕОЛОГОГИЗМОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ СОЦИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА В ОБЩЕСТВЕ, В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ <i>Кочетова С. Е.</i> .....	197
ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ С .....	200
КОМПОНЕНТАМИ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ <i>Красильникова Л. К.</i> .....	200
АНТРОПОМОРФНЫЙ КОД РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ МИФОЛОГИИ.....	203
(НА МАТЕРИАЛЕ СКАЗОК) <i>Лебедева Е. А.</i> .....	203
СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ МУЛЬТФИЛЬМА С СУБТИТРАМИ) <i>Ляуш С. Д.</i> .....	206
ОТНОШЕНИЕ ДЕТЕЙ К ИГРОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ АНКЕТИРОВАНИЯ) <i>Павлова К. М.</i> .....	208
СЕМАНТИКА ЦВЕТОВ В РУССКОМ, КИТАЙСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ НА МАТЕРИАЛЕ СВОБОДНОГО АССОЦИАТИВНОГ ЭКСПЕРИМЕНТА <i>Пепелова Л. Ф.</i> ....	211
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СУПЕРФРЕЙМА «ПРИПРАВЫ» В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ <i>Плешкова В. О.</i> .....	214
СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ «ВНУТРЕННЕГО БАГАЖА» ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР НА МАТЕРИАЛЕ ПЕЙОРАТИВНОЙ ЛЕКСИКИ <i>Покасова А. С.</i> .....	218
РЕЧЕВОЙ ЖАНР ПОХВАЛА В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ <i>Торик А. А.</i> .....	221
НЕОЛОГИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА В ИНТЕРНЕТ-СФЕРЕ <i>Федосеев М. И.</i> .....	225
ЭТИКЕТНЫЕ СОБЫТИЯ КАК ЯВЛЕНИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУР НА МАТЕРИАЛЕ (РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР) <i>Чудинов А. В.</i> .....	228
ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ О РАБОТЕ И ТРУДЕ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ <i>Шошина Д. Д.</i> .....	230

СПЕЦИФИКА КИНО/ВИДЕОПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ НА РУССКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ) Юминова Д. Е. 233

**ДИСКУРСИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКА.....237**

СИСТЕМЫ ЦЕННОСТЕЙ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ Гутова А. А. ....	237
РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ЯЗЫКОВОГО ДОВЕРИЯ В ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯХ Зобнина А. С. ....	240
ПРИЕМЫ РЕЧЕВОГО ВОВЛЕЧЕНИЯ В МИКРОБЛОГАХ НА РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И КИТАЙКОМ ЯЗЫКЕ Ивлева П. М. ....	243
ДИСКУРСИВНЫЕ МАРКЕРЫ НЕДОСТОВЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ Кокарева К. Н. ....	246
АДАПТАЦИЯ ТЕКСТОВ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ХАРАКТЕРА: СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И УДЕРЖАНИЯ ВНИМАНИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ) Котельникова А. К. ....	250
ОБЫДЕННЫЙ И ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСКУРС В ПРАВОВОЙ ИНТЕРНЕТ- КОММУНИКАЦИИ (МОДУС И ДИКТУМ) Макарова Д. А. ....	254
РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ БРИТАНСКОГО МОНАРХА Мнелян Т. А. ....	258
АРХИТЕКТУРАЛЬНОСТЬ В РОМАНЕ СТИВЕНА КИНГА «БИЛЛИ САММЕРС» Пендюрова К. В. ....	262
ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПАЖА "РОБИН ГУД" В КИНОДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ СЕРИАЛА «MONEY HEIST») Скосырская П. Э. ....	265
ГЕНЕРАЛИЗАЦИЯ КАК ТИП СЕМАНТИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ ОБЩЕСТВЕННО- ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ Солопова А. А. ....	269
РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В ПРЕДВЫБОРНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ 2021 Г.) Тюликова Д. Е. ....	272
МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ПРИЕМЫ ВЕРБАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ В РУССКОЯЗЫЧНОМ И АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ В. СОЛОВЬЕВА И Г. БЭКА) Тюшина В. В. ....	276
КАРТА СТАЦИОНАРНОГО БОЛЬНОГО: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ Урбан Ч. П. ....	279
ФЕНОМЕН «DOUBLESPEAK» В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ Хвостикова А. С. ....	284

## **ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА (ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ).....288**

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АВТОРСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЖЕНСКИХ ОБРАЗОВ  
(НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА ГИЛЛИАН ФЛИНН «ИСЧЕЗНУВШАЯ» “GONE GIRL”)  
*Аношина Е. С.* .....288

КРОССКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ ФЕНОМЕНА «АМЕРИКАНСКОЙ МЕЧТЫ» В  
ПРОИЗВЕДЕНИИ ПИСАТЕЛЯ-ИММИГРАНТА *Астраханцева А. И.* .....292

СЮЖЕТНО-ОБРАЗНЫЕ МАРКЕРЫ АВТОИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ В  
ПРОИЗВЕДЕНИЯХ СТИВЕНА КИНГА *Калашников М. Г.* .....295

РЕАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИИ КОМИЧЕСКОГО В РЕЧЕВОМ ПОВЕДЕНИИ  
ПЕРСОНАЖЕЙ РОМАНА Л. М. МОНТГОМЕРИ “ANNE OF GREEN GABLES” *Лугодина  
М. А.* .....299

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОЕ ВКЛЮЧЕНИЕ КАК ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ОСОБЕННОСТЬ  
РОМАНА ДЖОНА ФАУЛЗА «КОЛЛЕКЦИОНЕР» *Нагорная М. В.* .....302

ОБРАЗ ЯЗЫКА НАИВНОГО ГЕРОЯ В ПОВЕСТИ М. БУЛГАКОВА «СОБАЧЬЕ СЕРДЦЕ»  
*Суслина С. С.* .....306

ВЛИЯНИЕ КРЕОЛИЗАЦИИ НА ВОСПРИЯТИЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ НА  
ПРИМЕРЕ ГРАФИЧЕСКИХ РОМАНОВ КРИСА УЭРА *Хиялов Т. Р.* .....310

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ТЕКСТЫ В РОМАНЕ ТОМАСА ГАРДИ «ТЭСС ИЗ РОДА  
Д’ЭРБЕРВИЛЛЕЙ» *Шамовская О. В.* .....313

## **КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКОВЫХ ЕДИНИЦ .....317**

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ДОМИНАНТЫ КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР  
(НА ОСНОВЕ СОВРЕМЕННЫХ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ) *Агибалова Д. М.* .....317

СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ  
С СЕМАНТИКОЙ «ПРЕСТУПЛЕНИЕ – НАКАЗАНИЕ» В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ  
ЯЗЫКАХ *Губер Н. В.* .....320

ПРИЕМЫ РЕЧЕВОГО ВОВЛЕЧЕНИЯ В МИКРОБЛОГАХ НА РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ  
И КИТАЙКОМ ЯЗЫКЕ *Ивлева П. М.* .....323

О ПОЛОЖЕНИИ И ПОТЕНЦИАЛЕ РАЗВИТИЯ КРЕОЛИЗОВАННЫХ ИНТЕРНЕТ-  
МЕМОВ В КОММУНИКАТИВНОЙ ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ *Коршунова Э. Д.* .....326

ПОСЛОВИЦЫ КОРОНАВИРУСНОЙ ТЕМАТИКИ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ <i>Кызыласова Ю. В.</i> .....	328
ПРАГМАТИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА И СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДИМИНУТИВОВ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ ЛИЧНЫХ БЛОГОВ) <i>Левичева Е. В.</i> .....	331
СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЗАИМСТВОВАННОЙ ЛЕКСИКИ <i>Масленникова Д. Н.</i> .....	334
СВОЕОБРАЗИЕ РЕКЛАМЫ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ В АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ <i>Опрыск Я. А.</i> .....	337
КОНЦЕПТЫ ВРЕМЕН ГОДА (ЗИМА И ЛЕТО) В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ <i>Прекина Д. Е.</i> .....	339
РЕЧЕВОЕ ВОВЛЕЧЕНИЕ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ НА РУССКОМ, КИТАЙСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ИГРОВЫХ И ТРЭВЕЛ- БЛОГОВ) <i>Рынзина Е. Е.</i> .....	342
ФЕНОМЕН ОМОГРАФИИ В В РУССКОЙ ЛИНГВИСТИКЕ: ЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОПРЕДЕЛЕНИЙ <i>Сабирова М. М.</i> .....	345
СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО МОЛОДЕЖНОГО БРИТАНСКОГО СЛЕНГА НА МАТЕРИАЛЕ СЕРИАЛА «SEX EDUCATION» <i>Сухарева А. В.</i> .....	349
<b>АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЖУРНАЛИСТИКИ.....</b>	<b>354</b>
КНИЖНАЯ МИНИ-РЕЦЕНЗИЯ: АДАПТАЦИЯ К СОЦИАЛЬНОЙ МЕДИАПЛАТФОРМЕ (НА ПРИМЕРЕ АВТОРСКОГО БЛОГА @ВВООК.ВВОХ) <i>Анисимова М. Е.</i> .....	354
ОТРАЖЕНИЕ ГРАЖДАНСКОЙ ПОЗИЦИИ ЖУРНАЛИСТА В АВТОРСКОМ МЕДИАПРОЕКТЕ «СКАЖИ ГОРДЕЕВОЙ» <i>Бодянская А. С.</i> .....	357
БАРЬЕРЫ КОММУНИКАЦИИ В ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ АВТОРСКОГО МЕДИАПРОЕКТА «ПОСТУПИЛИ ПРАВИЛЬНО») <i>Водзинская В. В.</i> .....	361
РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В БРЕНДИНГЕ ВИДЕОИГР (НА ПРИМЕРЕ DEVOLVER DIGITAL) <i>Красавин И. С.</i> .....	364
РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В БРЕНДИНГЕ ВИДЕОИГР (НА ПРИМЕРЕ DEVOLVER DIGITAL) <i>Красавин И. С.</i> .....	367
ТЕХНОЛОГИЯ ИНТЕРВЬЮ В СЕТЕВЫХ ПРОЕКТАХ (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «ОСТОРОЖНО: СОБЧАК!») <i>Новикова А. Б.</i> .....	375

ОБРАЗ ЯПОНИИ В РОССИЙСКИХ ТРЭВЕЛ-ШОУ (НА МАТЕРИАЛЕ ШОУ «ПОРА ВАЛИТЬ») <i>Табашнева К. В., Поселенова Е. Ю.</i> .....	378
АНАЛИЗ АРГУМЕНТАТИВНОЙ МОДЕЛИ СТАНИСЛАВА ДРОБЫШЕВСКОГО (НА ПРИМЕРЕ ВЫПУСКА «“НАУКА ПРОТИВ”: СТАНИСЛАВ ДРОБЫШЕВСКИЙ ПРОТИВ КРЕАЦИОНИЗМА») <i>Яровенко В. В.</i> .....	382
<b>АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ ФИЛОЛОГИИ (СЕКЦИЯ МАГИСТРАНТОВ, АСПИРАНТОВ, ДОКТОРАНТОВ) .....</b>	<b>386</b>
К ВОПРОСУ О СЕМАНТИКЕ БИОНИМОВ В РАЗНОСТРУКТУРНЫХ ЯЗЫКАХ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР <i>Абдуллаева Ф. Э.</i> .....	386
ДИНАМИКА ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ.....	389
СТУДЕНТА-МЕДИКА (НА МАТЕРИАЛЕ ПИЛОТНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА) <i>Аряшкина Е. С.</i> .....	389
ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ КОМПАНИИ КАК КРЕОЛИЗОВАННЫЙ ТЕКСТ .....	393
(НА МАТЕРИАЛЕ ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА ПРОМЫШЛЕННОЙ КОМПАНИИ «LLC NAIAN GROUP») <i>Беднякова Т. В.</i> .....	393
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ КАК ЭЛЕМЕНТ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДА РОМАНА С. ЧБОСКИ «ХОРОШО БЫТЬ ТИХОНЕЙ» НА РУССКИЙ ЯЗЫК) <i>Варламенко А. С.</i> .....	397
<b>ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕПИСКИ «ПРЕПОДАВАТЕЛЬ – СТУДЕНТ») <i>Вытоветова М. Р.</i> .....</b>	<b>401</b>
ДРУЖБА КАК ЦЕННОСТНАЯ ДОМИНАНТА АЛЬБОМНОЙ КОММУНИКАЦИИ <i>Горовая Я. О.</i> .....	404
КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ ПРЕЗИДЕНТА РФ (НА МАТЕРИАЛЕ КОНЦЕРТА-МИТИНГА В ЛУЖНИКАХ) <i>Гуторова А. Д.</i> .....	406
ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА В МЕССЕНДЖЕРЕ TELEGRAM – РЕАЛЬНОСТЬ? <i>Зонова И. И.</i> .....	409
ОСОБЕННОСТИ СЛЕНГА В СФЕРЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ОНЛАЙН-ВИДЕОИГР В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИХ ФУНКЦИИ <i>Зыкова К. И.</i> .....	412
<b>СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УЧЕБНИКОВ ПО КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ (НА МАТЕРИАЛЕ ЭВФЕМИЗМОВ) <i>Коллер А. Е.</i> .....</b>	<b>416</b>

ОБЫДЕННАЯ СЕМАНТИКА БИОНИМА «ВОРОБЕЙ» В РУССКОМ И ТУВИНСКОМ ЯЗЫКАХ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЭКСПЕРИМЕНТА) <i>Нурзет Ц.С- Б.</i> .....	418
«ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕДАКТОРА СМИ ПРИ ОСВЕЩЕНИИ КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ РЕДАКТОРА НОВОСТНОГО ПОРТАЛА NGS42.RU)» <i>Осинцева Т. С.</i> .....	422
КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЛЮДЕЙ С ДИАГНОЗОМ ДЕПРЕССИЯ <i>Сметанина И. С.</i> .....	426
<b>РАЗНОАСПЕКТНОЕ ОПИСАНИЕ РЕЧЕВОГО КОНФЛИКТА</b> .....	429
<b>(НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВ Г.КЕМЕРОВО)</b> <i>Старчикова А. В.</i> .....	429
РЕПЕРТУАР ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ЖАНРОВ В ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ УЧИТЕЛЯ И УЧЕНИКА <i>Чардынцева А. Д.</i> .....	432
ЭЛЕКТИВНЫЙ КУРС ПО РУССКОЙ КАЛЛИГРАФИИ В ВУЗЕ <i>Щербакова Н. Г.</i> .....	435
ДИСКУРСИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ОТРАЖЕНИЯ И КОНСТРУИРОВАНИЯ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИОБРАЗА ЕВРОПЕЙСКОГО ЛИДЕРА В.....	441
РОССИЙСКИХ СМИ <i>Юрьева Е. Е.</i> .....	441

УДК 81`42

## РЕАЛИЗАЦИЯ ЦЕНТРОБЕЖНЫХ И ЦЕНТРОСТРЕМИТЕЛЬНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯХ

*Азарова А. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[dolldivine626@gmail.com](mailto:dolldivine626@gmail.com)

**Аннотация.** В статье, на примере комментариев к новости на политическую тематику, рассматривается реализация центробежных и центростремительных тенденций. Реализация центростремительных тенденций обусловлена объективным фактором, а именно формой и содержанием исходного текста, центробежные тенденции в свою очередь субъективным фактором – дотекстовыми ожиданиями адресата текста и его личностными особенностями. Доказывается, что разворачивающийся виртуальный диалог представляет собой целостную систему, формируемую столкновением интерпретаций исходного текста. В ходе анализа интернет-комментариев установлено, что пользователи демонстрируют готовность отстаивать свои политические воззрения, поэтому диалогическое пространство обнаруживает единство и борьбу (конфликт) противоположностей.

**Ключевые слова:** интернет-комментарии, социальные сети, центростремительная тенденция, центробежная тенденция, виртуальный диалог, интернет-коммуникация.

## IMPLEMENTATION OF CENTRIFUGAL AND CENTRIPETAL TENDENCIES IN POLITICAL INTERNET COMMENTS

*Azarova A.I.*

Kemerovo State University

[dolldivine626@gmail.com](mailto:dolldivine626@gmail.com)

**Annotation.** In the article, on the example of comments on news on political topics, the implementation of centrifugal and centripetal tendencies is considered. The implementation of centripetal tendencies is due to an objective factor, namely the form and content of the source text, centrifugal tendencies, in turn, are a subjective factor - pre-textual expectations of the addressee of the text and his personal characteristics. It is proved that the unfolding virtual dialogue is an integral system formed by the collision of interpretations of the source text. During the analysis of Internet comments, it was found that users demonstrate a willingness to defend their political views, so the dialogic space reveals the unity and struggle (conflict) of opposites.

**Key words:** internet comments, social networks, centripetal tendency, centrifugal tendency, virtual dialogue, internet communication.

Согласно ежегодному отчету «Global Digital 2023», касающемуся статистики Интернета, количество интернет-пользователей достигло отметки в **5,16 млрд пользователей, то есть на сегодняшний день интернетом пользуются 64,4% от общего населения мира** [Статистика интернета и соцсетей на 2023 год — цифры и тренды в мире и в России, 2023]. Среднестатистический житель России проводит в интернете примерно 7 часов 57 минут в сутки, 2 с половиной часа из которых он тратит на социальные сети. Эти цифры свидетельствует о том, что Интернет стал не просто неотъемлемой частью нашей жизни, он стал тем местом, где человек проводит большую часть своего дня. Сейчас социальные сети, в связи со своей массовостью и интерактивностью, т.е. возможностью пользователям оказывать влияние на коммуникацию во всемирной паутине

с помощью голосований, обсуждений и обмена мнениями с другими коммуникантами [Бирюкова, 2014], представляют собой мощный механизм для формирования или корректировки общественно-политического мнения. Более того, пользователи могут непосредственно влиять на происходящие события с помощью комментариев. Например, в январе 2023 года власти Кузбасса предложили жителям региона самим выбрать название для строящегося моста с помощью онлайн-голосования и комментариев на платформе «Кузбасс-Онлайн» [Власти Кузбасса открыли голосование за название и оформление нового моста через Томь, 2023]. С уверенностью можно говорить о том, что возник новый публичный тип политики, транслируемый в социальных сетях. «С ростом общественных сетей в России рождается публичная политика. Бюрократия и политические партии пойдут за той повесткой, которую предложат эти сети...» [Чумиков, 2011, с. 43].

Обсуждая значимую политическую новость, интернет-пользователи оставляют десятки, а то и сотни интернет-комментариев, каждый из которых, подтверждая мнение М. М. Бахтина, ориентируется на предшествующие и будущие тексты, тем самым образуя своеобразный диалог, где каждый комментарий может на что-то отвечать, с чем-то соглашаться или наоборот опровергать, а также предвосхищать возможные ответы и возражения [Бахтин, 1979]. Возникающее диалогическое пространство нельзя назвать однородным, так как текст, согласно концепции Н. Д. Голева и Л. Г. Ким, можно изобразить в виде «пучка», состоящего из потенциальных смыслов. В процессе восприятия текста читателем происходит реализация данных смыслов, иначе говоря, в сознании адресата текста происходит процесс интерпретационного функционирования. [Голев, Ким, 2014].

Получившийся виртуальный диалог является результатом конфликта интерпретаций текста, где одни комментарии реализуют центростремительные тенденции, то есть коррелирующие с объективным содержанием новостной публикации, а другие реализуют центробежные, то есть обусловленные субъективным восприятием текста и субъективными личностными особенностями. Важно отметить, что субъективность центробежной тенденции происходит по причине неоднородности первоначального текста, а также за счет опоры пользователей на предыдущие комментарии, которые в свою очередь уже заключают в себе «потенциал непонимания, недопонимания, «не так понимания», двусмысленного понимания» [Голев, Ким, 2014]. Таким образом, целостность и системность виртуального диалога достигается за счет взаимодействия двух разнонаправленных тенденций, выраженных в форме комментариев.

Взаимодействие и взаимовлияние этих тенденций происходит из-за того, что поднимаемые в тексте проблемы вызывают противоречивые реакции, что может привести к неправильному и даже ложному пониманию изначального смысла.

Исследование реализации центростремительной и центробежной тенденции включает в себя анализ нескольких цепочек комментариев, выявление их связи с текстом, то есть опирается ли пользователь на ключевые слова из первичного текста или предыдущего комментария, а также соотношение объективности и субъективности текста и комментариев. Материалом для статьи является новостной текст под заголовком «Госдума приняла в первом чтении законопроект о полном запрете видео- и аудиозаписи фильмов и их фрагментов в кинотеатрах» ([https://vk.com/lentach?w=wall-29534144\\_20340188](https://vk.com/lentach?w=wall-29534144_20340188)), размещенном 8 февраля 2023 года в официальном сообществе интернет-издательства «Лентач» в социальной сети «ВКонтакте». Рассмотренные к нему комментарии составили 245 высказываний.

В обсуждаемой новости сообщается о том, что Госдума планирует принять закон о запрете видео- и аудиозаписи фильмов в кинотеатрах, с целью сокращения оборота пиратского контента в Интернете, а значит потенциального увеличения дохода правообладателей и прокатчиков кинолент. Бурное обсуждение данной новости вызвал заголовок, а именно словосочетание «полный запрет», подразумевая юридическую ответственность для всех, кто каким-то образом снял фрагмент фильма и разместил в

Интернете, даже на личных страницах без коммерческого мотива. Кроме этого, оживленному обсуждению поспособствовала общая ситуация в стране на рынке киноиндустрии, которую можно описать как «легальное пиратство», подразумевающее принудительное лицензирование фильмов без согласия правообладателя. Возникает двоякая ситуация, при которой государству можно распространять на законодательном уровне нелегальные фильмы, а обычным гражданам, за съемку этого же нелегального контента полагается административное наказание. Из-за размытой трактовки предстоящего законопроекта пользователи активно реализуют центростремительные и центробежные тенденции через комментарии, тем самым формируя виртуальный диалог.

Ключевыми вопросами в рассматриваемой новости являются следующие: *Проблема появления пиратских копий в интернете - актуальна; правообладатели крайне заинтересованы в запрете на осуществление съемки в кинозале на законодательном уровне; при нарушении закона гражданина ждет административное наказание.* Центростремительные тенденции так или иначе коррелируют с вышеперечисленными вопросами и темой пиратства, как главенствующей:

**«Государство не стесняясь занимается пиратством, но в то же время борется с ним»:** *серьёзно? да у нас официально спирали Аватара! нет тут диссонанса? (пользователь Екатерина Жукова); Боятся, что кто-то снимет, как они незаконно "Аватар 2" показывают и их за это засудят? (пользователь Александр Менщиков); Что говорит госдума насчёт показа в кинотеатрах голливудских фильмов без разрешения правообладателей? (пользователь Марк Робертovich); при этом в кинотеатрах официально крутят западное кино без лицензии. или это другое? (пользователь Андрей Васильев);*

**«Люди перестали ходить в кинотеатры и перестали смотреть записи фильмов из кинотеатра, поэтому закон бесполезный»:** *Кто смотрит снятые на камеру фильмы с экрана кинозала? Никому такое качество с таким звуком не интересно. Запоздалый, лишний закон и имитация бурной деятельности (пользователь Елена Паркер); А в кинотеатрах смотреть всё равно нечего. Что переживать то? (пользователь Татьяна Морозова); Кто-то еще ходит в кинотеатры? (пользователь Татьяна Мещерякова);*

**«Государство придумывает ненужные законы, чтобы как можно больше людей понесли юридическую ответственность»:** *В итоге сядут все) Уже не знают за что еще людей позакрывать) (пользователь Диана Журавлева); Лишь бы что то запретить, руки чешутся. Уже темы кончились, ок, пойдём по второму кругу. Можно запретить снимать в музеях (сейчас только со вспышкой нельзя) и в метро (там профессиональная съемка исключается, а раньше вообще нельзя было) (пользователь Игорь Безгалов).*

Как показал анализ комментариев, центростремительные тенденции детерминированы объективным содержанием новостной публикации, то есть они так или иначе касаются нелегального распространения фильмов, кинотеатров и российского законодательства. Но здесь также присутствует субъективный, связанный с тем, что любой человек является как типовым представителем своего языкового сообщества, так и индивидуальным, актуализирующим важные только для него смыслы и модальности текста.

Реализация центробежных комментариев, в силу субъективного фактора, крайне разностороннее явление. Каждый пользователь отличается уникальной политической картиной мира, возрастом, полом, социальным положением и ценностями. Эти факторы в совокупности влияют на содержание комментариев, а также на то, что именно стало поводом для комментирования – текст новости или комментарий другого пользователя. Поэтому тема пиратства, в том числе на государственном уровне преобразуется в тему:

**Незаконных действий со стороны других стран в сторону России, сталкивая между собой «сторонников власти» и «оппозицию власти»:** *а что говорит Госдеп, на незаконное отжатие российских денег, а что говорит парламент Италии, на незаконное*

*отжатие недвижимости у россиян и тд и тп?! (пользователь Сергей Кононов в ответ пользователю Марку Робертовичу), говорят войну не надо начинать (пользователь Сергей Швейдель в ответ пользователю Сергею Кононову).*

**Оправдания воровства по причине еще больше обворовывания России властями Соединенных Штатов Америки:** *правда не понимаю, что дает право воровать чужой труд (пользователь Маша Миронова), ну потому что это пиндосы с которыми мягко говоря у нас очень непростые отношения. Они у нас заморозили активы на миллиарды рублей. Если наши простые люди посмотрят их фильм, я думаю там никто не обеднеет (пользователь Денис Курский в ответ пользователю Маше Мироновой), которая затем преобразуется в **проблему национальных духовных ценностей в условиях сложной геополитической ситуации, вы знаете, что такое этика? помимо материальных ценностей есть и духовные, и когда вы доходите до того, что воровать чужое это нормально, то это говорит только о состоянии этих духовных ценностей в стране (пользователь Маша Миронова в ответ пользователю Денису Курскому), уже все смеются, когда мы эти "духовные ценности" включаем. Мы слишком добрые и наивные, думая что если будем хорошими для всех, то отношение к нам изменится. Наших солдат расстреливают, а наши в плен берут да ещё и кормили их и лечим. Турция Байрактара поставляла врагу, а мы им сейчас помогаем после землетрясения. С волками жить-по волчьи выть. Пора прекратить быть хорошими и честными. Поэтому если россияне посмотрят фильм очередной....страшного ничего не будет (пользователь Денис Курский в ответ пользователю Маше Мироновой).***

В настоящее время реализация как центростремительных, так и центробежных тенденций, выраженных в политических интернет-комментариях, заключается не только лишь в объективном и субъективном факторе, но и в их синтезе. Для центростремительной тенденции объективным фактором является обсуждаемая новость, а субъективным – индивидуальные особенности и интересы, присущие любой языковой личности, коей и является адресат текста. Центробежную тенденцию организует субъективный фактор – дотекстовые установки адресата, а также объективный – неоднородность новостного текста, а также зависимость от уже имеющихся комментариев.

#### **Литература и источники**

1. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин.– Москва: Искусство, 1979.– 423 с.
2. Власти Кузбасса открыли голосование за название и оформление нового моста через Томь // ngs42.ru: сайт. – URL: <https://ngs42.ru/text/gorod/2023/01/27/72010316/> (дата обращения: 07.02.2023).
3. 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 // ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», Цюрихский университет. — Екатеринбург, 2014. — С. 47 – 71.
4. Современные PR-технологии работы в интернете / авт. коллектив: А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, М. В. Тишкова и др. Рязань: Объединенная редакция МЧС России, 2011.
5. Статистика интернета и соцсетей на 2023 год — цифры и тренды в мире и в России // vc.ru: сайт. – URL: <https://vc.ru/marketing/596126-internet-i-socseti-v-nachale-2023-goda-glavnye-cifry-global-digital-2023> (дата обращения: 07.02.2023)

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

**АВТОРОВЕДЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА КАК МЕТОДИКА  
ВЫЯВЛЕНИЯ ПРОТИВОПРАВНЫХ ДЕЯНИЙ ЭКСТРЕМИСТСКОЙ  
НАПРАВЛЕННОСТИ**

*Лапина А. В.*

ФГБОУВО «Кемеровский государственный университет»

[alina.vladimirovna.01@mail.ru](mailto:alina.vladimirovna.01@mail.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена обзору методики проведения автороведческой экспертизы, являющейся необходимым компонентом лингвоправового анализа экстремистских материалов. Проведение подобной экспертизы обусловлено возросшим количеством противоправных деяний, которые связаны с распространением экстремистских преступлений, и слабой разработанностью лингвистических методов экспликации материалов экстремистского содержания. В работе представлено описание разных этапов автороведческого исследования: установление характерных признаков автора текста и дальнейшее определение языковой личности из заданного круга лиц. Проведённое исследование наглядно демонстрирует, что автороведческий анализ способствует большей раскрываемости преступлений и обнаружению экстремистских текстов.

**Ключевые слова:** юридическая лингвистика, экстремизм, автороведческий анализ, речевая агрессия, язык вражды

**AUTHOR'S LINGUISTIC EXPERTISE AS A METHOD OF IDENTIFYING  
ILLEGAL ACTS OF EXTREMIST ORIENTATION**

*Lapina A.V.*

Kemerovo State University

[alina.vladimirovna.01@mail.ru](mailto:alina.vladimirovna.01@mail.ru)

**Annotation.** The article is devoted to the review of the methodology of the author's expertise, which is a necessary component of the linguistic and legal analysis of extremist materials. Conducting such an examination is due to the increased number of illegal acts that are associated with the spread of extremist crimes, and the weak development of linguistic methods of explication of extremist content materials. The paper describes the different stages of the author's research: the establishment of the characteristic features of the author of the text and the further definition of the linguistic personality from a given circle of persons. The conducted research clearly demonstrates that the author's analysis contributes to a greater detection of crimes and the detection of extremist texts.

**Keywords:** legal linguistics, extremism, author's analysis, speech aggression, the language of enmity

Актуальность настоящего исследования определяется возросшим количеством противоправных деяний, связанных с распространением экстремизма, и слабой разработанностью лингвистических методов выявления экстремистских материалов.

Проблематика исследования вызвана противоречием между возросшим количеством противоправных речевых деяний экстремистского характера и отсутствием лингвистической методики выявления текстов подобного содержания.

Новизна работы состоит в создании комплексной лингвистической методики выявления экстремистских материалов в интернет-коммуникации.

Развитие массовой коммуникации в современных реалиях приводит к тому, что подобное взаимодействие приобретает преимущественно электронный характер.

Мессенджеры, социальные сети и различные интернет-площадки с коммуникативными возможностями обеспечивают способность обмена информацией между неограниченным количеством людей.

Средства электронной коммуникации могут обеспечивать общение между разными участниками в совершенно разных стилях и жанрах. Так, например, это может быть бытовое неформальное общение, официально-деловое взаимодействие и т.д.

Нынешние условия действительности таковы, что особо стремительное развитие сети Интернет зачастую приводит к тому, что в ней может выражаться и совершенно иной уровень коммуникации – противоправный, который на отдельных площадках может являться главенствующим.

Интернет предоставляет своей аудитории условия анонимности/псевдонимности пользователей, в связи с чем актуальной является проблема определения характеристик автора текста, публикуемого на площадках всемирной сети.

На современном этапе методика автороведческой экспертизы в контексте лингвоэкспертной практики недостаточно разработана.

Описывая методику проведения экспертизы по установлению автора текста, мы не можем не обозначить универсальные этапы любого коммуникативного события, которые также актуальны и для автороведческой экспертизы: кто создал текст (особенности автора); для кого этот текст был создан (особенности адресата); в каких условиях этот текст был создан (особенности коммуникативной ситуации) [Секераж, 2011, с. 181-182].

Проведение автороведческого исследования является четвертым и, на наш взгляд, наиболее трудно реализованным компонентом комплексной лингвистической методики выявления экстремистских материалов. Автороведческий анализ представляет собой достаточно продолжительную и емкую процедуру, в осуществлении которой должны быть задействованы не только лингвисты-эксперты, но и представители юридической, психологической сфер, IT-специалисты и др.

Установление автора текста экстремистского содержания состоит из двух фундаментальных этапов:

1. Диагностический – на основе комплексного лингвистического анализа собранного языкового материала, т.е. текстов, заведомо принадлежащих одному (не анонимному) автору, происходит установление языковых, эмоциональных (и других) особенностей, которые характерны для автора именно этого массива текстов.

2. Идентификационный – на этом этапе происходит определение авторства конкретных текстов из заранее обозначенного круга лиц, особенности и специфика которых уже были выявлены на предыдущем этапе исследования [Секераж, 2011, с. 181-182].

Материалом настоящего исследования послужили сведения о реальном уголовном деле, которое произошло в 2012 году. Конкретно были проанализированы опросы потерпевших сторон, комплексный и системный анализ которых позволит выявить основные характеристики, особенности, черты личности, совершившей уголовное правонарушение.

В исследовании будет представлен только первый, диагностический, этап, поскольку осуществление второго, идентификационного, этапа требует серьезного вмешательства специалистов юридической, психологической компетенции, для реализации которого у нас пока что недостаточно возможностей.

В ходе проведения исследования нами были рассмотрены опросы трех потерпевших сторон. Само уголовное преступление заключалось в том, некий гражданин неславянской национальности эксплуатировал русских рабочих, превратил их в буквальном смысле в «рабов», не оплачивал трудовую деятельность, всячески унижал человеческое достоинство, наносил тяжелые увечья.

Из опроса первого потерпевшего гражданина можно определить, что правонарушитель - мужчина неславянской национальности, который занимался

строительными работами: *«В апреле 2013 года Олег устроился работать на стройку к а...у (национальность) по имени «А».*

Приблизительный возраст преступника- 40 лет, поскольку он упоминал о том факте, что приехал в Россию *«ни с чем»* и сам всего добился, что, следовательно, говорит о том, что это уже немолодой человек: *«Кричал: «Я сюда приехал со своей родины с одним чемоданом, у меня ничего не было, я сам поднялся».* Исходя из национальной принадлежности правонарушителя, мы можем определить, что его родным языком является один из неславянских языков, на котором, соответственно, мужчина и совершал преступления словесного (и не только) характера.

Опрос второго потерпевшего указывает на некоторые физические характеристики мужчины: его рост, а также на то, что преступник, приехав в Россию, стал использовать поддельное имя, что также является противозаконным действием: *«В настоящее время мне известно, что «А» – это русское имя, на самом деле, его настоящее имя (Н), по национальности а.....ц, он низкого роста».*

Определив основные гендерные, профессиональные и возрастные характеристики, перейдем к главному компоненту анализа – описание психических и эмоциональных особенностей, а также определение состава преступления, которое имеет непосредственное отношение к нашему исследованию.

Базируясь на опросах трех потерпевших граждан, можем заключить, что мужчина, совершивший преступление, является эмоционально несдержанной, психически нестабильной личностью, для которой свойственны такие характеристики, как чрезмерная агрессия, жестокость, жадность, потребительское отношение к человеку. Нервозность, постоянное употребление в речи различных бранных слов характеризует этого преступника как человека, целенаправленно желающего унижить честь и достоинство других людей: *«А» постоянно унижал «К», вместо имени называл его «козел».*

Указанные характеристики правонарушителя свидетельствуют о том, что он всяческими способами(как словесными, так и физическими) стремится доказать превосходство собственной нации, унижая и оскорбляя представителей русской национальности.

Агрессия преступника выражалась как словесным, так и физическим способом, что зачастую приводило к трагичным последствиям. Жесткость же заключалась в том, что правонарушитель систематически сравнивал людей русской национальности с *«нелюдьми»*, с *«рабами»*, истинное предназначение которых – лишь работать во благо другой национальности: *«Слышала разговор «А» с кем- то о том, что он хочет продать нас в рабство, так как у него очень много долгов».*

Циничное, жестокое и грубое отношение преступника к русским людям проявлялось абсолютно во всем, каждое неверное движение рабочего сопровождалось применением физического насилия. Мужчина, обращаясь к русским гражданам, использовал исключительно противоправные лексические единицы, которые выражали превосходство его национальности и неполноценность представителей русской этнической группы. Преступник целенаправленно и идеологически мотивированно нарушал права, свободы и законные интересы граждан.

Данная языковая личность в своей обыденной речи использовала язык вражды, который выражает враждебное отношение представителя одной нации к другой, а также содержит слишком резкие оценки и оскорбительные утверждения, по всем параметрам унижавшие ненавистную этническую группу: *«Вы все русские за водку мать родную продадите, после этого случая отношение «А» ко мне и всем другим резко изменилось, он стал постоянно оскорблять нас за малейшую провинность».*

В речи преступника проявляются следующие эксплицитные формы языка вражды:

1. Создание отрицательного образа этнической группы: *«Он унижает всех сразу, говоря им унижительные слова».*

2. Высказывания, утверждавшие неполноценность определенной национальной общности: *«Вы – русские Ваньки, я Вас всю жизнь, нецензурно выразившись сказал, что имел половые сношения. Данное высказывание со стороны «А» звучало по отношению к нам очень унижительно».*

3. Упоминание национальности в унижительном и оскорбительном контексте: *«А» всегда при всех унижал меня, «Е», «К» и всех, кто работал у него. Говорил, что русские все продажные».*

4. Рассуждения о превосходстве конкретной национальной группы- *«Я а...ц (название национальности), а вы мои рабы, вы все будете на меня работать и если еще кто-то решит не прийти на работу, так будет с каждым, будет сидеть в подвале».*

5. Эмотивно-оценочные характеристики поведения представителей нации: *«Он всегда говорил, что он а...ц (название национальности), мусульманин, приехал в Россию с одним чемоданом и смог подняться, а вы, русские свиньи, мать свою продадите за спирт».*

В данном случае мы можем говорить о национальном экстремизме, который проявляется в жесткой пропаганде интересов лишь «своей» нации и ущемлении людей других этнических общностей. Мужчина систематически и регулярно совершал подобные правонарушения, о чём свидетельствуют материалы опросов потерпевших: *«А» всегда обращается ко всем властно и с презрением, указывая на то, что русские не достойны просто жить, как всегда говорил что русские свиньи должны постоянно работать».* Подобное заключение позволяет идентифицировать данного субъекта как личность экстремистской направленности, поскольку неоднократное ущемление и издевательство над другой национальностью может привести к межнациональной розни.

На диагностическом этапе нашего исследования мы выяснили, что мужчина, совершавший физические и словесные преступления является эмоционально агрессивной, психически нестабильной личностью, речевые поступки которой направлены на ущемление и унижение представителей русской национальности.

Содержание экстремистских текстов полностью строится на языке вражды: различных некорректных и оскорбительных высказываниях, касающихся определенных социальных или этнических групп. Основной целью использования языка вражды является возбуждение негативных эмоций по отношению к конкретным социальным группам.

Автороведческий анализ является четвертым и, на наш взгляд, самым слабо разработанным компонентом комплексной лингвистической методики выявления экстремистских материалов. Проведение такого исследования реализуется в двух этапах и предполагает взаимодействие представителей из различных сфер. Как представляется, разрабатываемая методика обладает большой прикладной значимостью, так как способствует выявлению противозаконных действий в интернет-коммуникации.

### **Литература и источники**

1. Литвинова, Т. А. Лингвистические методы выявления в Сети экстремистского контента лиц, склонных к экстремизму / Т. А. Литвинова, О. В. Загоровская.- Современное право. – 2016.- №3. – С.107–113.

2. Назарова, Т. В. Опыт производства автороведческих экспертиз по материалам переписок в мессенджерах / Т.В. Назарова, А. В. Громова.- журнал «Экспертная практика». – М.: ЭКЦ МВД России.- 2019. – С. 14-18.

3. Секераж, Т. Н. Теоретические и методические основы судебной психолого-лингвистической экспертизы текстов по делам, связанным с противодействием экстремизму / О. В. Кукушкина, Ю. А. Сафонова, Т. Н. Секераж.- «ЭКОМ Паблишерз».- М.: РФЦСЭ при Минюсте России.- 2011. — 330 с.

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

**«СЛОВАРЬ СОБЫТИЙНЫХ КОНЦЕПТОВ КУЗБАССА» КАК ОТРАЖЕНИЕ  
СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЁННОСТИ**

*Мартынов А. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[andreymartyn123@gmail.com](mailto:andreymartyn123@gmail.com)

**Аннотация.** Исследование посвящено описанию прикладных возможностей использования словарей инновационного типа в междисциплинарной практике. Объектом рассмотрения данной статьи является «Словарь событийных концептов Кузбасса», подготовленный к печати научной школой «Социально-когнитивное функционирование языка» Кемеровского государственного университета. В работе представлено одно из возможных направлений использования материалов описываемого словаря: изучение социальной напряженности по лексикографическим данным. Цель работы – лексикографическое выделение социально значимых констант, репрезентирующих проблемные и конфликтные зоны региона. Проведённый анализ словарных дефиниций позволяет выделить острые вопросы, волнующие жителей Кузбасса, и, соответственно, отражающие уровень социальной напряжённости и конфликтности в регионе.

**Ключевые слова:** социальная напряжённость, лексикографическое описание, инновационный словарь, конфликт интерпретаций, проблемные и конфликтные зоны Кузбасса

**"DICTIONARY OF KUZBASS EVENT CONCEPTS" AS A REFLECTION OF  
SOCIAL TENSION**

*Martynov A.V.*

Kemerovo State University

[andreymartyn123@gmail.com](mailto:andreymartyn123@gmail.com)

**Annotation.** The research is devoted to the description of the applied possibilities of using innovative dictionaries in interdisciplinary practice. The object of consideration of this article is the "Dictionary of event concepts of Kuzbass", prepared for publication by the scientific school "Socio-cognitive functioning of language" of Kemerovo State University. The paper presents one of the possible directions of using the materials of the described dictionary: the study of social tension based on lexicographic data. The purpose of the work is lexicographic identification of socially significant constants representing the problematic and conflict zones of the region. The analysis of dictionary definitions makes it possible to identify acute issues of concern to residents of Kuzbass, and, accordingly, reflecting the level of social tension and conflict in the region.

**Keywords:** social tension, lexicographic description, innovative dictionary, conflict of interpretations, problem and conflict zones of Kuzbass

Лексикография призвана отразить множественность и вариативность интерпретации и потенциал её конфликтности [Новгородова,2021]. Вариативность интерпретации в данном отношении трактуется как проявление потенциала конфликтности, ярко проявляющегося в интернет-комментариях, в которых комментаторы часто обозначают конфликтные ситуации.

Объектом рассмотрения настоящей статьи является «Словарь событийных концептов Кузбасса», подготовленный к печати научной школой «Социально-когнитивное функционирование языка» Кемеровского государственного университета. Анализируемый справочник реализует дифференциацию разных слоев интерпретационного содержания

словарной статьи: разделение ассоциаций, которые отражают непроизвольные реакции, выявляющие эмоциональную оценку, и мнений, отражающих интеллектуальную оценку события. Одновременно в этой оппозиции проявляется противопоставление собственно языковой и метаязыковой реакций на событие [Словарь событийных концептов Кузбасса, 2022].

Как подчёркивают авторы словаря, по своей природе он является инновационным. В содержательном плане это проявляется в следующих моментах: 1) единицей-стимулом выступают не слова и не фразы (как в ряде других проектов), а метатексты, описывающие конкретное событие; 2) определённая ориентация на возможность выявления потенциала конфликта интерпретаций обуславливает структуру словарной статьи, в которой реакции распределяются на позитивные и негативные; 3) актуализация социального компонента оценки, чем словарь сближается с социологическим опросом, способствуя исследованиям в области социальной психологии [Словарь событийных концептов Кузбасса, 2022].

Для подготовки лексикографического издания был составлен словник, состоящий из 55 стимулов-событий, которые стали заголовками в различных СМИ и, на взгляд составителей, представляют собой событийные концепты Кузбасса за последние 10 лет (с 2012 по 2022 года).

Структура словарной статьи состоит из 6 блоков:

1. Заголовочное событие-стимул, являющееся заголовком новостей в СМИ.
2. Пиктограмма «Новости», после которой приводится фрагмент из СМИ, кратко раскрывающий содержание события.
3. Пиктограмма «Человек», после которой приводятся результаты свободного ассоциативного эксперимента.
4. Пиктограмма «лайк – дизлайк», после которой приводятся результаты свободного сентимент-эксперимента. Мнения испытуемых объединяются только в случае их тождественности (к примеру, реакции “Нормально”, “Не знаю”, “Хорошо” и т. п.), в иных случаях каждое мнение фиксируется как разные реакции.
5. Все реакции-мнения, полученные в результате эксперимента, распределяются в зависимости от их тональности по группам:
  - положительные реакции указываются после графического знака плюс “+”
  - отрицательные реакции указываются после графического знака минус “-”
  - реакции, имеющие одновременно и положительную, и отрицательную тональность, перечисляются после графического знака плюс с минусом “±”
  - реакции, не содержащие ярко выраженного позитивного или негативного отношения к событию-стимулу, прописываются после знака равно “=”
  - отказы указываются после знака решетка “#”
6. Фото, иллюстрирующее событие.

Подобный инновационный словарь является богатым материалом для различных прикладных исследований. Представим одно из возможных направлений его применения: изучение социальной напряженности, под которой понимается многоаспектное явление, в числе прочего отражающее степень неудовлетворенности населения социально-экономическими условиями жизни [Глотов, Бахтизин, Волкова, 2019, с.142-160]. Социальная напряженность является особым состоянием общественного сознания и поведения, которое свойственно конфликту и сопровождает его. Исследователи говорят о напряженности межличностной, межгрупповой, межнациональной или о глобальной напряженности в обществе, в данной статье нас будет интересовать межрегиональная напряжённость.

Анализ словарного материала позволяет выделить наиболее значимые концептуальные события, отражающие уровень социальной напряжённости в Кузбассе. Критерием для выделения является количество отрицательных мнений, так как именно они отражают степень недовольства населения теми или иными социально-экономическими условиями жизни в регионе. Так, событие, «Закрытие торговых центров в Кузбассе», произошедшее в 2020 году, собрало 43 отрицательные реакции, что отражает недовольство населения данным прецедентом. Проиллюстрируем отрицательные реакции респондентов: *бессмысленная мера, только убили бизнес; большая проблема дефицита, упадок культурных развлечений; в городе стало меньше выбора, например, одежды; вызывает много вопросов у жителей, протест; грустно от того, что пропадает выбор при покупке вещей* [Словарь событийных концептов Кузбасса, 2022].

Второе место по количеству отрицательных отзывов в словаре занимает ситуация «В Кемерове установили ёлку за 18 млн.». Данное событие, которое произошло в 2019 году, получило 42 отрицательные реакции. Приведём некоторые из них: *бесполезная трата денег, отмыв; возмущение: она того не стоит; дешевые понты перед другими областями* др. Большинство респондентов сетует на то, что данная покупка за 18 млн. рублей – бесполезная и нежелательная трата денег, соответственно, данные реакции во многом отражают социально-экономическую причину социальной напряжённости в столице Кузбасса. Исходя из анализа двух приведённых словарных статей, можно выявить некоторую социально-экономическую напряжённость населения не только в Кемерове, но и в Кузбассе в целом.

Ассоциации реализуют дифференциацию разных слоёв интерпретационного содержания словарной статьи, их разделение, которое отражает произвольные реакции, выявляющие эмоциональную оценку анкетированного. Ассоциации представлены в разных количествах: от повторяющихся по несколько раз, например, в статье «Кемеровская область официально стала Кузбассом» в графе ассоциации – «кратко» повторяется пять раз, а «хорошо» всего единожды. Данный факт отражает разнообразие ответов не только в содержательном плане, но и в количественном.

Мнения отражают интеллектуальную оценку события. Одновременно в этой оппозиции проявляется противопоставление собственно языковой и метаязыковой реакций на событие. Вариантов мнений несколько: положительные +; отрицательные -; с двойственной тональностью ±; с невыраженной тональностью =; вербализованные и невербализованные отказы #. Приведём по одному примеру каждой из групп из уже названной словарной статьи «Кемеровская область официально стала Кузбассом»: «Я считаю, что это очень круто, ведь это в какой-то степени ты испытываешь гордость за свой край» +; «Непонятно, зачем высшие власти так прицепились к названию» -; «А что, кроме названия, изменилось?» ±; «Возможно, это имеет какой-то смысл, но мне он не понятен» =; «все равно»#. Мнения также выражают отношение респондентов к тому или иному событию.

На основе исследования можно выделить отрицательное отношение жителей региона к определённым событиям, а именно:

- дефицит торговых точек и развлекательных мест в регионе;
- бесполезность переименования Кемеровской области;
- увеличение стоимости проезда;
- уменьшение количества предлагаемых маршрутов;
- недоверие граждан к честности подсчёта голосов;
- несогласие с некоторыми пунктами самих поправок;
- сомнение в качестве и пользе вакцины;
- визит главы государства не меняет к лучшему жизнь в регионе, после данного события качество жизни в регионе ухудшится.

Анализ словарных статей позволяет выделить социально острые вопросы, волнующие жителей Кузбасса, в том числе: деятельность власти, единство граждан, угольный бассейн Кузбасса, эпидемиологическая обстановка, пожарная безопасность, уменьшение мест для шоппинга и развлекательного времяпрепровождения, мондиалькак мировой чемпионат, поднятие уровня спорта в регионе, отношение к парашютному спорту, отрицательное отношение к транспортной реформе, положительное отношение к транспортной реформе, проблема доверия к власти, поддержка поправок в Конституцию, вакцинация и пандемия, отношения к главе Кузбасса, отношение граждан к вакцинации, ассоциации по поводу Covid – 19, характеристика главы государства, отношение к визиту президента, поддержка объединения вузов, противники объединения вузов.

В целом проведённое исследование подчёркивает прикладные возможности использования словарей инновационного типа в широкой междисциплинарной практике.

#### **Литература и источники**

1. Глотов, В. И., Бахтизин, А. Р., Волкова, М. И. Социальная напряженность в субъектах Российской Федерации. Анализ причин и последствий // Федерализм. 2019 (4) – С.142-160.
2. Новгородова, Е. В. Конфликт интерпретаций как когнитивное основание лингвоконфликтологии (на материале обыденных политических комментариев). – Кемерово, 2021. – 197 с.
3. Словарь событийных концептов Кузбасса (2012–2022 гг.) / авторы-составители: Н. Д. Голев, Я. А. Дударева, А. В. Иркова, Л. Г. Ким, Е. В. Новгородова, И. П. Фаломкина; под ред. Н. Д. Голева – Кемерово, 2022. – 157 с.

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

**УДК 81'42**

### **ЛИНГВОКОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ РАССМОТРЕНИЯ ЭКСПЛИЦИТНЫХ И ИМПЛИЦИТНЫХ СМЫСЛОВ В ТВИТАХ ИЛОНА МАСКА**

*Новиков К. Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Целью данной статьи является исследование категории эксплицитности – имплицитности в твитах Илона Маска. В качестве объекта исследования были взяты виральные твиты из аккаунта Илона Маска, которые в момент публикации (иногда одного слова) заставляют фондовые рынки падать, а мировых лидеров – принимать судьбоносные решения после волны ретвитов. Его твиты представляют собой социальное, экономическое и политическое мировое явление, вызывающее лингвистический интерес. В статье обстоятельно рассматривается оппозиция «эксплицитный смысл» и «имплицитный смысл», которые создаются как сознанием адресата, так и сознанием адресанта (то есть самим Маском).

**Ключевые слова:** язык, твит, соцсети, интернет-коммуникация, когнитивная лингвистика, виртуальная картина мира.

## LINGUO-COGNITIVE ASPECT OF CONSIDERATION OF EXPLICIT AND IMPLICIT MEANINGS IN ELON MUSK'S TWITS

*Novikov K. E.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** The purpose of this article is to study the category of explicitness – implicitness in Elon Musk's tweets. As an object of research, viral tweets from Elon Musk's account were taken, which at the time of publication (sometimes one word) cause stock markets to fall, and world leaders to make fateful decisions after a wave of retweets. His tweets represent a social, economic and political global phenomenon of linguistic interest. The article thoroughly examines the opposition "explicit meaning" and "implicit meaning", which are created both by the consciousness of the addressee and the consciousness of the addressee (that is, by the Mask itself).

**Keywords:** language, tweet, social networks, Internet communication, cognitive linguistics, virtual picture of the world.

В интернет-коммуникации отчетливо проявляется тенденция к стиранию дипломатической этики независимо от социального положения, растет экономическое и политическое значение «неосторожных» сообщений, оставленных в сети – во многом это подтверждают существующие исследования социальной сети Твиттер\* (ресурс заблокирован на территории РФ), проводимые на стыке когнитивной лингвистики и лингвомаркетологии. Не отделяя язык соцсетей от языка естественного, в нашей статье мы воспользуемся опытом отечественных лингвистов для анализа конкретных твитов. Так, Ю.С. Степанов выделяет три основных научных парадигмы в зависимости от аспекта изучения языка: семантическую, прагматическую и синтаксическую. Е.С. Кубрякова особым образом выделяет *когнитивно-дискурсивную* парадигму и предлагает следующий принцип: «...каждое языковое явление должно изучаться в двух аспектах: как когнитивном, так и коммуникативном (дискурсивном)» [Кубрякова, 1999, с.190]. При этом ученая поясняет, что «*функции когниции и коммуникации жестко друг другу не противопоставлены*» [Кубрякова, 1999, с. 191]. Таким образом, в данной статье мы воспользуемся предлагаемыми аспектами изучения языка – в нашем частном случае применительно к языку социальных сетей. В нем особо заметен прагматический компонент, ввиду функционирования этого языка в информационном поле, которое оказывает субстанциальное влияние на огромное количество пользователей той или иной социальной сети – то есть формирует так называемую *виртуальную картину мира* каждого человека. Данная статья посвящена такому аспекту влияния текста на человека, которое осуществляется как *эксплицитно (то есть явным образом), так и имплицитно (то есть скрыто, неявно)*. Так как «эксплицитность и имплицитность – онтологическое свойство языка, способное проявиться на разных языковых уровнях» [Пантеева, 2020, с. 133], то мы рассмотрим это свойство на примере языка соцсетей.

Твиттер позволяет Илону Маску (уже на правах владельца соцсети) проявлять ярко выраженную речевую экспрессию. Количество подписчиков его аккаунта – 128, 3 млн человек (по данным на февраль 2023 года) – такая популярность позволяет отнести бизнесмена к числу «лидеров мнений» – понимая это, Маск даже предложит «*план урегулирования украинского кризиса*» – прямо у себя в социальной сети (твит от 03.10. 2022 года).

Илон Маск имеет право на личную точку зрения как бизнесмен и как человек, но стоит понимать, что это один из самых влиятельных людей мира, чья деятельность плотно уходит корнями в стратегические отрасли США – это и медицина, и робототехника, и энергетика, и, наконец, космическая отрасль. Илон Маск – это *человек-медиа*, что позволяет ему и его словам влиять на мнение и поведение широкого круга как рядовых граждан, так и мирового истеблишмента. Анализируя его твиты, мы не будем отделять Маска-бизнесмена

и Маска как политическую единицу, мы рассмотрим разные стороны его личности и то, как эти стороны проявляются в его текстах. Илон Маск имеет опосредованное отношение к политике, однако его твиты про парламентские выборы вызывают бурный общественный всплеск – ультралевые политики станут называть его «фашистом» и «реакционером» после следующей публикации: «Я голосовал за Маю Флорес. Это первый раз, когда я голосовал за республиканцев. Масштабная красная волна в 2022-м» (от 15.06.2022 года). Схожая ситуация, развернувшаяся в Твиттере, произошла и с экс-президентом США Дональдом Трампом.

Противостояние 45-го президента США с социальной сетью, начавшееся 8 января 2021 года из-за твитов по поводу *нечестности* проведенных выборов, не завершилось *до сих пор*, а результатом его явилось *появление собственной социальной сети «без цензуры»* TRUTH Social Трампа: аккаунт @realDonaldTrump был заблокирован 8 января 2021 года — через два дня после штурма Капитолия сторонниками бывшего президента, пытаясь сорвать утверждение конгрессом победы демократа Джо Байдена на этих выборах. Правление Твиттера считало, что *твиты Трампа имеют политическое значение и могут повлиять на желание людей начать беспорядки*, поскольку политик призывал к *мирному протесту* и заявлял, что его победа на выборах оказалась «украдена»:



Страницы бывшего американского президента также заблокировали крупные социальные сети, в том числе Facebook\* (компания Meta признана в России экстремистской и запрещена) и YouTube. «*Эти коррумпированные компании должны заплатить политическую цену, и им больше никогда нельзя позволять разрушать и превращать в руины наш выборный процесс*» — сообщил Трамп и сразу занялся созданием собственной социальной сети (сообщает Газета.ру).

Показательна сложившаяся ситуация с лингвокогнитивной точки зрения и позволяет сделать вывод о том, что тексты социальных сетей (с *каждодневно* увеличивающийся аудиторией) *оказывают прямое влияние на поведение этой самой аудитории* (иногда – на миллионы людей). В работе И. А. Стернина четко разграничиваются в связи с речевым воздействием термины *менталитет* и *концептосфера*: «менталитет мы предлагаем определить как специфический способ восприятия и понимания действительности, определяемый совокупностью когнитивных стереотипов сознания, характерных для определенной личности, социальной или этнической группы людей» [Стернин, 2001, с. 153]. То есть, нам здесь важно отметить, что в контексте анализа той или иной речевой интенции мы должны учитывать, что менталитет отдельно взятой личности обусловлен менталитетом целого народа, то есть – национальным менталитетом. Наряду с *концептосферой* это важный механизм восприятия и изучения РВ-текстов. В свою очередь, концептосфера тесно связана с менталитетом и одновременно функционирует с ним в процессе мышления: «концептосфера – сфера знаний народа – в определенной степени определяет менталитет народа, <...> концептосфера человека является *информационной базой когнитивной картины мира*, обеспечивает ее упорядоченность, структурированность и системность, обеспечивает во многом понимание воспринимаемой человеком

действительности, но не исчерпывает когнитивную картину мира, которая предполагает, кроме системы ментальных единиц-опор еще и динамические механизмы познания, *когнитивные стереотипы восприятия*» [Стернин, 2001, с. 155].

Используя приведенные понятия для анализа РВ-потенциала того или иного текста, мы понимаем, что для адресанта *вполне понятны и очевидны точки воздействия* на адресата именно со стороны его менталитета и концептосферы – мы это хорошо прослеживаем в вышеописанном противостоянии 45-го президента США, когда для восстановления справедливости (*базовой ценности всего американского народа*) ультраправые республиканцы внимают каждому слову Трампа после их проигрыша на выборах *и готовы штурмовать Капитолий*, а менталитет демократов и их лидера – нынешнего президента США Джо Байдена – не позволяет идти на крайние меры и они ведут виртуальную (словесную) войну в Твиттер, из-за которой страдает авторитет всей его администрации (к слову, «49,3% подписчиков президента США Джо Байдена в Twitter – *фальшивые аккаунты*. Об этом 17 мая [2022 года], сообщило издание *Newsweek*» [Цит. по: iz.ru].

Возвращаясь к Илону Маску, можно привести достаточное количество твитов, повлиявших на финансовую ситуацию, складывающуюся на фондовых рынках, например: «*В Clubhouse сегодня вечером в 22:00 по времени Лос-Анджелеса*» (твит от 31.01.2021 года). Конечно, рынки отреагировали молниеносно: за сутки после публикации твита акции *Clubhouse Media Group* выросли более чем на 100%, как передаёт газета *Financial Times*: «Единственная проблема здесь... что это не тот Clubhouse», — пишет издание, называя произошедшее «*эффектом Илона*» [Цит. по: РБК от 02.02.2021]. Инвесторы перепутали похожие названия двух компаний, а поводом для интереса стала лишь персона Илона Маска, который 01.02.2021 года написал, что даст интервью случайным пользователям социальной сети Clubhouse. Пользуясь работой А. Н. Баранова, определим такие публикации как твиты «с имплицитной семантикой», так как в данном высказывании отсутствует прямой призыв: вербальный императив является неэксплицированным. Призыв к скачиванию или использованию приложения Clubhouse выражается не явно, а косвенно с помощью употребления локатива «в Clubhouse», представляющего собой название новой социальной сети, которое впоследствии инвесторы перепутали с наименованием компании *Clubhouse Media Group*.

Имплицитность также проявляется в твитах с иносказательной составляющей, содержащей подтекст, но так как, по В. А. Кухаренко, «подтекст – это *сознательно* избираемая автором манера изложения» [Цит. по: Баранов, 2011], то мы можем исследовать такой твит с лингвокогнитивной точки зрения, например этот: «*По большому счёту более половины моих твитов были изобретены на фарфоровом троне*» (твит от 22.11.2021 года). Очевидно, под «фарфоровым тронem» подразумевается унитаз – слово, которое автором потребовалось заменить эвфемизмом. К тому же, «основным признаком имплицитной информации является необязательность ее получения при понимании, несто процентность ее восстановления слушающим» [Баранов, 2011]. Такая языковая игра с аудиторией вызывает ее активность, экспоненциально возрастает число лайков и ретвитов. Равно как и в этом случае: «*птичка свободна*» (твит от 28.10.2022 года) – по случаю приобретения Маском социальной сети Твиттер, символом которого является эта самая птичка, это сообщение прямо интерпретируется как радостный лозунг в честь «освобождения» платформы от цензуры и контроля прежнего руководства – всего два слова в сообщении (в английском варианте – четыре) – но рекордное количество лайков – 2.4 млн, ретвитов – 344 тыс., цитат – 54 тыс., что говорит о поддержке аудиторией принятого решения о покупке Твиттера Илоном Маском.

Таким образом, исследуемые материалы в виде виральных твитов демонстрируют нам возможности языка – в исследуемом случае мы наблюдаем, что бизнесмен их использует сознательно, чтобы выразить субъективное отношение к фактам действительности, но это выражение субъективного отношения становится прецедентным

экономическим и политическим феноменом. Исходя из основ теории речевой деятельности, важно отметить основное предназначение такой коммуникации в сети: «знаки существуют, поскольку каждый из них воплощает программу деятельности участников коммуникации в ситуации, обозначенной знаком. Деятельность человека как члена коллектива опосредована системой знаков; это залог и выражение ее социальности и продуктивности» [Леонтьев, 1974, с.220]. Отсюда явно следует, что умелое владение этими самыми «знаками» (имплицитно или эксплицитно явленными) и осознанное их применение (то есть понимание того, какие слова стратегически эффективны для конкретной ситуации) в социальных сетях способно изменить и финансовую ситуацию на фондовых рынках, и миропорядок, как зависимо, так и независимо от прагматических установок адресанта.

### Литература и источники

1. Баранов, А. Н. Скрытое (имплицитное) утверждение в лингвистической экспертизе текста / А. Н. Баранов. — Текст : электронный // cyberleninka.ru : [сайт]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/skrytoe-implitsitnoe-utverzhdnie-v-lingvisticheskoy-ekspertize-teksta-1/viewer> (дата обращения: 23.01.2023).
2. Кубрякова, Е.С. О контурах новой парадигмы знания в лингвистике / Е.С. Кубрякова, О.В. Александрова // Структура и семантика художественного текста : доклады VII междунар. конф. – М., 1999. – С. 186–197.
3. Леонтьев, А. А. Основы речевой деятельности / А. А. Леонтьев. — Институт языкознания АН СССР. — М. : Наука, 1974. — 333 с.
4. Пантеева, К. В. Понятия эксплицитности и имплицитности в контексте категории оценочности (на материале британского спортивного дискурса) // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2020. Т. 26. №1. С. 125–133.
5. Стернин, И. А. Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. — Воронеж : Кварта, 2001. — 227 с. — Текст : непосредственный.
6. Торреальба, А. А. Твитпломатия: влияние социальной сети Твиттер на дипломатию / Торреальба, А. А. — Текст : непосредственный // Вестник РУДН . — 2015. — № 3. — С. 152-163.
7. Что творится с рынком после взрывных твитов Илона Маска: 5 ярких примеров . — Текст : электронный // РБК : [сайт]. — URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/5eb2c9719a7947889ba1dfa3> (дата обращения: 01.02.2023).

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

**УДК 81'42**

### **СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ РЕЧЕВОГО ВОВЛЕЧЕНИЯ БЛОГЕРОВ РАЗНЫХ ЛИНГВОКУЛЬТУР**

**Самсонова К. А.**

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[cashks11@gmail.com](mailto:cashks11@gmail.com)

**Аннотация.** Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию стратегий и тактик речевого вовлечения русскоязычных и англоязычных

блогеров. Объектом исследования являются стратегии и тактики речевого вовлечения блогеров разных лингвокультур, а предметом – блоги представителей русскоязычной и англоязычной лингвокультуры. Цель исследования – определить типичные способы управления вниманием целевой аудитории на основе русских и английских блогов. Задачи исследования: 1) определить особенности внимания как психического процесса, влияющие на восприятие целевой аудитории; 2) описать особенности адресата блогов; 3) перечислить стратегии речевого вовлечения и познакомиться с тактиками, которые реализуются в русскоязычных и англоязычных блогах; 4) проанализировать русскоязычные и англоязычные блоги и выявить тактики речевого вовлечения. В качестве источников исследования использованы блоги представителей русскоязычной и англоязычной лингвокультуры.

**Ключевые слова:** внимание, речевое вовлечение, блог, стратегии, тактики, русский язык, английский язык, целевая аудитория.

## STRATEGIES AND TACTICS OF SPEECH INVOLVEMENT OF BLOGGERS FROM DIFFERENT LINGUISTIC CULTURES

*Samsonova K. A.*

Kemerovo State University

[cashks11@gmail.com](mailto:cashks11@gmail.com)

**Annotation.** This work is devoted to a theoretical and practical study of the strategies and tactics of speech involvement of Russian-speaking and English-speaking bloggers. The object of the study is the strategies and tactics of speech involvement of bloggers of different linguistic cultures, and the subject is the blogs of representatives of the Russian-speaking and English-speaking linguistic culture. The purpose of the study is to identify typical ways to manage the attention of the target audience based on Russian and English blogs. Research objectives: 1) to determine the features of attention as a mental process that affect the perception of the target audience; 2) describe the features of the blog recipient; 3) list the speech engagement strategies and get acquainted with the tactics that are implemented in Russian and English blogs; 4) analyze Russian-language and English-language blogs and identify speech engagement tactics. Blogs of representatives of the Russian-speaking and English-speaking linguocultures were used as research sources.

**Keywords:** attention; speech involvement; blog; strategies; tactics; Russian language; English language; target audience.

В последние несколько лет блогеры занимают все больше пространства в медиасфере по всему миру. Это обуславливается тем, что у каждого блогера есть своя аудитория, которая в режиме реального времени следит за всеми высказываниями и действиями медиаперсоны. У каждого блогера есть своя целевая аудитория - группа людей, которую блогер хочет привлечь и удержать в своем блоге, это могут быть люди определенного возраста, пола, социального статуса, интересующиеся конкретными темами.

Для того, чтобы удержать внимание к своей персоне и к своему блогу, контентмейкеры по всему миру придерживаются определенных стратегий и тактик. «Внимание - это феномен сознания и оно напрямую связано со всякой человеческой деятельностью, оно - следствие проявления организации деятельности и может быть понятно только через анализ последней» [Гиппенрейтер, 1993, с. 167].

Речевое вовлечение и внимание являются важными аспектами эффективной коммуникации. Речевое вовлечение подразумевает умение заинтересовать своего оппонента и поддерживать его внимание в течение всего процесса взаимодействия. Этого можно достичь благодаря использованию ярких образов, интересных фактов, эмоционального подхода к теме.

Захватить и удержать внимание огромного количества людей (целевой аудитории) - нелегкая задача даже для профессионала. Для того, чтобы быть интересным своей аудитории и управлять ее вниманием, многие блогеры прибегают к различным стратегиям и тактикам для поддержания интереса. Стратегия речевого поведения - способ речевого поведения, в данной ситуации общения соотносимый с конкретными коммуникативными задачами.

Аудитория - группа лиц, выступающих в качестве получателей информации. Зачастую термином «аудитория» обозначаются адресаты в групповой и массовой коммуникации. Особым видом аудитории является целевая аудитория, её главной чертой является то, что это группа людей, которую блогер пытается привлечь к своим продуктам, услугам, действиям и словам.

Как именно формулировать содержание сообщений для целевой аудитории, зависит от конкретной ситуации, целей и характеристик аудитории. Однако, в целом, можно выделить несколько основных принципов, которые следует учитывать при составлении контента для целевой аудитории: 1) определить потребности и интересы аудитории: чтобы сообщение было эффективным, оно должно быть актуальным и интересным для целевой аудитории, поэтому сначала нужно определить, какие темы и проблемы важны для вашей аудитории, какие вопросы ее волнуют, какие интересы у нее есть; 2) адаптировать контент под характеристики аудитории: в зависимости от возраста, пола, образования, профессии и других характеристик вашей целевой аудитории, необходимо адаптировать содержание сообщений, например, для молодежи можно использовать неформальный язык, для профессиональной аудитории – терминологию или профессиональный жаргон; 3) использовать привлекательный и убедительный стиль: чтобы ваше сообщение привлекло внимание аудитории и оказало нужное воздействие, необходимо прибегать к ораторскому мастерству, рекомендуется использовать простые и понятные слова, яркие иллюстрации, приводить четкие аргументы и примеры; 4) помнить о целях и задачах. При составлении контента необходимо помнить о целях и задачах, которые вы ставите перед собой, например, если вы хотите продвинуть свой продукт, то необходимо включить информацию о его преимуществах и возможностях, а если нужно повысить лояльность аудитории, то стоит использовать контент, который вызывает положительные эмоции и чувства; 5) следить за результатами, чтобы оценить эффективность вашего контента, для этого анализируйте статистику просмотров, комментариев, лайков и других показателей, чтобы понимать, что работает, а что нужно изменить.

В зависимости от того, к какой лингвокультуре принадлежит блогер и его целевая аудитория, приемы и тактики речевого вовлечения у русскоязычных и англоязычных блогеров будут различаться. Это обуславливается тем, что каждой культуре присущи свои особенности, способы излагать мысли и варианты поведения.

В завершение стоит привести слова Д. Б. Карнеги, с которыми нельзя не согласиться: «Всегда есть причина, почему другой человек думает и поступает именно так, а не иначе. Выявите эту скрытую причину, и у вас будет ключ к его действиям, а возможно, и его личности» [Карнеги, 1981, с. 76].

### **Литература и источники**

1. Гиппенрейтер, Ю. Б. Психология внимания: Хрестоматия по психологии. – М.: АСТ, 1993. – 167 с.
2. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
3. Карнеги, Д. Б. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей. – М.: Прогресс: Кооператив "Голос", 1990. – 281 с.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор, заведующий кафедрой стилистики и риторики Мельник Н. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК81'42

## ОТРАЖЕНИЕ ЧЕРТ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ НА ГРАММАТИЧЕСКОМ УРОВНЕ ЯЗЫКА (НА МАТЕРИАЛЕ АРМЕЙСКОГО ПИСЬМА)

*Славинская Е. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[slavinskaya.liza77@gmail.com](mailto:slavinskaya.liza77@gmail.com)

**Аннотация.** В данной статье рассматривается интерпретация особенностей реализации грамматического уровня языка в текстах естественной письменной речи как основа для выделения черт языковой личности автора. Исследование проводится на основании текстов армейского письма. Материал был выбран на основании его принадлежности к текстам естественной письменной речи, предполагается, что именно тексты ЕПР позволяют максимально точно провести языковое портретирование. В рамках исследования проводится морфологический и синтаксический анализ текста, на основе результатов которого выделяются черты личности авторов писем. В перспективе планируется создание комплексных портретов языковых личностей авторов на основе анализа разных уровней и планов языка.

**Ключевые слова:** естественная письменная речь, лингвоперсонология, речевое портретирование, языковая личность.

## REFLECTION OF THE FEATURES OF A LANGUAGE PERSONALITY ON THE GRAMMAR LEVEL OF THE LANGUAGE (BY THE MATERIAL OF THE ARMY LETTER)

*Slavinskaya E. S.*

Kemerovo State University

[slavinskaya.liza77@gmail.com](mailto:slavinskaya.liza77@gmail.com)

**Annotation.** This article discusses the interpretation of the features of the implementation of the grammatical level of the language in the texts of natural written speech as a basis for highlighting the features of the author's linguistic personality. The study is conducted on the basis of the texts of the army letter. The material was chosen on the basis of its belonging to the texts of informal fluent written speech, it is assumed that it is the texts of the informal fluent written speech that allow for the most accurate linguistic portrayal. As part of the study, a morphological and syntactic analysis of the text is carried out, based on the results of which the personality traits of the authors of the letters are distinguished. In the future, it is planned to create complex portraits of the linguistic personalities of the authors based on the analysis of different levels and planes of the language.

**Key words:** informal fluent written speech, linguopersonology, speech portraiture language personality.

Индивидуальная, «обыденная» языковая личность не получает столько внимания, как национальные, общенародные языковые личности или ЯЛ выдающихся персон. А в существующих исследованиях, посвящённых конкретным обыденным личностям, на первый план выходят стилистические особенности, или особенности лексики, особенности синтаксиса затрагиваются только как показатель освоения норм языка (например, в работах Н.В. Логуновой и Л.Л. Матизовой [Логунова, Матизова, 2018, с. 27-36]).

В нашей работе внимание сфокусировано непосредственно на реализации грамматического уровня языка в текстах рядового автора писем. Цель данной работы –

выявить отражение черт языковой личности автора на основе реализации автором грамматического уровня языка в текстах естественной письменной речи.

Данное исследование проводится на материале писем из армии (написанные жителем Кузбасса Максимом Г. в 2016г.) и из военного училища (написанные жителем Кузбасса Иваном Клименковым в 1953-54 гг.). Предметом изучения являются отдельные черты языковой личности автора, отражённые на грамматическом уровне языка. В качестве объекта изучения были выбраны именно письма, т.к. они являются реализацией одного из жанров естественной письменной речи (далее ЕПР). Н. Б. Лебедева отмечает такие признаки ЕПР как: письменная форма, спонтанность и непрофессиональность исполнения [Лебедева, 2001, с. 260-261]. Предполагается, что именно благодаря спонтанности написания, а также отсутствию цензуры и редактуры, в текстах ЕПР языковая личность автора отражена максимально полно, соответственно, именно благодаря анализу подобного материала можно составить подробный комплексный портрет языковой личности.

В данном исследовании рассматривается отражение черт языковых личностей на грамматическом уровне языка, а именно — в морфологических и синтаксических особенностях. Гипотезой стало утверждение о том, что выбор автором тех или иных средств, часть речи, методов построения предложения проявляет персонное начало автора — « Чем большую возможность выбора язык предоставляет говорящим, тем более отчетливо проявляется его зависимость от персонного фактора, так как любой выбор неизбежно связан с интенциональностью и – шире – с субъектностью и субъективностью автора и получателя речевого произведения» [Голев, 2014, с. 6-12]. На основе анализа данных выборов можно сделать выводы об уровне владения автором языком, о его темпераменте, темпе мышления и т.д. Несомненно, окончательные выводы можно делать лишь вкупе с комплексным анализом текста, на основе результатов, подтверждающих или опровергающих выводы, сделанные при анализе грамматического уровня языка.

Основными инструментами при изучении грамматического уровня языка писем стал морфологический и синтаксический анализ фрагментов текста. На основе результатов анализа выдвигались предположения о чертах языковой личности автора. Черты, проявившиеся и на других уровнях языка, легли в основу портрета языковой личности автора.

Ниже, в качестве примера, приведём синтаксический и морфологический анализ фрагментов из писем каждого из авторов, а также выводы, сделанные на их основе.

**Фрагмент письма И. Клименкова:** *«Немного задержался с ответом. Извини. Дело в том, что предвидились небольшие изменения. Поэтому сборы, подготовка. Но пока пришлось остаться на месте. Ну чтож. Пару слов о себе. Здоров. Учеба идёт хорошо. Троек нет. А это не так уж и плохо».*

Предложения в данном отрывке повествовательные, за исключением побудительного «Извини.»; невосклицательные. Присутствуют как односоставные, так и двусоставные предложения. Большая часть предложений распространённые, но нераспространённые также присутствуют. Есть сложноподчинённое предложение. Предложения неосложнённые. Есть группы предложений, которые было бы логичнее объединить в сложные предложения, например: «Пару слов о себе: здоров, учёба идёт хорошо, троек нет», однако автор писем прибегает к парцелляции.

Морфологический анализ данного фрагмента: в отрывке из сорока слов используются существительные (11 единиц), наречия (6 единиц), глаголы (5 единиц), прилагательные (2 единицы), союзы, частицы и междометия. Все формы образованы корректно, согласованы между собой. Орфографическая ошибка присутствует в корне, также есть ошибка в слитном написании частицы «ж».

На основании анализа фрагмента можно сделать вывод, что автор владеет грамматикой на высоком уровне, может использовать разнообразные синтаксические

конструкции. В тексте используются разные части речи, при этом видно, что преобладание тех или иных частей речи связано со строением предложения и его содержанием — в предложениях, склонных к парцелляции, часто опускается сказуемое, поэтому преобладают существительные. В сложных, пространственных предложениях можно отметить большее число глаголов.

Можно предположить, что автор писем — лаконичный человек (если судить по парцелляции), деятельный (достаточно большое количество глаголов), последовательный — связь в предложениях логичная и правильная.

**Фрагмент письма Максима Г.:** *«Этот 2016 год оказался для меня тяжелым испытанием наградой которого является победа над самим собой, способность видеть больше возможностей в жизни, преодоления сложностей, высокая стрессоустойчивость, бесценный жизненный опыт, любовь к свободной жизни, а самое главное — это встреча с Вами, Мои Мама и Папа! А также с моими самыми лучшими и близкими друзьями — Рондик, Макс и Юля.»*

Предложения в данном отрывке повествовательные, одно из предложений восклицательное, второе — невосклицательные. Одно из предложений двусоставное, другое — односоставное, номинативное. Предложения распространённые. Есть сложноподчинённое предложение. Предложения осложнены рядами однородных членов. В первом случае ряд однородных предложений не согласован, достаточно громоздок, но автор не считает необходимым его упрощать или разбивать.

Морфологический анализ данного фрагмента: в отрывке из сорока слов используются существительные (22 единицы), прилагательные (13 единиц), глаголы (3 единицы), союзы, частицы и местоимения. Все формы образованы корректно, однако есть ошибки при согласовании ряда однородных членов. Орфографические ошибки отсутствуют.

На основании анализа фрагмента можно сделать вывод, что автор имеет богатый словарный запас, образную и развитую речь, но имеет сложности с согласованием при построении сложных оборотов. В тексте используется большое количество прилагательных и существительных, что обусловлено перечислением факторов. Можно предположить, что автор — человек экспрессивный (на основании длинного ряда эмоционально окрашенных однородных членов, которые слабо согласуются), склонен к образному мышлению (достаточно большое количество прилагательных).

Можно сделать вывод, что на основе анализа грамматического уровня языка действительно можно выделить черты языковой личности. Несомненно, данные результаты нуждаются в верификации путем сопоставления с результатами анализа других уровней языка, отраженных в письмах. В перспективе данное исследование предполагает составление комплексных портретов обоих языковых личностей на основе интерпретации отражения нескольких уровней и планов языка в текстах, произведённых ими, и сопоставление этих портретов.

#### **Литература и источники:**

1. Голев, Н. Д. Лингвоперсонологическая гипотеза языковой системности / Н.Д. Голев // Общетеоретические и типологические проблемы языкознания: сборник научных статей. – Бийск: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Алтайская государственная академия образования имени В.М. Шукшина", 2014. – С. 6-12.
2. Лебедева, Н. Б. Естественная письменная русская речь: проблемы изучения / Н. Б. Лебедева // Русский язык: исторические судьбы и современность: Международный конгресс исследователей русского языка (Москва, филологический факультет МГУ

им. М.В. Ломоносова, 13 - 16 марта 2001 г.): труды и материалы. – М.: Изд-во МГУ, 2001. -С. 260 - 261.

3. Логунова, Н. В, Мазитова Л. Л. Портрет исторической языковой личности жителя уральской провинции Ивана Мальцева (на материале частных писем дореволюционного периода)/ Н.В. Логунова, Л.Л. Мазитова // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология.– Пермь, 2018. С. 27-36

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

**УДК 81`42**

## **ГОЛОСОВОЕ СООБЩЕНИЕ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ТЕМПЕРАМЕНТА АВТОРА**

*Ст епаненко А. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Ulanovka1973@mail.ru](mailto:Ulanovka1973@mail.ru)

**Аннотация.** В данной статье представлено исследование темперамента языковой личности на основе спонтанно созданных персонотекстов - голосовых сообщений. Материалом исследования стали 40 голосовых сообщений из социальной сети «ВКонтакте». В результате проведенного исследования был составлен список вербальных параметров, которые можно использовать с целью идентификации темперамента языковой личности по ее голосовому сообщению: громкость голоса; скорость речи; паузы-остановки, длительность высказывания; преобладающие части речи; преобладающие дискурсивные слова. Параметр «преобладающие части речи» имеет семантическую детализацию (глаголы конкретного действия; глаголы эмоционального состояния; имена существительные, обозначающие предмет / действие и т.п.).

**Ключевые слова:** персонотекст, языковая личность, темперамент, голосовые сообщения.

## **LINGUISTIC SIGNS OF TEMPERAMENT: AN EXPERIMENTAL LINGUOPERSONOLOGICAL STUDY OF VOICE MESSAGES**

*Stepanenko A.S.*

Kemerovo State University

[Ulanovka1973@mail.ru](mailto:Ulanovka1973@mail.ru)

**Annotation.** The article examines how the author's temperament manifests itself in oral speech (based on the material of voice messages). The aim of the work is to study the temperament of a linguistic personality on the basis of person-texts - voice messages. The research material was 40 person-texts of voice messages from the Vkontakte social network. In the course of the study, such methods as analysis and induction were used (analysis of the person texts of voice messages and drawing up a general conclusion about each temperament). As a result of the research presented in the article, it was proved that each part of speech predominates mainly in the types of temperament and what prevails over what, also which discourses are used most often.

**Keywords:** persontext, language personality, temperament, voice messages.

В настоящее время существует множество средств и способов общения. Человечество сделало огромный шаг в продвижении и усовершенствовании коммуникации. Благодаря социальным сетям взаимодействие людей на расстоянии стало возможным в формате «здесь и сейчас». Социальные сети - это не только доступная коммуникацию, но и

огромная база данных речевых образцов (устных и письменных персонотекстов) разных людей.

Идея нашей научной работы состоит в том, что голосовое сообщение может являться материалом для идентификации темперамента личности.

Объектом исследования является персонотекст как носитель темперамента автора, предметом исследования - интонационные и лексико-грамматические особенности устной речи, свидетельствующие о проявлении темперамента автора.

Персонология представляет собой науку о личности. Внимание исследователей направлено на изучение речевой деятельности языковой личности, писателей, поэтов, ораторов, поэтому само понятие «языковая личность» разрабатывается согласно образу автора. Есть индивидуальная «языковая личность», а есть групповая «языковая личность». Это говорит о различных вариантах осуществления языковой способности носителя языка и о его характерных признаках, так как эти свойства подтверждают то, что уже было выделено специалистами (психологами, педагогами) на основе их собственных критериев. Так как наша работа выполняется в лингвоперсонологическом аспекте, то исследовательский материал рассматривается как персонотекст. Под персонотекстом мы понимаем текст в плане проявления в нём особенностей языковой личности автора текста. За каждым тестом стоит языковая личность автора.

В концепции Ю.Н. Караулова языковая личность – понятие, которое предполагает различные аспекты её изучения. Лингвист выделяет следующие признаки языковой личности является: 1. Черты развития языковой личности. Внешние (семья, школа, место проживания) и внутренние (пол, возраст и другие психологические категории). 2. Коммуникативные потребности языковой личности. Соблюдение норм грамотной речи, фонетические, лексические, грамматические особенности. Сюда же относятся особенности коммуникативного поведения языковой личности (этикет, использование невербальных средств общения и др.). 3. Речевая рефлексия языковой личности (уровень развития и способы проявления). 4. Соотношение группового и индивидуального в речи языковой личности (новообразования, сленг). 5. Особенности языковой картины мира языковой личности. 6. Уровень развития языковой личности. [Караулов, 2004, с.31]

Н.Д. Голев выдвигал гипотезу о введении понятий лингвоперсонологическое функционирование языка и лингвоперсонологическое варьирование. Вместе с ними можно выделить метаязыковой аспект описания, где тексты рассматриваются как персонотексты [Голев, 2004, с.4]. Понятие языковой личности основывается на концепте лингвистической персонологии. Можно выделить два типа: стандартная языковая личность, которая отражает литературно обратную норму языка; нестандартная, где происходит уклон от установленных образцов, этот тип включает в себя верхи и низы культуры языка. К верхам отнесены персоны, которые создают культурные тексты, на данной ступени проявляется креатив, возможности человека; к низам можно отнести жаргоны, ненормативную лексику [Голев, 2004, с.5].

В начале 21 века в работах у Н.Д. Голева появились лингвоперсонологические функции и вариативности языка. Путь к исследованию языковой личности представлен в далее упомянутых типах: 1) психологический анализ; 2) социологический анализ; 3) культурологический анализ; 4) лингвистический анализ; 5) прагмалингвистический анализ [Голев, 2009, с.141].

Н.В. Мельник выделяет два вида текста: внутритекстовый (содержит текст, который не выходит за рамки представленного) – затекстовый (предполагают выход за рамки текста); субъективный – объективный и т.д.). Также отмечены два подхода с позиции личности и с позиции языка [Мельник, 2014, с.185].

По тесту Ганса Юргена Айзенка выдвигаются четыре типа темперамента (пассивный интроверт-флегматик, активный экстраверт-сангвиник, эмоциональный интроверт-меланхолик, эмоциональный экстраверт-холерик). «С точки зрения экспрессивности у

сангвиника более выразительна интонация речи, чем у флегматика. Именно интонация делает речь более выразительной и эмоциональной» [Пентегова, 1999, с.108].

Речь сангвиника интенсивна, темп быстрый, язык чёткий, фразы длинные/короткие. Самая популярная часть речи в персонотекстах сангвиников – глагол. У них преобладают глаголы конкретного действия: «пройти», «вставать», «врать», «справиться», «посчитать», «читать», «тратить», «взять», «выматывать», «устать»; глаголы движения: «пойти», «сходить», «поехать», «позаниматься»; глаголы изменение состояния: «грустить»; глаголы деятельности органов чувств: «смотреть»; глаголы с отрицательной частицей не: «не знать», «не хотеть», «не читать», «не брать», «не произойти». Характерные дискурсивные слова: «типа», «ну», «вот», «в общем», «вообще», «кстати», «короче». Также превалируют повествовательные, невосклицательные (восклицательные выявлены только у эмоциональных сангвиников в малом количестве) и простые/сложные предложения, где спокойный сангвиник использует длинные и сложные предложения, а эмоциональный сангвиник короткие и простые.

Речь флегматика плавная, медлительная, язык чёткий, фразы длинные. Для флегматиков характерная часть речи – существительное. Преобладают предметные существительные: «нерв», «уборка», «хлеб», «магазин», «интернет»; существительные, обозначающие время, дни недели: «день», «воскресенье», «утро», «час», «неделя»; существительные (явления природы): «снег», «снежок», «сугроб»; Существительное действие: «ходьба»; существительное обозначает людей: «мать», «Алёна», «охранник», «бомж». Дискурсивные слова: «вот», «короче», «чё», «ну», «в общем», «блин», «типа». Превалируют повествовательные, восклицательные/невосклицательные, сложные предложения. У эмоциональных флегматиков фразы длинные, более резкие негативные, агрессивные. Они накапливают агрессию в отличии от спокойных флегматиков. У флегматиков чаще, чем у других типов темперамента встречаются побудительные предложения. Флегматики и меланхолики чаще, чем сангвиники проявляют в речи свою неуверенность.

В речи меланхолика присутствует отрицательная оценка состояния «плохо». Меланхолик также предпочитает стилистически окрашенные слова. В взвинченном состоянии меланхолик часто начинает напоминать холерика в нормальном состоянии. У меланхолика язык четкий/сбивчивый, фразы длинные/короткие. Для меланхоликов характерная часть речи – существительное. Существительное-предмет: «улица», «погода», «состояние», «пара», «поход», «банкомат», «ошибка», «проблема»; существительное состояние человека: «разбитость»; существительное времени: «день», «минута»; существительное-действие: «сон»; существительное обозначает людей и животных: «мама», «терапевт»; существительное-географическое название: «Радуга»; существительное явление природы: «буря». Дискурсивные слова: «ну», «вот», «короче», «вообще», «чё», «кстати», «типа», «блин». Превалируют повествовательные, невосклицательные (восклицательные выявлены только у эмоциональных сангвиников в малом количестве), простые/сложные предложения. В эмоциональном состоянии меланхолик начинает напоминать холерика в спокойном состоянии.

Речь холериков ускоренная и громкая, его интонация постоянно меняется, язык сбивчивый, фразы короткие. Для холериков характерная часть речи – глагол. Глаголы конкретного действия: «проснуться», «танцевать», «умереть», «заниматься», «померить», «написать», «забрать»; глаголы движения: «ходить», «поехать», «приехать»; глаголы изменение состояния: «болеть», «заболеть»; глаголы деятельности органов чувств: «посмотреть», «увидеть»; глаголы с отрицательной частицей не: «не ходить», «не отрабатывать», «не быть», «не знать», «не собирать». Дискурсивные слова: «вот», «в общем», «короче», «вообще», «типа», «ну», «блин», «чё». Превалируют повествовательные, восклицательные/невосклицательные, простые/сложные предложения (в спокойном и эмоциональном состояниях заглавными остаются сложные).

Результаты, полученные на основе анализа голосовых сообщений, позволяют представить список вербальных параметров, по которым отличаются персонотексты языковых личностей разных темпераментов: громкость голоса; скорость речи; паузы-остановки, длительность высказывания; преобладающие части речи (с семантической детализацией); преобладающие дискурсивные слова.

#### Литература и источники

1. Голев, Н. Д. Языковая личность, антропотекст и лингвоперсонологическая гипотеза языка / Н. Д. Голев // Филология: XXI века теория и методика преподавания: Материалы Всероссийской конференции, посвященной 70-летию БГПУ, Барнаул, 10–11 декабря 2004 года / Под редакцией Н.Б. Лебедевой, Е.А. Косых. — Барнаул: Барнаульский государственный педагогический университет, 2004. — С. 4-10.
2. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. Москва: УРСС, 2004. — 261 с.
3. Мельник, Н. В. Деривация русского текста: Лингвистические и персонологические аспекты / Н. В. Мельник. Москва: ЛЕНАНД, 2014. — 278 с.
4. Пентегова, О. Ю. Влияние темперамента человека на его речь / О. Ю. Пентегова // Вопросы стилистики. — 1999. — № 28. — С. 108-114.
5. Резанова З. И., Иванцова Е. В. Лингвоперсонология: типы языковых личностей и личностно-ориентированное обучение: Коллективная монография —Томск: Вестн. Том. гос. ун-та, 2009. — 258 с.

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

УДК 81`42

### ЛИНГВОСИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕКСТА НОВОСТИ И ЕЁ ОБСУЖДЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

*Сушкина М. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[mariya.sushkina@mail.ru](mailto:mariya.sushkina@mail.ru)

**Аннотация.** В статье рассматриваются центростремительная и центробежная тенденции и их самоорганизацию (через лингвосинергетику). Целью исследования является изучение аспекта системности комментирования новостей в социальных сетях и его лингвосинергетического выражения. Материал исследования – пост из социальной сети Вконтакте и комментарии к нему. В статье производится лингвосинергетический анализ комментария: определяется тип виртуальной личности комментатора, далее производится анализ с опорой на конкретные словесные выражения пользователя. Также был осуществлен прогностический анализ (от типа виртуальной личности и через признаки, присущие конкретному типу). В результате доказывается саморазвивающийся характер центробежной и центростремительной тенденции в интернет-текстах.

**Ключевые слова:** интернет-текст, социальные сети, центростремительная тенденция, центробежная тенденция, комментарии, лингвосинергетика.

### LINGUOSYNERGETIC ANALYSIS OF THE NEWS TEXT AND ITS DISCUSSION IN SOCIAL NETWORKS

*Sushkina M. A.*

Kemerovo State University

**Annotation.** The article discusses centripetal and centrifugal tendencies and their self-organization (through linguosynergetics). The aim of the study is to study the aspect of the consistency of commenting on news in social networks and its linguosynergetic expression. The research material is a post from the Vkontakte social network and comments on it. The article provides a linguosynergetic analysis of the comment: the type of virtual personality of the commentator is determined, then an analysis is performed based on specific verbal expressions of the user. A prognostic analysis was also carried out (from the type of virtual personality and through the characteristics inherent in a particular type). As a result, the self-developing nature of the centrifugal and centripetal trends in Internet texts is proved.

**Key words:** internet text, social networks, centripetal trend, centrifugal trend, comments, linguosynergetics.

Изучение тенденций общения в интернете является актуальным направлением в науке, поскольку сфера интернета и коммуникаций в ней активно развивается. Особенно важно изучение отношений личности и языка в сети, поскольку интернет-коммуникация является особым типом общения. Свобода выражения личностью своей позиции в интернете позволяет лучше отследить как тенденции сети, так и узнать новое о самой виртуальной личности. Каждая личность индивидуальна, с другой стороны есть свои клише (дающие определенную предсказуемость её языковых «действий»), однако, также личность входит в определенный тип, в котором прослеживаются свои закономерности. Лингвосинергетический подход позволяет лучше понять взаимодействие людей в сети посредством текстов. Научная проблема, заключающаяся в саморазвивающемся характере интернет-общения, продолжает изучаться.

Научная идея, на которой строится исследование, состоит в том, что все комментарии к одному посту составляют целостную текстовую систему (организованную центростремительной и центробежной тенденциями) и, в связи с самоорганизацией этих тенденций лингвосинергетический подход позволяет лучше выявить конкретные проявления этих тенденций, а также взаимодействие языка и личности.

Объектом исследования является соотношение центробежной и центростремительной тенденций комментирования новостей в социальной сети и их саморазвивающийся характер.

Предметом исследования является анализ соотношения тенденций комментирования.

Целью исследования является изучение аспекта системности комментирования новостей в социальных сетях и его лингвосинергетического выражения.

Материалом для основного исследования стал новостной текст из социальной сети и комментарии к нему. Конкретно был рассмотрен пост из социальной сети Вконтакте, сообщества «Типичный Кемерово», опубликованный 1 октября 2021 года ([https://vk.com/wall-32699126\\_1727848](https://vk.com/wall-32699126_1727848)) и комментарии к нему в количестве 115 единиц.

Синергетика – это область знания, изучающая самоорганизацию и саморазвитие определённых систем. Соответственно, лингвосинергетика – это область знания, изучающая самоорганизацию и саморазвитие систем языка. «Синергетический анализ языка позволяет получить новое знание о смыслообразовании, об организации коммуникативных процессов» [Гураль, 2007, с.7]. Язык содержит потенциал сам в себе. И каждая единица языка, любая фраза, диалог – это развитие исходного данного и в нём есть потенциал саморазвития.

Лингвосинергетика является особым методом для исследования текстов и коммуникативных феноменов. Она воплощает «идеи наличия в языке специфического системного образования, организующего взаимодействие внешних и внутренних явлений, связанных детерминационными отношениями» [Голев, 1998]. Системность тенденций

интернет-текста уже доказывалась ранее в статье «Соотношение центробежной и центростремительной тенденций в комментировании новостей в социальных сетях» [Сушкина, 2022]. С включением в изучение интернет-текстов лингвосинергетики, исследование выходит на более глубокий уровень.

Каждая личность индивидуальна, с другой стороны есть свои клише (предсказуемость), она входит в определенный тип и одинаковость формирует центростремительные тенденции. В интернете происходит свободный, открытый диалог виртуальных личностей и такие взаимодействия «в языке представлены как сеть, сплетенная из отдельных коммуникативных актов» [Гураль, 2007, с.8]. Также стоит упомянуть о том, что «синергетический подход обнаруживает спонтанность в речепорождении, позволяет проследить влияние коммуникативной среды на содержание речевых произведений» [Гураль, 2007, с.9].

В связи с этим, для определения взаимосвязи языка и личности и подробного рассмотрения их взаимовлияния была разработана методика лингвосинергетического анализа, включающего в себя также прогностический компонент.

Концепция проведения лингвосинергетического и прогностического анализов:

Отталкиваясь от типа виртуальной личности (используются типы виртуальной личности по Р.И. Зекерьяеву) – предположения реакции на тот или иной стимул (в пример берётся по одному комментатору каждого типа личности). В первую очередь производится анализ уже существующего высказывания – что из него относится к типу виртуальной личности? Приводятся также конкретные слова и выражения, доказывающие принадлежность к определенному типу виртуальной личности. Оценка происходит по определенным критериям (критерии взяты из статьи Р.И. Зекерьяева «Типы виртуальной личности интернет-пользователя»). В связи с критериями конкретного типа личности осуществляется прогностический анализ.

Пример комментария взят из статьи «Соотношение центробежной и центростремительной тенденций в комментировании новостей в социальных сетях» [Сушкина, 2022], для наглядности разницы анализа системности и лингвосинергетического анализа:

«Татьяна Липатова:

Не смогли продумать транспортную развязку на Московскую площадь элементарно! Интересно, как подобными мозгами собираются грамотно продумать обеспечение приезжающих, как они думают, работой/жильем/дорогами/парковками.... ТЦ все позакрывали - негде стало элементарно одеваться нормально, не говоря уже о чем то ещё!!!!»

Определение типа личности:

«**Провокатор** – личность с социальными личностными установками, отличающаяся выраженной фемининностью и агрессивностью. В виртуальном обществе не совершает активных действий до тех пор, пока окружающие его виртуальные личности не ставят под угрозу его личностные ценности. В случае конфликта не способен к конструктивной беседе, часто становится жертвой. Считается виктимным типом, так как в виртуальном сообществе часто привлекает к себе внимание, становится участником конфликта, в котором не может постоять за себя» [Зекерьяев, 2019].

Проявление «провокатора»:

Фактор типа личности	Чем выражен
Нормативность	В целом, комментарий нормативен. Нет нецензурных выражений. Почти нет ненормативных оскорблений кого-либо и т.д. Личность демонстрирует требовательность к порядку и правильности действий со стороны других людей. «грамотно продумать» - выражение говорит о том, что

	<p>комментатор нормативно выражает свою позицию, несмотря на негативную оценку события.</p> <p>«негде стало элементарно одеваться нормально» - комментатор выражает своё недовольство ситуацией и приводит определенный аргумент.</p>
Фемининность	<p>Хотя комментатор является женщиной, лингвистически фемининность проявлена мало. Проявление происходит через эмоциональность (использование большого количества восклицательных знаков, сам эмоциональный посыл комментария).</p>
Агрессивность	<p>Агрессивность в данном комментарии проявлена умеренно и целенаправленно.</p> <p>«как подобными мозгами» - проявление агрессивности (непрямое оскорбление).</p> <p>«элементарно» - данное слово дважды повторяется в тексте комментария. Несмотря на его нейтральное значение, в контексте комментария оно используется в качестве экспрессивного выражения как проявление пассивной агрессивности.</p> <p>Такие выражения как раз показывают провокационный характер комментария.</p> <p>Использование большого количества восклицательных знаков в негативном ключе также является проявлением агрессивности (на умеренном уровне).</p>

#### Прогностический анализ:

Фактор типа личности	Возможное проявление
Нормативность	<p>Может быть проявлен в большей мере (в таком случае снижается критерий агрессивности) и в меньшей мере (повышается критерий агрессивности).</p>
Фемининность	<p>Большее проявление эмоциональности. Возможно, личный пример (для получения большего отклика и аргументации).</p>
Агрессивность	<p>Может быть проявлена в меньшей степени (например, выражение недовольства более тактично) или в большей степени (усиление эмоциональности, снижение уровня нормативности (больше выражения негатива, оскорбления)).</p>

Нормативность может быть проявлена в большей или меньшей мере. В большей мере она может быть проявлена за счет снижения агрессивности и частично большего проявления фемининности. В меньшей мере нормативность проявляется при большем проявлении агрессивности и сохранении такого фактора фемининности, как повышенная эмоциональность.

Фемининность может проявиться как в сочетании с повышенной эмоциональностью, так и с большим выражением тактичности (что также отсылает к большему проявлению нормативности). Приведенный выше комментарий преимущественно негативного характера, поэтому он в любом случае характеризовался бы эмоциональностью.

Агрессивность также может быть проявлена в разной степени. В большей степени она проявляется, если уровень нормативности понижен (например, переход на оскорбления кого- или чего-либо, повышение эмоциональности). В меньшей степени она проявляется, если более сильны аспекты нормативности и фемининности (эмоциональное проявление уменьшается, посыл текста может быть выражен более тактично, но всё же сохранять в себе негативно-агрессивный посыл).

Таким образом, центростремительная и центробежная тенденции комментирования составляют целостную текстовую систему и имеют саморазвивающийся характер. Саморазвитие показано через лингвосинергетику и этот метод показывает свою эффективность. Каждое слово в языке имеет потенциал и в интернете это наглядно показывается – любой комментарий в системе имеет потенциал для продолжения цепочки обсуждения.

#### Литература и источники

1. Очерки по лингвистической детерминации и дериватологии русского языка: коллективная монография / Халина В., Лебедева Н. Б., Голев Н. Д. – Барнаул: Алтайский государственный университет, 1998. – 252 с.
2. Гураль, К. С. Синергетика и лингвосинергетика // Вестник Томского государственного университета. 2007. №302. – С. 7-9
3. Зекерьяев, И. Р. Типы виртуальной личности интернет-пользователя // Учёные записки: электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2019 №1 (49). – С.255-263
4. Сушкина, М. А. Соотношение центробежной и центростремительной тенденций в комментировании новостей в социальных сетях // «Филология, иностранные языки и медиакommunikации: материалы симпозиума XVII (XLVIX) Международной научно-практической конференции «Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей» [Электронный ресурс] / науч. ред. Е. В. Новгородова; Кемеровский государственный университет. – С.459-462.

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

УДК 811.111.-81.342

#### СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ОПИСАНИЕ РЕЧЕВЫХ ПОРТРЕТОВ БЛОГЕРОВ

*Таловская А. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[anastasia.talovskaya@mail.ru](mailto:anastasia.talovskaya@mail.ru)

**Аннотация.** Для современной лингвистики блоги как лингвистическое явление представляют особую ценность. Наряду с устной и письменной речью, язык блогеров можно охарактеризовать как новую форму языка. Настоящее исследование посвящено описанию речевого поведения блогера на основе анализа видеоблогов. Актуальность данного исследования определяется изучением речевого поведения публичной личности. Под публичной личностью понимается конкретный человек, обладающий сознанием, свободой воли, сложным внутренним миром и специфическим отношением к своему окружению. Изучая "речевые портреты" разных людей, можно выявить речевые особенности. Сегодня люди не могут обойтись без общения в социальных сетях. Журналисты, телеведущие, блогеры и другие известные личности играют важную роль в предоставлении информации, обмене информацией со своей аудиторией и формировании общественного мнения.

**Ключевые слова:** речевой портрет, блогер, Youtube, М.Белова, публичная личность, речь.

## COMPARATIVE DESCRIPTION OF SPEECH PORTRAITS OF BLOGGERS

*Talovskaya A.A.*

Kemerovo State University

[anastasia.talovskaya@mail.ru](mailto:anastasia.talovskaya@mail.ru)

**Annotation.** For modern linguistics, blogs as a linguistic phenomenon are of particular value. Along with oral and written speech, the language of bloggers can be described as a new form of language. This study is devoted to the description of the speech behavior of a blogger based on the analysis of video blogs. The relevance of this study is determined by the study of the speech behavior of a public person. A public personality is understood as a specific person who has consciousness, freedom of will, a complex inner world and a specific attitude to his environment. By studying the "speech portraits" of different people, it is possible to identify speech features. Today, people cannot do without social media communication. Journalists, TV presenters, bloggers and other famous personalities play an important role in providing information, exchanging information with their audience and forming public opinion.

**Keywords:** speech portrait, blogger, Youtube, M.Belova, public personality, speech.

Еще несколько лет назад жизнь без социальных сетей была немыслима, но сегодня все больше людей полагаются на экспертное мнение интернет-блогеров, известных и неизвестных. Блоггинг стал неотъемлемой частью жизни человека и может оказывать прямое и мощное влияние на общее состояние языка и общественное мнение. Такое видение подтверждается в исследованиях современных лингвистов, таких как Виноградов В.В., Горелов И.Н., Седов В.В., Крысин Л.П., Леорда С.В., Матвеева Т.В. Российские исследователи, такие как Караулов Ю.Н., Маслов В.А., Данилов Г.К., также заинтересованы в осмыслении дискурсивных портретов блогеров. Однако следует отметить, что на данный момент изучены не все темы блогов. Например, остается нерешенным вопрос о воздействии речи блогеров и коммуникативных стратегиях, используемых для речи.

Существует несколько закономерностей, позволяющих выявить и представить структуру речевых портретов. Исследователи определили параметры, которые могут быть использованы для анализа этих паттернов. Одним из таких параметров является лексикон или уровень языковой личности. Он отражает знание лексических и грамматических основ языка. Он анализирует запас слов и фраз, которые обладают определенной языковой личностью.

Персонификация дискурса, в отличие от лингвистики, представляет определенный тип индивидуальности. С другой стороны, она также представляет собой пересечение в развитии индивидуальной коммуникативной компетенции. Ее можно описать как набор характеристик, определяющих речь и язык индивида. Речевой портрет – это вариации говорящего в определенной ситуации, которые используются для достижения следующей цели ситуации или стратегии, воздействующей на слушателя. Эти характеристики позволяют выявить индивидуальность. [1].

Мария Белова - грамотная, артикулированная и харизматичная девушка, и именно эти характеристики привлекли к ней внимание руководства телеканала "Россия 24". Мария была вне себя от счастья, когда получила приглашение от телеканала. Она готовила репортажи о культурных событиях и знаменитостях страны. В этот момент Мария была в своей стихии. Зрители сразу же увлеклись молодой журналисткой. Через некоторое время Мария закончила вести новостные репортажи и решила взять на себя больше ответственности на платформе YouTube. Девушка начала снимать видео о психологии,

разбирать проблемы взаимоотношений, а позже фильмы о женских проблемах и образовании. Чтобы стать ближе к своей аудитории, Мария Белова создала женский клуб "Как дела?", где обсуждаются различные темы, такие как образование, финансовая грамотность, общение, проблемы и выгорание, здоровье, как правильно говорить и первое впечатление на собеседованиях.

Речевой портрет блогера является зеркалом личностных качеств и включает в себя возрастные, гендерные, психологические, социальные, этнокультурные и языковые характеристики. В курсовой работе анализируются особенности речевого портрета блогера на примере повседневного общения Марии Беловой для создания фирменной языковой черты.

Речь телеведущей состоит в основном из простых предложений и вопросов, обращенных к гостям студии. Ее приветствие характеризуется фразой "Здравствуйте!", которая сразу ставит их на место. Интонация в разговоре - это, прежде всего, мощный способ управления эмоциональной сферой. Мария - эмоциональный человек, поэтому она говорит громко, но сохраняет спокойный голос. Иногда она отвечает на вопросы клиентов с легким смехом, что никогда не вызывает у них дискомфорта, а наоборот, привлекает их внимание.

Примеры: *"Ничего себе. Представьте себе". "Я тоже так думаю, я хочу попробовать"*. Это показывает, что Мария обладает прекрасным красноречием и является профессиональным журналистом, не жалея слов.

Девушка обладает такими фонетическими особенностями: как растягивание гласных, мелодичная, ритмичная, быстрая речь, отсутствие речевых дефектов. Использование сложных слов, сложносочиненных предложений, обращений и однородных членов общества показывает, что Мария является культурно развитым человеком в обществе.

Каламбур можно классифицировать как речевую характеристику а также представлять и различать носителей языка, которые включают различные возрастные группы и социальные слои. Это важная часть речевого профиля. Мы называем эту функцию языковых игр созданием языка, т.е. построением единиц с различными формами и значениями, и "играми, которые перестают быть играми", т.е. функцией обогащения языка через сравнение и метафору.

Следовательно, речевые портреты – это не выражение речевых предпочтений человека, а скорее набор черт, которые делают его узнаваемым. Хотя строгой схемы анализа не разработано, обзор проведенных исследований показывает, что основные методы включают: лексический уровень, анализ которого позволяет определить моменты, подлежащие описанию; способ использования языка характеризуется; на первый план выходят коммуникативные роли, стратегии и тактики.

Целью коммуникации блогеров является передача информации о событиях, которые должны быть "максимально широко известны и важны не только для участников события, но и для местного и национального населения, СМИ и органов государственной власти" [2]. Одним из важнейших аспектов типичного портретного речевого портрета является фиксация наиболее ярких элементов. При этом не все описания являются обязательными, но они составляют основу для характеристики языковых особенностей и речевого поведения. Более того, что касается речевых портретов на иностранных языках, некоторые лингвистические и культурные аспекты особенно важны.

Анализ образцовых предложений с использованием фонетических, синтаксических и лексических особенностей позволил нам понять, какие формы словоупотребления использует Мария Белова в повседневной речи. Результаты показывают, что Мария – творческая и коммуникабельная личность, что особенности ее речевого портрета подтверждают ее индивидуальность и что она легко входит в новые круги общения благодаря хорошо развитому языковому стилю поведения.

Таким образом, анализ речевых портретов показывает применение различных уровней обработки языка. Одним из важнейших аспектов характеристики речевого портрета является выделение наиболее значимых элементов. В данном случае не все описания являются обязательными, но они имеют решающее значение для характеристики языковых особенностей и речевого поведения. Кроме того, что касается речевых портретов на иностранных языках, некоторые лингвистические и культурные аспекты очень важны.

#### Литература и источники

1. Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник. – М., 2008. – С.80.
2. Мария Белова. [Электронный ресурс/ Youtube / Режим доступа: <https://www.youtube.com/c/MARIAKAKDELA>]
3. Мечковская, Н. Б. Социальная лингвистика [Электронный ресурс] – М.: АО Аспект Пресс, 1994 ( дата обращения: 18.02.2023)
4. Ушаков, Д. Н. Толковый словарь [Электронный ресурс] / Д. Н. Ушаков. – Режим доступа: <http://ushakovdictionary.ru/> (дата обращения: 18.02.2023).

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

**УДК 808.54**

### ОБУЧЕНИЕ НАВЫКАМ ОРАТОРСКОГО МАСТЕРСТВА СТУДЕНТОВ НЕФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ВУЗОВ

*Уст инова Е. А.*

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения»  
[yekaterina.ustinova.04@bk.ru](mailto:yekaterina.ustinova.04@bk.ru)

**Аннотация.** Данная статья является обзором основных положений, необходимых для развития ораторского мастерства. В статье рассматриваются этапы и советы подготовки к публичному выступлению, отображаются ключевые моменты тренировки, использование и поиск поддерживающих материалов, а так же обстоятельства, которые могут повлиять на сам процесс выступления. Успех оратора всегда зависит от его индивидуальных особенностей, складывающихся из множества факторов. Подготовка к выступлению – важная и неотъемлемая часть успешной презентации, поэтому ей нужно уделять много времени. Как результат, читатели получают фундамент знаний и умений, необходимых для достижения успеха как ораторы.

**Ключевые слова:** оратор, речь, ораторское мастерство, публичное выступление, подготовка.

### TEACHING THE SKILLS OF ORATORY SKILLS OF NON-PHILOLOGICAL STUDENTS

*E. A. Ustinova*

Siberian Transport University  
[yekaterina.ustinova.04@bk.ru](mailto:yekaterina.ustinova.04@bk.ru)

**Annotation.** This article is an overview of the basic skills necessary to develop your public speaking skills. The article discusses the stages and tips for preparing for public speaking, the key points of preparation, the use and search for supporting materials, as well as the circumstances that may affect the very process of speaking. The success of a public speaker always depends on his or

her individuality consisting of many factors. Preparing for a speech is an important and integral part of a successful presentation, so you must spend a great deal of time on it. As a result, readers will gain a foundation of knowledge and skills necessary to succeed as speakers.

**Keywords:** speaker, speech, oratory, public speaking, preparation.

Актуальность данного исследования обусловлена учебной и профессиональной необходимостью человека совершенствовать свои коммуникативные навыки. Мы являемся студентами<sup>1</sup> курса факультета «Публичное управление и социальные коммуникации», специальность «Реклама и связи с общественностью». Соответственно, различные коммуникативные стратегии, тактики, ораторское искусство, развитие навыков деловой коммуникации, а также функционирование медийного пространства нас касается непосредственно.

Благодаря такой дисциплине как «Русский язык и культура речи» нам предоставляется такая уникальная возможность изучить тему ораторского мастерства, проанализировать примеры успешных и некачественных выступлений известных ораторов, выявить необходимые закономерности, а также самим попробовать себя в роли оратора, презентующего исследованную тему. Становится очевидным, что данный раздел дисциплины напрямую связан с будущей деятельностью рекламистов, которым необходимо красиво и четко говорить, уметь правильно формулировать свои мысли, а также выступать перед аудиторией.

На занятиях студенты практикуют свои навыки публичного выступления и подготовки к нему. Необходимо подготовить устные доклады на основании рефератов по выбранным темам, далее выступить с ними перед студенческой аудиторией. Это позволяет обучающимся каждый раз совершенствовать свои навыки и узнавать больше об ораторском мастерстве.

Обратимся к теории по данной актуальной для большого количества людей темой. В риторике известно множество определений данного термина «ораторское искусство». Обновимся подробнее на более емких и точных.

Всем известно, риторика — «это теория и мастерство целесообразной, воздействующей, гармонизирующей речи» [Михальская, 1996, с.32]. Также можно встретить такое определение данного термина. Ораторское искусство — это искусство построения и публичного произнесения убедительных и красочных речей с целью оказания желаемого воздействия на аудиторию. [Камалова, с. 1]

Цель статьи – это обсуждение техник и приемов, которые помогают ораторам сделать выступление качественным.

Задачи нашего исследования:

- 1) показать важность умения публично выступать;
- 2) произвести анализ техник и стратегий, используемых ораторами для эффективного выступления;
- 3) акцентировать внимание на важных моментах подготовки;
- 4) выявить ключевые моменты для качественного выступления;
- 5) исследовать техники подготовки к выступлению.

Мастерство публичного выступления — это важный аспект человеческой жизни. Умение красиво и грамотно говорить необходимо всем. также важным аспектом нашего исследования состоит привлечения внимания студентов к обозначенной проблеме. Мы убеждены в том, что правильно и достойно формулировать и преподносить свою мысль очень важно всем людям вне зависимости от возраста и рода деятельности. Это пригодится не только в университете студентам, которые принимают участие в научных конференциях, и преподавателям, которые читают лекции, а также специалистам точных наук и творческих направлений [Исенова, 2007].

Аристотель определял ораторское мастерство как «способность находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета». Этот навык важен не только

медиа личностям, чья деятельность связана с публичными выступлениями, но и всем людям, находящимся в социуме. Не всегда в слушателях можно сразу увидеть заинтересованность в вас, для этого и существует такой обучающий курс, как основы ораторского мастерства. К выступлениям необходимо готовиться, в ораторской деятельности традиционно выделяется три этапа: докоммуникативный (до выхода в аудиторию); коммуникативный (в момент выступления); посткоммуникативный (выводы о выступлении) [Камалова, с. 2].

То, насколько вы информированы о аудитории перед которой будете выступать очень важно, от этого зависит ваша речь и её особенности. Так же стоит заранее уточнить некоторые особенности, под которые вам тоже стоит подстроиться.

- 1) в каких условиях придется выступать (большое помещение или маленькое, хорошая ли акустика, какое освещение и техническое оснащение и т.д.);
- 2) при каких обстоятельствах состоится встреча (предпраздничный день, запланированные тренинги, плановое обучение и т.д.)
- 3) кто наша аудитория (кем являются слушатели, которые придут на встречу, их количество; основная деятельность; возраст; уровень образования и круг профессиональных интересов).

Так, обозначенные условия можно соотнести с экстралингвистическими факторами, которые оказывают влияние на языковое сознание как говорящего, так и слушающего [Богачанова, 2016]. Ведь процесс выступления и слушания возможно спроецировать на коммуникацию адресанта и адресата, первый формулирует идею, облекая ее в языковую форму, а второй – воспринимает ее посредством языковых средств по каналу связи.

Содержание речи должно раскрывать тему, и для этого используются факты, доводы, аргументы, рассуждения, объяснения, т.е. лингвистическая сторона выступления.

Одной из эффективных практик у ораторов является «демонстрация» или визуальное сопровождение материала [Леммерман, 2002]. Так, для иллюстрирующего материал можно воспользоваться официальными документами; научной, научно-популярной литературой; справочной литературой: энциклопедиями, сборниками и т.д.; интернет-сайтами; материалами СМИ.

Совокупность умозаключений, которые применяются при выведении тезиса из аргументов, желательно показывать, т.е. воздействовать на визуальные рецепторы. Выбирается один или несколько слушателей, на его примере демонстрируется выдвинутая идея оратора, а после проводится личный или совместный анализ. Успеха достигают люди, которые могут сосредоточиться и на выступлении, и на публике одновременно.

Публику можно назвать «женщиной», она так же любит глазами и ушами, её нужно заинтересовать, потому что она обращает внимание не только на вашу мысль, но и на преподнесение мысли. Зачем приходят люди? Они приходят за энергией. Поэтому к публике нужно быть не дальше, чем на расстоянии 70 сантиметров, вся ваша энергетика должна быть направлена на них.

Есть несколько секретов ораторского мастерства, которые мы можем обозначить и предложить начинающим выступающим:

- *играйте уверенно.* Ораторское искусство требует уверенности. Если вам сложно уверенно держаться перед публикой, сыграйте уверенность как роль;
- *не читайте с листа.* Если вы будете рассказывать, ваш слушатель заинтересуется темой. Ваша цель – стать хорошим оратором, а не овладеть навыками художественного чтения;
- *наблюдайте за реакцией зала.* Ваша аудитория в зависимости от нескольких факторов может абсолютно по-разному воспринимать смысл ваших слов, учет которых поможет расставить акценты в речи правильно;

- *не оскорбляйте аудиторию.* Если вы выбрали провокационный стиль выступления, следите, чтобы ваши высказывания не были обидными для людей в зале, ведь это может настроить слушателей против вас и ваших высказываемых тезисов;

- *избегаете повторов.* Небольшая доза повторения действует одобряюще, но слишком большая усыпляет. «Искусство речи в том и состоит, чтобы преподнести повтор так, будто он только что родился» [Леммерман, 2002].

Л.В.Павлюк в своей работе сделала вывод, что «для обиденного сознания наиболее важными признаками хорошего оратора является его умение влиять на людей и достигать своей цели» [Павлюк, 2010, с.27].

В наше время умение красиво говорить помогает продвигаться по карьерной лестнице и заражать людей своими идеями. Так, например известный оратор Дмитрий Быков, на своём примере показал, что умение красиво говорить, помогает заинтересовать людей в вашем выступлении. Он умеет общаться, вовлекая в разговор аудиторию, задавая вводные вопросы: «А вы как думаете?», «Давайте посмотрим», «А вы как считаете?». Что помогает обращать на себя внимание аудитории, и говорит им о том, что ему интересно их мнение [Быков]. Темы его обсуждений всегда актуальны. Журналист быстро меняет интонацию — от сарказма и возмущения до вкрадчивости и назидательности. Этим и завоёвывает себе аудиторию.

Таким образом, можно сделать выводы о том, что мастерство публичного выступления – это совершенно особое направление изучения, которое требует серьезной отдачи и качественной подготовки субъекта презентации, начиная от сбора материала и заканчивая контактом с аудиторией. На выступление оратора оказывает влияние множество факторов, которые следует учитывать при подготовке. Знакомство с риторикой дает понимание того, что можно научиться качественно декламировать речь, т.е. стать прекрасным оратором, только необходима практика, соответственно, нужно начинать тренироваться уже с начала обучения в университете, чтобы к моменту выпуска из вуза обладать достаточными навыками не только для защиты дипломной работы, но и для ведения переговоров, установления контакта, донесения мысли до коллег и подчиненных уже в профессиональной сфере.

#### Литература и источники

1. Богачанова, Т. Д. Персонализация и деперсонализация в сфере языкового сознания (на материале вторичных текстов): дисс. ... к. филол. н. / Богачанова Т.Д.; Кем.гос.ун-т. – Кемерово, 2016. – 295 с.
2. Быков Д.Л. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=l6Qs8ogQYjo&list=PLBayPw4Lr34HL7sZvI91AmROJkEZWeUfU>
3. Исенова, Ф. К. Культура речи: Учеб.- метод. пособие /Ф. К. Исенова, О. Ф. Кучеренко. – Караганда: Изд-во КарГУ, 2007. – 175 с.
4. Камалова, Л. А. Основы ораторского искусства URL: <https://kpfu.ru/portal/docs/F917163656/Lekciya.8.Osnovy.oratorskogo.masterstva.pdf>
5. Леммерман, Х. Уроки риторики и дебатов: пер. с нем. М.: Уникум-пресс, 2002. – 336 с.
6. Михальская, А. К. Основы риторики: Мысль и слово: Учеб. пособие для учащихся 10—11 кл. общеобразоват. учреждений. М.: Просвещение, 1996.—416 с.
7. Павлюк Л.В. Концепт «хороший оратор» в русском обиденном языковом сознании и риторическая подготовка // Известия Волгоградского государственного педагогического университета, № 50 (6), 2010.– С. 25-28.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Богачанова Т. Д., ФГБОУ ВО Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин)*

УДК 81'27

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕЛОВОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

*Фатьянова А. К.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[fatyanova\\_2015@mail.ru](mailto:fatyanova_2015@mail.ru)

**Аннотация.** Данное исследование посвящено теоретическому и практическому изучению деловой коммуникации в интернете на примере электронной переписки ООО «СибУглеМаш» со своими поставщиками и покупателями. Отмечается актуальность темы исследования, которая определяется интересом лингвистики к изучению различных типов дискурса. В исследовании также подчеркивается лингвистический интерес к сфере деловой интернет-коммуникации, который продиктован изучением особенностей данного вида дискурса. В содержательной части работы выделяются характерные особенности электронной деловой коммуникации в коммерческой сфере между юридическими лицами, рассматриваются структурно-содержательные особенности, композиционные доминанты, речевые признаки текста в части его прагматической обусловленности.

**Ключевые слова:** деловая коммуникация, интернет-коммуникация, юридические лица, переписка, текст, дискурс.

## LINGUISTIC ANALYSIS OF BUSINESS INTERNET COMMUNICATION

*Fatyanova A.K.*

Kemerovo State University

[fatyanova\\_2015@mail.ru](mailto:fatyanova_2015@mail.ru)

**Annotation.** This study is devoted to the theoretical and practical study of business communication on the Internet on the example of electronic correspondence of Sibuglemash LLC with its suppliers and customers. The relevance of the research topic is noted, which is determined by the interest of linguistics in the study of various types of discourse. The study also highlights the linguistic interest in the field of business Internet communication. This interest is dictated by the study of the features of this type of text, discourse. In the substantive part of the work, the characteristic features of electronic business communication in the commercial sphere between legal entities are highlighted, structural and content features, compositional dominants, speech signs of the text in terms of its pragmatic conditionality are considered.

**Keywords:** business communication, Internet communication, legal entities, correspondence, text, discourse.

Актуальность работы связана с расширением и углублением деловых контактов как внутри страны, так и на международном уровне, с внедрением новых форм деловой коммуникации, с актуализацией вопросов эффективного речевого поведения в деловой сфере. В связи с этим закономерен исследовательский интерес к лингвистическим особенностям деловой интернет-коммуникации.

Деловая коммуникация занимает все более значимое положение в коммуникативной практике общества и отдельного человека, все меньше времени уделяется устным переговорам, основная коммуникация происходит через деловую переписку, тем самым официально закрепляя диалог, после чего письмо может быть неопровержимым доказательством или неподдельным напоминанием о договоренностях между юридическими лицами [Кушнерук, 1999, с.9].

Накоплен значительный опыт описания деловой переписки со стороны юриспруденции. Однако малочисленны исследования деловой коммуникации именно в электронной форме с лингвистической точки зрения [Сологуб, 2009, с.54].

Можно выделить следующие основные черты интернет-коммуникации: электронная форма существования текста; гипертекстуальность; мультимедийность; интерактивность; синхронность / асинхронность; вариативность количества и эксплицированности коммуникантов [Корнеева, 2015, с. 118].

Фактологическую базу исследования составляет 100 писем из официальной переписки между организациями, связанными с промышленностью по добыче угля – сами шахты и организация-поставщик горно-шахтного оборудования.

Опираясь на особенности делопроизводства в небольшой компании, организация работы с исходящими электронными письмами происходит как традиционным способом, то есть отправка бумажных писем, так и электронным - с помощью веб-ресурса «Почта Mail.ru». Также сама интернет-коммуникация подразделяется на две формы:

1. Официальные письма, которые несут в себе все композиционные особенности традиционных бумажных писем (структурно-содержательные, композиционные и речевые).
2. Переписка в диалоговом окне, в свою очередь не несет такой официально-деловой характер, как официальные письма, но тем не менее имеет свои отличительные композиционные и речевые особенности.

Термин деловое письмо используется в двух значениях: как аналог деловой переписки (включающей в себя все разновидности документов: справки, приказы, доверенности и т.д.) и как вид информационно-справочных документов, посредством которых передаются сведения, относящиеся к служебной и общественной деятельности [Круглова, 2021, с. 102].

Деловая коммуникация представляет собой сложное, неоднородное явление. Деловые письма различаются по своим целям, которые в значительной степени определяют содержание писем, их лексический состав.

Любое официальное письмо пишется с соблюдением следующих композиционных особенностей:

- Бланк письма (в верхнем контитуле: наименование, логотип, реквизиты организации): «ООО «СибУглеМаш», Россия, 650000, Кемеровская обл., г. Кемерово, пр. Ленина, 90, офис. 40, Тел. / факс: +7 (3842) 90-19-81, E-mail: [SibUgleMash@bk.ru](mailto:SibUgleMash@bk.ru), ИНН 123124123, КПП 423538001, ОГРН 1034235255524»
- Регистрационный номер и дата в шапке справа: «Исх.№255 от 15.09.2022г.»
- Адресат: «Директору шахты «Чергинская-Коксовая» ООО «ММК-Уголь» Апчеву Р.О.»
- Обращение: «Уважаемый Рафаиль Олегович!»
- Текст письма: «Доводим до Вашего сведения, что 24.01.2022 г. сервисными специалистами ООО «СибУглеМаш» планируется посещение в рамках гарантийных обязательств по договору поставки находящихся в эксплуатации на Вашем предприятии комбайнов проходческих КПК-132 зав.№13201 и зав.№13202 с целью проведения планового осмотра, а также выявления причин и устранения протечки масла по выходному валу редуктора исполнительного органа комбайна зав.№13201. Просим организовать сопровождение и обновление пропусков для наших сотрудников на основании письма №18 от 18.01.2022г.»
- Подписант, подпись и печать.

Основная речевая особенность официально-деловой переписки - это использование делопроизводственной лексики и лексики той отрасли, к которой относится компания, в нашем случае это машиностроение.

В современном мире деловая переписка занимает значимое положение в коммуникативной практике общества, ведь именно переписка, в отличие от устной деловой

речи, фиксируется и в случае споров именно деловое письмо может доказать или опровергнуть тот или иной факт.

На данный момент деловая коммуникация является актуальным объектом междисциплинарного изучения: лингвистики, социолингвистики, лексикографии, культуры речи и делового общения, теории коммуникации. Проанализировав особенности официально-деловой переписки, мы убедились в их структурной и содержательной наполняемости, а также пришли к выводу, что электронная деловая переписка не отличается от традиционной деловой переписки (непосредственный обмен письмами или доставка курьерской службой/почтой). Интернет-переписка обладает специфическими признаками, обусловленными как лингвистическими, так и экстралингвистическими факторами.

#### **Литература и источники**

1. Корнеева, М. Г. Характеристика электронного делового письма с позиции жесткости/гибкости и фатики/информатики / М. Г. Корнеева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – N2 (44). ч.1. – С. 118-121.
2. Круглова, С. А. Деловая коммуникация: учебное пособие / С. А. Круглова, И. В. Щербакова. – М.: Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 88 с.
3. Кушнерук, С. П. Документная лингвистика: учебное пособие / С. П. Кушнерук. – 8-е изд., стереотип. – М.: ФЛИНТА, 2021. – 256 с.
4. Сологуб О.П. Деловой текст в системно-структурном аспекте // Стереотипность и творчество в тексте: межвуз. сб. науч. тр. / под ред. ; Перм. гос. ун-т. – Пермь, 2009. – Вып.13. – С. 54–63.

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

УДК 811.161.1

**СТРАТЕГИЯ ПРОТИВОПОСТАВЛЕНИЯ И ЕЁ РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ  
МЕДИАОБРАЗА ПРЕЗИДЕНТА США ДЖ. БАЙДЕНА**

*Абрамова А. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[n-abramova01@bk.ru](mailto:n-abramova01@bk.ru)

**Аннотация.** В статье рассматривается стратегия противопоставления и демонстрируется её роль в формировании медиаобраза зарубежного политика. Установлено, что стратегия противопоставления основана на семиотической оппозиции «свой-чужой». В роли «своего» выступает Владимир Владимирович Путин, в роли «чужого» – Джо Байден. На языковом уровне стратегия реализуется с помощью антитезы («страх – отвага», «больной – здоровый», «шаблонный – индивидуальный») и метафор (спортивной, военной, зооморфной). В российских средствах массовой информации на фоне положительного образа президента РФ Джо Байден демонстрируется аутсайдером, не имеющим влияния на геополитической арене. Данная стратегия оказывает влияние на формирование негативного медиаобраза американского президента в российских массмедиа.

**Ключевые слова:** медиадискурс, медиаобраз, стратегия противопоставления, дискредитация, Джо Байден, В. В. Путин

**THE STRATEGY OF OPPOSITION AND ITS ROLE IN FORMING THE MEDIA  
IMAGE OF US PRESIDENT J. BIDEN**

*Abramova A. A.*

Kemerovo State University

[n-abramova01@bk.ru](mailto:n-abramova01@bk.ru)

**Annotation.** The article discusses the opposition strategy and demonstrates its role in shaping the media image of a foreign politician. It has been established that the opposition strategy is based on the semiotic opposition "friend or foe". Vladimir Vladimirovich Putin plays the role of "his own", Joe Biden plays the role of "alien". At the linguistic level, the strategy is implemented with the help of antithesis ("fear - courage", "sick - healthy", "template - individual") and metaphors (sports, military, zoomorphic). In the Russian media, against the backdrop of a positive image of the President of the Russian Federation, Joe Biden is shown as an outsider who has no influence on the geopolitical arena. This strategy has an impact on the formation of a negative media image of the American president in the Russian mass media.

**Keywords:** media discourse, media image, opposition strategy, discredit, Joe Biden, V.V. Putin.

В современном мире особую роль в формировании представлений общества о политической сфере выполняют средства массовой информации. Главная задача, которая стоит сегодня перед современными СМИ, заключается не в передаче информационного сообщения, а в его непосредственном комментировании, оценке и интерпретации. Данный факт позволяет СМИ в нужном им направлении формировать общественное мнение о конкретных политических деятелях. Для этого активно используется механизм создания медиаобраза с определённым смысловым наполнением, которое возникает благодаря

применению дискурсивных стратегий. О. С. Иссерс пишет, что стратегия направлена на победу, которая считается достигнутой, если на адресата было оказано эффективное воздействие, т.е. его мировидение изменилось в нужном для автора векторе [Иссерс, 2000, с. 293]. Необходимо отметить, что дискурсивные стратегии и тактики являются результативными только в том случае, если они скрыты. Вследствие этого возникает практическая необходимость изучения их сущности. Выявление закономерных черт, регулярно транслирующихся в массмедиа, позволит увидеть истинное отношение СМИ к политике.

Как отмечают лингвисты, во многих материалах журналистов встречается резкое позиционирование, когда одной группе приписываются исключительно положительные признаки, а другой – отрицательные. Здесь в силу вступает принцип «мы лучше, потому что другие хуже» [Руженцева, 2004; Филинский, 2002; Кондратьева, 2018 и др.]. Именно так проявляется стратегия противопоставления, в основе которой находится семиотическая оппозиция «свой – чужой» [Паршина, 2005, с. 79]. Данная антиномия наглядно демонстрирует аудитории, что «свое» является хорошим, примерным, благоразумным, осознанным, а «чужое» – плохим, неправильным, безнравственным. В роли «своего» закономерно выступает президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин, роль «чужого» выполняет Джо Байден, президент США. Применяя данную стратегию, авторы намеренно акцентируют внимание на различии взглядов политических лидеров двух держав и выделяют единственно верный вариант.

*Цель* нашего исследования – изучить стратегию противопоставления и выявить её роль в формировании медиаобраза президента США Джо Байдена в русскоязычных средствах массовой информации. *Материалом* исследования послужили интернет-публикации за период с 2020 по 2022 год.

При анализе было установлено, что стратегия противопоставления реализуется с помощью антиномий «страх – отвага», «больной – здоровый», «шаблонный – индивидуальный», а также посредством метафор, в частности, спортивной, военной и зооморфной метафорических моделей.

В материалах российских СМИ встречаются примеры, в которых противопоставление двух президентов строится на антитезе «страх–отвага». В статьях, которые демонстрируют чувство опасности по отношению к противнику, встречаются лексемы *трус*, *боится*, *страх*, *бросился наутёк*: *Почему Байден боится Путина* (РИА Новости, 2022); *Байдена уличили в страхе перед Путиным* (Lenta.ru, 2022); *Президент США Джо Байден боится ответа президента России Владимира Путина* (Царьград, 2021). Политический деятель в представлении аудитории должен уметь постоять за себя и за свою страну, страх же в этом отношении преподносится массмедиа как отрицательное чувство. Джо Байден показан бессильным правителем, который не в состоянии достойно ответить мужественному и смелому президенту РФ.

Трусость как человеческое качество не только воспринимается негативно, но и порицается обществом: *Бросился наутёк: Байден драпанул к вертолёту, услышав имя российского президента* (Life.ru, 2021); *Когда трус боится, то хочет потянуть время и заговорить зубы, чтобы потом укусить исподтишка. На следующий день после разговора с Путиным непредсказуемый Джо Байден подписал указ о новых санкциях против России и высылке 10 российских дипломатов из США* (РИА Новости, 2021). Подобные конструкции показывают нечестность и скрытость мотивов президента США: *Во всем незападном мире Путина воспринимают как смелого и сильного лидера, не побоявшегося бросить вызов силам, ещё недавно претендовавшим на мировое господство. А вот Джо Байдену уже советуют не появляться на саммитах* (Sputnik, 2022). В этом примере показаны храбрость и величие Владимира Владимировича Путина. Джо Байден на его фоне выглядит незначительным. Автор подчёркивает, что решения президента США на важных встречах ни на что не влияют.

Особое значение в противопоставлении политиков имеет категория здоровья, поскольку только физически и ментально сильный лидер может нести ответственность за страну, тогда население будет чувствовать себя в безопасности. Для того чтобы показать разницу американского и российского президентов, журналисты используют антитезу «больной – здоровый»: *В то время, как американский президент Джо Байден **падает на трапе самолета, держась за поручень, и еле поднимается**, подтверждая тем самым всеобщие сомнения по поводу его здоровья, российский лидер Владимир Путин демонстрирует отличную физическую форму – во время активного отдыха в тайге он умело управляет вездеходом и легко прыгает с приличной высоты в снег* (РИА Новости, 2021). Владимир Владимирович Путин показан аудитории здоровым человеком с большим запасом энергии, а Джо Байден в глазах русской общественности выглядит немощным человеком, который не может самостоятельно выполнить элементарные действия.

Для того чтобы показать состояние здоровья политических лидеров, журналисты описывают их образ жизни: *Владимир Путин скептически относится к приему медикаментов, даже если это обычные таблетки от простуды. Путин предпочитает народные средства — чай с медом, баню, массаж. Поговаривают, что Джозеф Байден может использовать некие стимулирующие препараты, чтобы лучше выступить перед публикой. Прием каких-либо средств для памяти, например, президенту явно бы не помешал* (storyone.ru, 2021). Президент РФ поддерживает здоровье традиционными средствами, этот факт приближает его к обычным гражданам и делает его образ «народным». В тоже время Джо Байден принимает медицинские препараты, чтобы чувствовать себя здоровым. Автор наталкивает аудиторию на мысль, что без помощи лекарств организм президента США не сможет полноценно функционировать..

Политический деятель, который не может свободно и самостоятельно выразить собственную позицию, не вызывает доверия у аудитории и выглядит неуверенно. Именно на этом основании строится антитеза «шаблонный – индивидуальный»: *Интересно, что в преддверии саммита в Женеве президент Байден тоже сделал ряд заявлений. Но это вполне ритуальные формулы, вяло журчащий ручеек политической риторики — "права человека", "демократия", "покажем жесткость"... Никого это не интересует, никто это увлеченно не обсуждает. А вот слова Путина действительно дошли до самых разных людей, в хлам порвав навязанные шаблоны* (РИА Новости, 2022).

Весьма показательной является спортивная метафора, поскольку сфера жизни, которую она охватывает, понятна для восприятия массовой аудитории. Данная метафора проявляется в таких языковых конструкциях как *шах и мат, проиграл, на шаг впереди, выбивает из равновесия, возвращает мяч* и др. Это искусственно созданное противостояние делает победителем президента РФ, а глава США занимает позицию проигравшего: *Шах и мат: Путин переиграл Байдена* (Rusonline.org, 2022); *Путин всегда на шаг впереди Байдена* (Sputnik, 2022). Устойчивая конструкция *на шаг впереди* усиливает мотив соревнования между главами государств и показывает преимущество Владимира Владимировича Путина.

Мотив победы в сознании реципиентов соотносится с героическим поведением, силой, правдой, успехом. Он также призывает к единению и всеобщей гордости за своего правителя, в то время как проигравший оппонент вызывает у аудитории жалость и отторжение: *Президент США проиграл российскому лидеру* (Аргументы и факты, 2021); *Так что поедет Байден на Бали или нет, он все равно проиграет — потому что не надо было с самого начала упрямо игнорировать более чем обоснованные аргументы Путина* (Sputnik, 2022); *Путин потроллил Байдена и уехал с победой* (Взгляд, 2021).

Для актуализации политического противостояния американского и российского президентов СМИ используют также военные метафоры. В массмедиа часто встречаются метафоры боя, которые отражают решительные действия одного из оппонентов: *Путин оказывается в лучшем положении, когда выбивает оппонентов из равновесия. В то время как Байден стремится снизить градус риторики по Украине*

(ТАСС, 2022); *Байден получил "превентивный удар" от Путина* (Царьград, 2021); *Байден получил от Путина политический фингал под глазом* (Московский Комсомолец, 2021).

Одним из видов противоборства, который периодически упоминается в СМИ, является дуэль: *Заочная дуэль президентов: "Путин загнал Байдена в кусты"* (Московский Комсомолец, 2021); *Не по-мужски: Путин вызвал Байдена на дуэль, но Байден сливается* (Rusonline.org, 2022). Использование метафоры дуэли отсылает к общечеловеческой системе ценностей, включающую в себя такие качества как честь и достоинство. Глагол *сливается* необходим, чтобы показать страх и неуверенность президента США. При этом президент РФ показан мужественным и стойким.

Российские СМИ регулярно демонстрируют слабость Джо Байдена на геополитической арене перед Владимиром Владимировичем Путиным, для этого используются зооморфные метафоры): *Байден против Путина — это все равно что котенок против тигра* (Аргументы и Факты, 2021). Зооморфные метафоры, основанные на размерах и могуществе, демонстрируют преимущество президента РФ перед сорок шестым президентом США.

Исследование показало, что с помощью стратегии противопоставления авторы создают положительный образ «своего» президента Владимира Владимировича Путина используя позитивные маркеры. Личность «чужого» Джо Байдена показывается через языковые единицы, которые содержат негативную семантику. Президент РФ представлен уверенным, здоровым, уравновешенным победителем, а глава США – слабым, нерешительным, трусливым аутсайдером, что позволяет формировать российским СМИ на негативный медиаобраз американского президента.

#### Литература и источники

1. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. / О. С. Иссерс. – М.: ЛЕНАНД, 2017. – 308 с.
2. Кондратьева, О. Н. Стратегии и тактики в дискурсе регионального политика (на материале выступлений врио губернатора Кемеровской области Сергея Цивилева) // Политическая лингвистика. – 2018. – № 4(70). – С. 35-46.
3. Паршина, О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: дис.... д-ра филол. наук: 10.02.01/ Паршина Ольга Николаевна. – Саратов, 2005. – 325 с.
4. Филинский, А. А. Стратегии манипуляции в политическом дискурсе / А. А. Филинский // Языковые подсистемы: стабильность и динамика. – Твер. гос. ун-т., 2002. – 305 с.
5. Руженцева, Н. Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе: Монография / Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2004. 294 с.

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

УДК 811.161.1

#### АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОРФОГРАФИИ В ПРЕПОДАВАНИИ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО

*Бахридин М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[mukhiddin.bakhridin@bk.ru](mailto:mukhiddin.bakhridin@bk.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена обучению иностранных граждан русскому языку. Важной задачей обучения русскому языку как иностранному является необходимость

прививать учащимся навыки практического владения русским языком, то есть умения правильно говорить и писать, используя богатейшие возможности русского языка. В обучении иностранных граждан русскому языку есть методическая лакуна – недостаточное внимание уделяется вопросам развития орфографической грамотности, хотя для письменной речи обучение правописанию является одной из главных задач. Методические трудности развития навыка грамотного письма видятся, прежде всего, в недостаточном внимании к разнице орфографических систем языков. Целью работы является выявление наиболее актуальных методов и форм работы при обучении письменной речи иностранных граждан на основе сравнительного анализа орфографических систем двух языков.

**Ключевые слова:** русский язык как иностранный, орфографические нормы, сравнительный анализ орфографических систем двух языков.

## CURRENT ISSUES OF SPELLING IN TEACHING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

*Bahridin M.*

Kemerovo State University

[mukhiddin.bakhrudin@bk.ru](mailto:mukhiddin.bakhrudin@bk.ru)

**Annotation.** The article is devoted to teaching foreign citizens the Russian language. An important task of teaching Russian as a foreign language is the need to instill in students the skills of practical knowledge of the Russian language, that is, the ability to speak and write correctly, using the richest possibilities of the Russian language. There is a methodological gap in teaching Russian to foreign citizens - insufficient attention is paid to the development of spelling literacy, although spelling is one of the main tasks for writing. Methodological difficulties in developing the skill of literate writing are seen, first of all, in insufficient attention to the difference in the spelling systems of languages. The aim of the work is to identify the most relevant methods and forms of work in teaching written speech to foreign citizens based on a comparative analysis of the spelling systems of the two languages.

Важной задачей обучения русскому языку как иностранному является необходимость прививать учащимся навыки практического владения русским языком, то есть умения правильно говорить и писать, используя богатейшие возможности русского языка. Учёными выделяются основные виды речевой деятельности: чтение, аудирование, письмо, говорение. Обучению этим видам речевой деятельности посвящено много научно-методических трудов, раскрывающих как теоретическую базу преподавания иностранных языков, так и практическую значимость. Однако в обучении иностранных граждан русскому языку есть методическая лакуна – недостаточное внимание уделяется вопросам развития орфографической грамотности, хотя для письменной речи обучение правописанию является одной из главных задач. Методические трудности развития навыка грамотного письма видятся, прежде всего, в недостаточном внимании к разнице орфографических систем языков.

**Актуальность** исследования определяется необходимостью сопоставления орфографических норм двух языков: русского и таджикского - для эффективного обучения русскому языку граждан Таджикистана. Сравнительный анализ орфографических систем позволит выявить наиболее проблемные вопросы обучения таджикских студентов русскому языку и создать учебно-методические материалы.

**Новизна** исследования заключается в сравнительном анализе орфографических норм двух языков с целью создания учебно-методических пособий для обучения таджикских студентов.

**Объект** исследования – орфографические нормы правописания букв, обозначающих гласные звуки в корнях слов.

**Предмет** исследования – обучение орфографии иностранных граждан с учётом проблем, обусловленных дифференциальными признаками систем правописания разных языков.

**Цель:** на основе сравнительного анализа орфографических систем двух языков выявить наиболее актуальные методы, формы работы по обучению письменной речи иностранных граждан.

**Задачи:** создать теоретическую базу исследования; определить орфографические темы для создания системы упражнений; разработать задания по обучению орфографии в соответствии выбранной тематикой; проанализировать метаязыковые комментарии, объясняющие выбор орфограммы; определить наиболее эффективные задания, способствующие развитию орфографической зоркости иностранных учащихся. пособия обусловили его содержание и структуру.

**Методы исследования:** анализ, описательно-аналитический метод, метод сравнений и аналогий, метод обобщения, анкетирование.

Эффективность обучения русскому языку как иностранному определяется многими факторами, среди которых важное место занимает учёт особенностей системы родного языка обучающихся. К сожалению, не всегда есть возможность ориентации на лексическую, грамматическую, орфографическую структуру различных иностранных языков. Поэтому сравнительный анализ языковых систем диктует необходимость привлечения к подобному роду исследований носителей разных языков.

Студентам из Таджикистана (27 человек) были предложены вопросы и задания, касающиеся понимания орфографических норм русского языка. Упражнения содержали слова с пропущенными буквами; задание заключалось в том, чтобы анкетлируемые вставили нужные буквы и объяснили свой выбор. Слова содержали проверяемые безударные гласные в корне. Результаты анкетирования показали, что все студенты выбрали ошибочное написание слов и не смогли сформулировать правило написания безударных гласных в корне слова.

Орфография русского языка базируются на трёх основных принципах: морфологическом (морфемном, фонематическом), фонетическом и традиционном (историческом). Орфографическая норма правописание безударных гласных в корне слова соответствует главному принципу русской орфографии – морфологическому. Сравнение русского и таджикского языков показало несовпадение написание безударных гласных в двух языках. Это связано с различием произношения и написания слов в русском языке и, напротив, отсутствием такого различия в таджикском языке. В качестве примера, иллюстрирующего данный тезис, предлагаются следующие слова: *шафтолу* (персик), *хайвон* (животное), *ароба* (тележка), *барнома* (программа) и т.д. В этих словах прописная буква обозначает ударный гласный звук, а безударный гласный звук [o] обозначается буквой *o*, то есть в таджикском языке наблюдается полное соответствие буквы и безударного звука. Такая зависимость буквы и безударного звука нехарактерна для русского языка, так как звук в безударном положении подвергается не только количественной, но и качественной редукции, например – в[л]да'.

Таким образом, обучение русскому языку как иностранному должно включать орфографические нормы, ориентированные на основные принципы орфографии, с учётом дифференциальных признаков орфографических систем разных языков.

#### Литература и источники

1. Дебрени, М. «Наивные» представления студентов об изучении иностранных языков / М. Дебрени // Изменяющаяся Россия: новые парадигмы и новые решения в лингвистике. – Часть 1. – Кемерово. 2006а. – С.3-11.
2. Поляков, В. Н. Методика обучения русской орфографии с использованием персональных компьютеров на начальном этапе обучения студентов-иностранцев :

дис. канд. филолог. наук: 13.00.02 [Электронный ресурс] / В. Н. Поляков. – М., 2004. – 295 л.

3. Практикум по русской орфографии : учеб.-метод. пособие для иностр. студентов филол. специальностей / Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; авт.-сост. : О. А. Корабо, Г. А. Веремеюк; под ред. Л. А. Годуйко. – Брест : БрГУ, 2016. – 98 с.

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

УДК 81'373.45

## ОБЫДЕННАЯ СЕМАНТИЗАЦИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИКИ ИЗ ЯЗЫКА ГЕЙМЕРОВ

*Бульт рикова П. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** В статье представлен анализ иноязычной лексики, используемой в компьютерных играх, на интернет-порталах, форумах и пр. Путем интерпретационного эксперимента выявлено существование агнонимии при использовании иноязычной лексики как в компьютерной сфере, так и в повседневной жизни человека. Семантизация иноязычной лексики осуществляется на основе фонетического сходства со словами русского языка, сходства лексико-семантических вариантов многозначного слова. Основную роль играют словообразовательные связи при указании значений слов, неизвестных для обыденного носителя русского языка. Слова, используемые в эксперименте, свидетельствуют о том, что даже геймеры, являющиеся носителями русского языка, могут неверно истолковывать значения большинства слов.

**Ключевые слова:** интернет-лингвистика, русский язык, агнонимия, компьютерные игры, варваризмы.

## EVERYDAY SEMANTICS OF FOREIGN LANGUAGE VOCABULARY FROM THE LANGUAGE OF GAMERS

*Bultrikova P. I.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** The article presents an analysis of foreign language vocabulary used in computer games, on Internet portals, forums, etc. By means of an interpretive experiment, the existence of agnomy was revealed when using foreign language vocabulary both in the computer sphere and in everyday human life. The semantics of foreign language vocabulary is carried out on the basis of phonetic similarity with the words of the Russian language, the similarity of lexical and semantic variants of a polysemantic word. The main role is played by word-formation connections when specifying the meanings of words unknown to an ordinary native speaker of the Russian language. The words used in the experiment indicate that even gamers who are native speakers of Russian can misinterpret the meanings of most words.

**Keywords:** Internet linguistics, Russian language, agnomy, computer games, barbarisms.

По мере развития компьютерных технологий возникли компьютерные игры, и вместе с ними появился особый язык. Язык геймеров. Современная молодежь, вступая в коммуникацию во время игры, зачастую использует иноязычную лексику, не до конца понимая ее значение. В связи с этим можно утверждать, что имеется необходимость в лингвистическом анализе варваризмов в аспекте их реального функционирования в речи носителей русского языка. Все сказанное свидетельствует об актуальности работы.

Целью исследования является лексикографическое описание процесса освоения варваризмов из языка геймеров.

В ходе исследования в теоретической части за центральное определение брались несколько понятий варваризма, рассматривалась их классификация и разновидности. Разграничил понятие варваризм в своих исследованиях Л. П. Крысин. Рассмотрено явление варваризма в языке интернета. [Босько В.П. Захарова Ю. Г., 2020].

В ходе исследования в практической части проводились интерпретационный эксперимент и опрос. С помощью интерпретационного эксперимента было выявлено, как и чем руководствуются носители русского языка при определении значений неизвестных слов. Некоторые руководствуются существованием близких по значению слов, кто-то звуковым сходством, остальные и вовсе не могут предположить значение данного слова. Для эксперимента была отобрана аудитория в 50 человек. Основным критерием отбора было наличие / отсутствие игрового опыта. В эксперименте приняли участие 25 геймеров и 25 испытуемых, не играющих в компьютерные игры. Было дано 10 слов, для которых нужно было сформулировать значение.

Результаты исследования показали следующее: испытуемые не смогли дать определения всем словам, даже играющая аудитория не смогла сформулировать значения некоторых слов; намечается тенденция некорректного использования иноязычной лексики в жизни и в сети Интернет; происходит смешение лексико-семантических вариантов многозначных слов, функционирующих языковом пространстве и в языке геймеров.

Представим результаты интерпретационного эксперимента в виде оформленных словарных статей.

Жирным шрифтом выделены неверные значения слов.

Первая цифра – общее количество реакций

Вторая цифра – количество разных реакций

Третья цифра – число отказов от ответа.

## ГАЙД



Руководство 20; дневник 1; помощь 1; пособие 1; учебник 1.

24+5+1.



Сборка 24; руководство 1.

25+2+0.

## БИЛД



Сборка 22, игра в команде 1, команда 1, **руководство 1.**

25+4+0.



Строить 24, **сборка 1.**

25+2+0.

## ХИЛЛ



Лечащий персонаж 11, врач 6, медик 5, персонаж 4.

25+4+0.



Лечение 11, человек 8, врач 5.

24+3+1.

Подводя итоги данного исследования, можно сказать об основной тенденции – незнание значений новых слов. Незнание значений слов порождает их неуместное использование как в компьютерных играх, так и в повседневной жизни. Рассмотрев, исследования Л. Х. Сарамотиной можно найти похожие стратегии семантизации слов.

Результаты проведенных экспериментов следующие:

1) Лексика языка геймеров является агнонимичной как для носителей русского языка, не являющихся геймерами, так и для носителей русского языка, которые являются геймерами. Зачастую пользователи компьютерной сферы путают значения слов и истолковывают их неверно.

2) Результаты интерпретационного эксперимента показали, что лексика языка геймеров имеет разную степень агнонии. Для негеймеров степень агнонии слов иноязычного происхождения выше, чем для носителей русского языка, являющихся геймерами.

3) В случае агнонии слова иноязычного происхождения из языка геймеров носители русского языка используют следующие стратегии семантизации слова: фонетическая (основана на сходстве звучания слов, например: додж - данж; планж - данж и др.); семантическая (основана на сходстве значений, например: билд – гайд, мейн дд – сап дд и др.); иллюстративная (например, гайд – учебник).

4) Язык компьютерных игр используется не только в компьютерной сфере, но и в повседневной жизни.

) Среди геймеров и негеймеров наблюдается общая стратегия семантизации незнакомого слова, основанная на словообразовательных связях с производящим словом (например, слово «хилл» – от англ. лечить толкуется как врач, лечащий человек).

### Литература и источники

1. Босько, В. П., Захарова, Ю. Г. Варваризмы в языке Интернета // *Studia Humanitatis*. 2020. №2.
2. Крысин, Л. П. О русском языке наших дней. – Пермь, 2002.
3. Сарамотина, Л. Х. Обыденная семантизация незнакомых иноязычных композитов носителями русского языка: на материале семасиологического эксперимента: Автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра филол. наук : (10.02.01). – Кемерово, 2011. – 19 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. кафедры русского языка и литературы Дударева Я. А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 811.161.1

### СПЕЦИФИКА ОСВОЕНИЯ РУССКОЙ ЛЕКСИКИ ИНОСТРАННЫМИ СТУДЕНТАМИ

*Макарова П. Д., Просекова И. А.*

МБНОУ «Городской классический лицей», г. Кемерово

[Makarova\\_pd@gkl-kemerovo.ru](mailto:Makarova_pd@gkl-kemerovo.ru)

**Аннотация.** Данная работа посвящена описанию особенностей освоения русской лексики иностранцами. *Актуальность исследования* определяется возросшим в

современной лингвистике интересом к особенностям овладения русским языком как иностранным. Многочисленные работы лингвистов посвящены сопоставлению образов и содержания слов разных языков, определению того, как понимаются и толкуются лексические единицы одного народа представителями других наций. *Объект исследования* – лексика русского языка. *Предмет исследования* – особенности толкования иностранцами различных пластов русской лексики. *Цель исследования* – определение особенностей семантизации иностранцами различных пластов лексики: фразеологизмов, экзотизмов и интернационализмов. *Гипотезой исследования* является предположение о том, что лексико-семантический тип русских слов во многом определяет особенности их освоения иностранцами.

**Ключевые слова:** русский язык как иностранный, семантизация, интернационализмы, этнографизмы

## THE SPECIFICS OF THE DEVELOPMENT OF RUSSIAN VOCABULARY BY FOREIGN STUDENTS

*Makarova P. D., Prosekova I. A.*

MBNOU "City Classical Lyceum", Kemerovo

[Makarova\\_pd@gkl-kemerovo.ru](mailto:Makarova_pd@gkl-kemerovo.ru)

**Annotation.** This work is devoted to the description of the peculiarities of the development of Russian vocabulary by foreigners. The relevance of the research is determined by the increased interest in modern linguistics in the peculiarities of mastering Russian as a foreign language. Numerous works of linguists are devoted to comparing images and the content of words of different languages, determining how lexical units of one people are understood and interpreted by representatives of other nations. The object of the study is the vocabulary of the Russian language. The subject of the study is the peculiarities of the interpretation of various layers of Russian vocabulary by foreigners. The purpose of the study is to determine the features of the semantics of various layers of vocabulary by foreigners: phraseological units, exotisms and internationalisms. The hypothesis of the study is the assumption that the lexical and semantic type of Russian words largely determines the peculiarities of their development by foreigners.

**Keywords:** russian as a foreign language, semanticization, internationalisms, ethnographisms

Как отмечается в многочисленных работах по методике преподавания РКИ, обучение языку – это прежде всего обучение правильному пониманию и употреблению его слов, лексики. Овладение словарным запасом языка, знание значений слов и его системных отношений с другими единицами языковой системы – всё это является, пожалуй, главными задачами при изучении иностранного языка.

Настоящая работа посвящена описанию семантизации русских слов, под которой понимается «способ мыслительного действия, в результате которого происходит осмысление и истолкование значений» [Ростова, 2009, с. 187].

Материалом исследования явились результаты проведённого эксперимента в группе иностранных студентов, изучающих русский язык в Кемеровском государственном университете. В эксперименте участвовало 13 студентов, приехавших в Кемерово из Индии. Фактологическую базу исследования составляет 182 толкования русских слов иностранными студентами.

Для выявления специфики семантизации русских слов было проведено анкетирование, суть которого состояла в ответе на вопросы по толкованию слов разных лексико-тематических групп: русских фразеологизмов; этнографизмов; интернационализмов.

Сводные результаты по каждой лексико-тематической группе могут быть представлены следующим образом.

## **1 группа. Русские фразеологизмы.**

Фразеологизмы – это устойчивые выражения, в которых отражается своеобразие национального восприятия мира, образные представления разных народов. Поэтому, как отмечают многие исследователи, их освоение является крайне сложным для иностранцев. Данное положение подтверждает и проведенное анкетирование. Всего по данному заданию было получено 78 ответов, из них 46 отказов.

Как показали полученные результаты, при толковании устойчивых выражений иностранцы в большинстве случаев используют дословный перевод предложения, например: *закидывать удочку* – «кто-то бросил удочку, и он ловит рыбу»; «в свободное время забрасывайте удочку и ловите рыбу»; «он закинул удочку и стал ловить рыбу».

Полученные результаты свидетельствуют о том, что визуализация фразеологизма не способствует его правильной семантизации. Скорее наоборот: изображение приводит к дословной интерпретации фразеологизмов без учёта метафоричности и связанности их лексического значения.

## **2 группа. Экзотизмы.**

«Экзотизмы – это слова и выражения, заимствованные из других языков, употребляемые для придания речи особого (местного) колорита и передачи особенностей лингвокультуры и ментальности другого народа» [1, с.116].

Для анализа были взяты 6 слов, которые для иностранцев являются заимствованиями, связанными с традиционной русской культурой: *балалайка, блины, самовар, матрёшка, валенки, ушанка*.

Как показывают представленные результаты, экзотизмы для иностранцев являются более знакомыми лексическими единицами, поэтому при определении их значения было гораздо больше правильных ответов.

Особенностью интерпретации слов-экзотизмов является появление транслитерации, то есть точной передачи букв кириллицы знаками латиницы, например: *balalaika, samovar, matryoshka, ushanka*. Как представляется, такой вид перевода объясняется тем, что респонденты, понимая национальный колорит таких слов, не могут найти адекватного соотношения в своём языке, поэтому используют графические знаки латиницы.

## **3 группа. Интернационализмы.**

«Интернационализмы – это слова, встречающиеся в ряде языков и обладающие в той или иной степени графическим, фонетическим, грамматическим и семантическим сходством» [3, с.254].

Для анализа были взяты следующие слова-интернационализмы: *университет, студент, президент, математика, политика, поликлиника*. Данное задание оказалось самым результативным, так как абсолютное большинство интернационализмов респонденты истолковали верно. Интерпретация интернациональной лексики не вызывает у иностранцев затруднений, что во многом объяснимо семантическим и графическим сходством предложенных слов.

Результаты проведённого анкетирования подтверждают выдвинутую гипотезу о том, что лексико-семантический тип русских слов во многом определяет особенности их освоения иностранцами.

Среди проанализированных групп лексики особую сложность у иностранцев вызывают устойчивые выражения, обладающие национальным компонентом. При их изучении необходимо учитывать как собственно языковые факторы, так и культурные особенности русского народа. Семантизация экзотизмов и интернационализмов во многом определяется фоновыми знаниями иностранцев.

Познание русской языковой картины мира через устойчивые выражения, экзотизмы и интернационализмы – сложный процесс для иностранцев. Понимание данных лексико-тематических групп основано на собственно языковых и лингвокультурных особенностях.

Освоение русского языка способствует как его теоретическому пониманию, так и осознанию особенностей функционирования слов. В свою очередь это приводит к разнообразию стратегий толкования русских слов.

Перспективой работы является изучение специфики освоения иностранцами других лексико-тематических групп русского языка (например, жаргонизмов, терминов или архаизмов, историзмов).

### **Литература**

1. Валеева, Г. М. Экзотическая лексика и её лингвистические возможности // Учёные записки Казанского университета. Гуманитарные науки. 2010. Том 152, кн.6. – С.116 – 123
2. Ростова, А. Н. Обыденная семантизация слов // Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты. Ч.1: коллективная монография. – Кемерово; Барнаул: Издательство Алтайского университета, 2009. – С.182-202
3. Теплова, Н. В. О способах и приёмах перевода интернациональной лексики // Труды Белорусского государственного технологического университета. Серия 5. Политология. Философия. История. Филология. – 2008. №5. – С. 254-256

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

**УДК 811.161.1**

## **ОЦЕНОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ КАК СПОСОБ ДИСКРЕДИТАЦИИ ВАКЦИНЫ ОТ COVID-19 (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЕВ)**

*Морозова В. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[v.morozova.2001@mail.ru](mailto:v.morozova.2001@mail.ru)

**Аннотация.** Из-за неоднозначного отношения в обществе к обязательной вакцинации и роста антипрививочных движений становится актуальным вопрос об используемых противниками вакцинации коммуникативных стратегиях. Данная статья посвящена изучению оценочной стратегии, используемой противниками вакцинации с целью дискредитации вакцины от COVID-19. Проанализированы интернет-комментарии пользователей социальных сетей и установлено, что противники вакцинации пытаются дискредитировать вакцину как напрямую, через использование прилагательных, обладающих негативными коннотациями, так и опосредованно, через сравнение вакцины с отравляющими веществами и опасными медицинскими препаратами. Подобная стратегия отражает тревожные настроения, распространенные в социуме, что является прямым следствием отсутствия продуманной информационной кампании о необходимости вакцинации.

**Ключевые слова:** коммуникативная стратегия, дискредитация, эксплицитная и имплицитная оценка, COVID-19, вакцинация.

## **ESTIMATED STRATEGY AS THE WAY OF THE IMPUTATION OF THE VACCINE FROM COVID-19 (ON THE MATERIAL THE INTERNET-COMMENTS)**

*Morozova.V.I.*

KemerovoStateUniversity

[v.morozova.2001@mail.ru](mailto:v.morozova.2001@mail.ru)

**Annotation.** Because of the ambiguous attitude in a society to mandatory vaccination and growth anti-vaccination movements there is actual a question about used by opponents of vaccination communicative strategy. Given article is devoted to studying of the estimated strategy used by opponents of vaccination with objective of an imputation of a vaccine from COVID-19. Are analysed the Internet-comment of users of social networks and it is established, that opponents of vaccination try to discredit a vaccine as directly, through use of the adjectives possessing negative connotations, and indirectly, through comparison of a vaccine with poison gases and dangerous medical preparations. Similar strategy reflects the disturbing moods widespread in society that is direct consequence of absence of the thought over information campaign about an indispensability of vaccination.

**Key words:** communicative strategy, imputation, explicit and implicit an assessment, COVID-19, vaccination.

На сегодняшний день одной из острых социальных проблем, активно обсуждаемых в обществе, является новая коронавирусная инфекция, а также единственный на данный момент способ создания «коллективного иммунитета» – вакцинация, отношение к которой достаточно неоднозначно. Россия является одной из тех стран, где, при наличии вакцины, количество вакцинированных гораздо меньше тех, кто прививаться не планирует. По словам Е. В. Лидвановой, причинами становятся «недоверие населения к эффективности вакцины, неуверенность в безопасности, непонимание необходимости, сомнения и беспочвенные подозрения» [Лидванова, 2021, с.229]. Кроме того, большую роль играет наличие антипрививочных сообществ, «которые самозабвенно рассказывают про вред прививок и содержащиеся в них страшные элементы» [Лидванова, 2021, с.230]. Из этого следует, что используемые стратегии продвижения вакцинации неэффективны, и поскольку количество противников вакцинации растет, остаётся невыясненным вопрос: какими стратегиями пользуются противники вакцинации и почему эти стратегии являются эффективными.

**Актуальность настоящего исследования** определяется востребованностью изучений коммуникативных стратегий. Это объясняется действующей в науке антропоцентрической парадигмой, что важно для социальных медиа, которые стали одной из главных площадок формирования общественного мнения. Речевая стратегия «представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных действий» [Иссерс, 2008, с. 55]. В данной статье мы будем придерживаться классификации стратегий Т. ван Левена, активно используемой в работах российских лингвистов [Колмогорова, 2018; Кондратьева 2022 и др.].

Анализ материала показал, что для обоснования своей позиции противники вакцинации используют все выделенные Т. ван Левеном делегитимизирующие стратегии – стратегию апелляции к авторитету, стратегию моральной оценки, стратегию рационализации и мифопоэтическую стратегию. При этом наиболее часто используется стратегия моральной оценки, призванная давать оценку (положительную или отрицательную) какому-либо социальному явлению за счет обращения к различным этическим и социальным нормам. Кроме того, данная стратегия призвана эмоционально воздействовать на читателя.

**Цель исследования** – изучить стратегию моральной оценки, используемую противниками вакцинации для дискредитации вакцины от COVID-19. **Материалом** для исследования послужили интернет-комментарии к статьям на тему вакцинации, публикуемые в социальных медиа (Яндекс.Дзен, realnoevremya.ru, Аптека.ру, Живой Журнал). Выбор источников интернет-комментариев объясняется их популярностью, частотностью количества постов на тему вакцинации, а также наличием комментариев, отражающих негативное отношение к вакцинации.

По словам А. В. Колмогоровой, эта стратегия «локализует объект легитимации на шкале «хорошо – плохо» [Колмогорова, 2018, с. 103]. Оценке со стороны противников

вакцинации в данном случае подвергаются также её сторонники, врачи, положительно высказывающиеся о вакцине, проводимая государством политика в отношении вакцинации, и сама вакцина. В таких случаях доминируют слова, дающие оценку умственных способностей людей, поддерживающих вакцинацию: *глупые, умственно отсталые, зомби, стадо, рабы* и т.д., а слова *врачи* и *профессионалы* берутся в кавычки: *Многие, в основном умственно отсталые, верят в существования вируса! Больные люди* (Яндекс.Дзен, Арсенал – Подшипник); *Вот же безмозглые, вкалывают в себя черт знает что* (Яндекс.Дзен, Алекс); *Мне жаль таких "врачей", которые ради наживы торгуют своей честью и совестью* (realnoevremya.ru, Аноним).

Стоит отметить, что в большинстве комментариев объектом дискредитации становится не процесс вакцинации, а сама вакцина. Оценка вакцины в интернет-комментариях пользователей даётся как напрямую, с использованием оценочных прилагательных и наречий, так и завуалированно, через сравнение.

Авторы комментариев, использующих эксплицитную оценку, используют прилагательные и наречия, содержащие оценочный компонент (*кратковременная, опасная, малоизученная, химозная* и т.д.): *А зачем вообще такие строгости со Свидетельством о ничем не значащей, кратковременно действующей, мало изученной прививке? Зачем электронно подтверждать действительность бумажного сертификата, а личность паспортом? Что за чушь с этой химозной прививкой* (Яндекс.Дзен, Андрей гребенюк); *Вы верите этому? Вакцина тупо опасна для организма, а её состав неизвестен! Кто-то вообще её проверял???* (Яндекс.Дзен, Дева). Используемые для оценки вакцины лексемы обладают отрицательной коннотацией, их использование вызывает у читателя сомнение в нужности, проверенности и эффективности вакцины.

В своих оценках вакцины противники вакцинации используют прилагательные в сравнительной степени *лучший / худший*, встраивая их в конструкции «*если..., то*», «*когда..., то*», позволяющие провести аналогию между отечественными и зарубежными препаратами: *Когда нам по телевизору говорят, что зарубежная вакцина самая худшая в мире, одновременно в аптеках говорят, что импортные лекарства самые лучшие в мире, то как мы должны относиться к отечественной вакцине? Не удивляйтесь теперь, что в России рекордное количество антиваксеров* (Аптека.ру, Аноним).

Чаще в комментариях антипрививочников оценка вакцине дается имплицитно, что выражается замене нейтральной в оценочном плане лексемы *вакцина* словами и словосочетаниями, содержащими оценочный компонент. Это могут быть наименования, связанные с физическим состоянием вакцины (*жидкость*), наименования, связанные со способом введения вакцины (*укол*), а также наименования, связанные непосредственно с медицинской сферой. Рассмотрим подробнее.

Для характеристики вакцины противники вакцинации используют существительные, обозначающие разные типы жидкости, например, *жижа, сомнительная жидкость, раствор* и т.д.: *Не прививалась непонятной жижей, и не буду. Не верю в эту пандемию!* (Яндекс.Дзен, Natali Pila); *Самое что лично меня волнует - какие отложенные осложнения эта экспериментальная жижа может вызвать в организме...* (Яндекс.Дзен, al71); Подобные сравнения являются одними из самых простых и используемых, поскольку не требуют определённых знаний в сфере медицины, химии или физики.

Одно из способов оценки вакцины в интернет-комментариях – придумывание слов путем скрещивания слова *вакцина* и слова, имеющего отрицательную коннотацию, например, *жижа, фашизм*: *Говорим - НЕТ жижинации...* (Яндекс.Дзен, Любовь А); *Вакцинофашизм продолжается...* (Яндекс.Дзен, Саша А).

Ещё одним способом оценки вакцины является использование наименований, связанных со способом ее введения. В данном случае само действие (*укол, впрыск*) в комментариях противников вакцинации приобретает негативную окраску: *Пока государство не дает полных и юридически оформленных гарантий безопасности*

*"эликсира бессмертия" и полной компенсации негативных последствий впрыска в случае их наступления, колоть вакцину весьма проблематично (Яндекс.Дзен, Оптимист дожития).*

В этом случае частотным становится употребление лексем, связанных непосредственно с наркоманией и алкоголизмом: *смесь, шмурдяк, ширнуться: Называют какую-то смесь "вакциной", хотя вакцина готовится годами и, похоже, эта смесь имеет противоположное назначение... Удивляет упертая настойчивость, с какой нас пытаются затащить на этот укол, думаю скоро будут грозить четвертовать "не привитых". Раз для них очень важно уколоть нас- значит надо сопротивляться не смотря на все угрозы и лишения (Яндекс.Дзен, ВЕСТНИК); Я этот шмурдяк колоть не буду, и не надейтесь (Яндекс.Дзен, Николая); Всё, что сейчас творится, никакого отношения к здоровью не имеет. **ВСЕ ОБЯЗАНЫ ШИРНУТЬСЯ** и государству плевать на последствия...впрочем, как всегда (Яндекс.Дзен, Олег Авергин).*

Авторы двух последних комментариев используют лексемы *шмурдяк* и *ширнуться*, которые являются одними из самых частотных в высказываниях противников вакцинации и обозначают явления, имеющие негативную окраску: *шмурдяк* – это ‘суррогатный спиртной напиток низкого качества’, а слово *ширнуться*, имеющее значение ‘ввести наркотик внутривенно’, по отношению к вакцинации обозначает ‘сделать прививку’. Использование подобных лексем позволяет авторам сопоставить негативные последствия, наступающие у подверженных алкоголизму и наркомании, с последствиями, которые может иметь, по их мнению, применение непроверенной вакцины.

Наши предположения подтверждаются данными «Медиа словаря ключевых слов текущего момента», в которых одно из определений слова *шмурдяк*– «перен., отриц. об отечественной вакцине против коронавируса» и подтверждается следующим комментарием: *«В оксфордском докладе говорится, что обсуждения вакцинации от COVID в социальных сетях внезапно подняли в топ часто употребляемых слов такие, как «ширяться» (уколоться, сделать прививку) и «шмурдяк» (суррогатное вино сомнительного качества). Последним сетевые антипрививочники называют вакцину»*[Медиа словарь ключевых слов текущего момента, 2022].

Отдельно можно выделить ряд комментариев, в которых имплицитная оценка вакцины даётся через наименования из медицинской сферы. Такие сравнения распространены, поскольку вакцина непосредственно связана с медициной, и, соответственно, с системой здравоохранения. Используются следующие языковые единицы: *биологический яд, генноинженерный продукт* и др.: *А этот навязываемый генноинженерный продукт ничего общего с вакциной не имеет. Ради регистрации подобной жижи американцы еще в 2019 году изменили понятие вакцина, которое ввел Луи Пастер. Думающие люди не идут колоть себе биологический яд. Посмотрим на всех уколотых, как жить то будете*(Живой Журнал, [@здесь вам не тут](#)).

Помимо сравнения с явлениями из сферы медицины, авторы комментариев активно проводят аналогию между вакцинацией и различными экспериментами над людьми (в т.ч. фашистскими). Языковыми маркерами становятся существительные *геноцид, эксперимент, фашизм*: *Это не КОРОНАВИРУС, это КОРОНАБЕСИЯ! Идёт массовый ГЕНОЦИД Московских пенсионеров. Не желающим участвовать в сомнительных ЭКСПЕРИМЕНТАХ блокируют Социальные карты... Пенсионеры Москвы не участвуйте в СОМНИТЕЛЬНЫХ экспериментах, не будьте ПОДОПЫТНЫМИ кроликами!* (Яндекс.Дзен, Макс Златов).

Подводя итог, отметим, что противники вакцинации, используя оценочную стратегию, прибегают к различным способам дискредитации вакцины: дают оценку как эксплицитно, через лексемы, содержащие оценочный компонент, так и имплицитно, то есть через сравнение вакцины с различными видами жидкости, связанными с отравляющими веществами, алкоголем и наркотиками, опасными медицинскими препаратами. Подобная стратегия демонстрирует сомнения пользователей в качестве разработанной в короткие сроки и не успевшей пройти полноценные клинические испытания вакцины и выражает их

беспокойство за собственное здоровье и здоровье близких. Безусловно, подобные высказывания, оказывающие мощное эмоциональное воздействие на адресата, нельзя назвать достоверными по причине использования лексем с обобщенным значением, отсутствия конкретики, наличия эмоциональной окраски и личных суждений авторов интернет-комментариев.

#### **Литература и источники**

1. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. / О. С. Иссерс. – М.: ЛЕНАНД, 2017. – 308 с.
2. Колмогорова, А. В. Легитимизация как социополитический феномен и объект дискурс-анализа / А. В. Колмогорова // Политическая лингвистика. – 2018. – № 1 (67). – С. 33–40.
3. Кондратьева, О. Н. Коммуникативные стратегии сторонников вакцинации (на материале интернет-комментариев) // Когнитивные исследования языка. – 2022. – Вып. № 2 (49). – С.146-152
4. Лидванова, Е. В. Причины отказа от вакцинации против COVID-19 / Е. В. Лидванова // Междисциплинарность научных исследований как фактор инновационного развития : сб. статей международной конференции – Уфа: OMEGA SCIENCE, 2021. – 248 с.
5. Медиасловарь ключевых слов текущего момента [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://dataslov.ru/word/shmurdyak/> (дата обращения 04.02.2023).

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

**УДК 81'42**

### **СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА РОССИИ И КНР: ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

***Никифорова Е. В.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** В данной статье представлены анализ и сопоставление новогодних обращений президента Российской Федерации Владимира Путина и председателя Китайской Народной Республики Си Цзиньпина. Речи глав государств рассматриваются в лингвоаксиологическом аспекте: на материале новогодних обращений 2019-2021 гг. выделяются ядерные и периферийные концепты, что дает возможность определить доминанты ценностных картин мира представителей русской и китайской лингвокультур. Целью исследования является сопоставление обнаруженных особенностей современного политического дискурса России и КНР в аксиологическом аспекте. Результаты настоящего исследования позволяют выявить специфику ценностных картин мира двух народов и могут быть применены в сфере лингвокультурологии, политической лингвистики и межкультурной коммуникации для повышения эффективности контактов представителей разных лингвокультур.

**Ключевые слова:** политическая лингвистика, политический дискурс, новогоднее обращение, ценностная картина мира, концепт, концептуальный анализ.

# THE SPECIFICS OF THE MODERN POLITICAL DISCOURSE OF RUSSIA AND CHINA: LINGUOAXIOLOGICAL ASPECT

*Nikiforova E. V.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** This article presents analysis and comparison of the New Year's addresses of the President of Russia Vladimir Putin and the President of the People's Republic of China Xi Jinping. The speeches are considered in the linguoaxiological aspect: central and peripheral concepts are distinguished on the material of the New Year's addresses 2019-2021, which helps determine the dominant value pictures of the world of representatives of Russian and Chinese cultures. The aim of study is to compare the features of the modern political discourse of Russia and China in the axiological aspect. The results help identify the specifics of the value pictures of the world of the two peoples and can be applied in linguoculturology, political linguistics and intercultural communication to increase the effectiveness of intercultural contacts.

**Key words:** political linguistics, political discourse, New Year's address, value picture of the world, concept, conceptual analysis.

На данный момент политика является одной из важных сфер жизни современного общества. Исследование политических дискурсов стран в различных аспектах позволяет выявить специфические особенности мировоззрения представителей разных лингвокультурных сообществ. В данной статье нами проводятся анализ и сопоставление новогодних обращений президента России В. Путина и председателя КНР Си Цзиньпина с точки зрения лингвоаксиологии.

Все языковые сообщества имеют ценностную составляющую, некоторым образом отражающуюся в языке и формирующую аксиологическую картину мира членов данного сообщества [Солодилова, 2018, с. 182]. Рассмотрение культурных концептов, эксплицированных в речах глав стран, предоставляет возможность определить доминанты ценностных картин мира народов. Концепты анализируются по следующей схеме: вначале все концепты разделяются на ядерные, представляющие фундамент речей, и периферийные, подразделяющиеся, в свою очередь, на несколько групп: витальные, социальные, политические, национально-культурные, морально-этические, экономические и экологические концепты. Также отметим, что экспликация периферийных концептов менее частотна, чем вербализация ядерных концептов.

Ядерным концептом в новогоднем обращении В. Путина является концепт «народ». Президент замечает: развитие страны и качество жизни будущих поколений россиян напрямую зависят от того, насколько упорно будут трудиться граждане страны сейчас («*От усилий и вклада каждого из нас зависит её [России] настоящее и будущее, будущее наших детей*»). Помимо того, большое внимание обращается на разнообразие русского народа: россияне исполняют самые разные профессиональные обязанности, а также проживают в России и за ее пределами («*...хочу отдельно поздравить с Новым годом всех, кто исполняет сейчас свой профессиональный и воинский долг. [...] Не прерывается работа на транспортных магистралях, на ряде производств и служб жизнеобеспечения. В этих сферах работает сотни тысяч наших граждан*», «*...во многих семьях, в том числе и у наших соотечественников за пределами России, прозвучит традиционное "С Новым годом! С новым счастьем!"*»). Тем не менее, несмотря на упомянутое многообразие жителей страны, подчеркивается единство народа и готовность граждан помогать друг другу в трудных ситуациях; население страны сравнивается с семьей («*Хочу сказать спасибо каждому из вас, потому что мы вместе. А когда мы чувствуем надёжный локоть людей, стоящих рядом, Россия становится одной большой семьёй*»). Рассматриваемый концепт представлен такими единицами, как «военнослужащие», «сотрудники служб»,

«граждане», «друзья». Частотность единиц, вербализующих концепт «народ» в анализируемом материале, составляет 42 употребления.

Вторым концептом в новогоднем обращении президента России, входящим в группу ядерных, является концепт «правительство». Основное внимание акцентируется на важности совместной деятельности российского правительства и населения: лишь при активном взаимодействии власти и народа становится возможным достигать поставленных целей, справляться с возникающими трудностями и создавать условия для развития России («...**только вместе** мы сможем обеспечить дальнейшее развитие и процветание нашей Родины», «Самое главное, что все трудности уходящего года **мы преодолевали вместе**», «**Только вместе мы** решим задачи, которые стоят сегодня перед обществом и страной. **Наше единство** – основа достижения любых самых высоких целей»). Отметим, что частотность единиц, эксплицирующих концепт «правительство», а именно единиц «мы», «вместе», «наше единство», «наша солидарность», достигает 25 употреблений.

В рассматриваемых новогодних обращениях также вербализуются и периферийные концепты. Так, витальные концепты были эксплицированы единицами «вирус», «болезнь», «эпидемия», «здоровье»: В. Путин говорит о негативном влиянии пандемии коронавируса на образ жизни граждан, однако, несмотря на возникающие трудности, Россия продолжает бороться с вирусом; частотность данных единиц суммарно составляет 8 употреблений. Социальные концепты вербализованы единицами «благополучие» и «качество жизни людей»: повышение данных показателей является одним из направлений деятельности правительства России; частотность единиц, репрезентирующих группу данных концептов, равна 2 употреблением. Национально-культурные концепты представлены единицами «Победа в Великой Отечественной войне», «Великая Победа», «победить заразу нацизма»; частотность упомянутых единиц составляет 3 употребления. Морально-этические концепты, в свою очередь, реализованы за счет единиц «поддержка», «внимание», «любовь», «милосердие», представляющих основные нравственные ценности народа; частотность данных единиц равна 36 употреблением. Экономические концепты эксплицированы единицей «восстановить экономику», частотность единицы в исследуемом материале – 1 употребление.

Далее представим анализ новогодних обращений Си Цзиньпина. Как и в обращениях В. Путина, ядерными концептами являются концепты «народ» и «правительство».

Говоря о концепте «народ», отметим, что одной из основных характеристик граждан Китая является их непрерывная усиленная работа, помогающая стране выполнять различные цели и развиваться («**这些成就凝结着新时代奋斗者的心血和汗水...**»; «**经过一代代接续努力, 以前贫困的人们, 现在也能吃饱肚子、穿暖衣裳...**»). Кроме того, в речах лидера КНР обращается внимание и на многообразие народа: так, жители Китая – это люди разных возрастов, занимающие различные профессиональные посты и живущие на разных территориях – как внутри страны, так и за ее пределами («**我们的三位航天员正在浩瀚太空“出差”, 海外同胞仍在辛勤耕耘, 使领馆、中资企业等海外派驻人员和广大留学生仍在勇毅坚...**»). Также заметим, что частотность единиц, вербализующих данный концепт, – единиц «**新时代奋斗者**», «**乡亲**», «**中华民族**», «**人民**» – составляет 76 употреблений.

Как было замечено ранее, в группу ядерных концептов также входит концепт «правительство». Председатель КНР подчеркивает: основная миссия правительства Китая – сохранение и увеличение силы, помогающей государству полноценно развиваться, и власти страны **преданы своей цели** («**我沿着中国革命的征程砥砺前行。...初心和使命是我们走好新时代长征路的不竭动力**»).

Си Цзиньпин акцентирует внимание на близости власти к населению: председатель лично общается с жителями и отзывается на их просьбы («**...我无论多忙, 都要抽时间到乡亲们中走一走看一看**»). Помимо того, глава государства также говорит о необходимости сотрудничества власти страны с населением для преодоления различных трудностей

(«我们要万众一心加油干，越是艰险越向前，把短板补得再扎实一些...»). Анализируемый концепт эксплицирован такими единицами, как «我们», «我», «万众一心», «党». Частотность упомянутых единиц равна 45 употреблением.

Обратимся к рассмотрению периферийных концептов. Витальные концепты вербализованы лексическими единицами «疫情», «新冠肺炎», «抗疫», «生命至上». Председатель КПК отмечает: жители и власти Китая борются с пандемией коронавируса и ее последствиями, так как считают, что нет ничего важнее человеческой жизни; частотность единиц, эксплицирующих данную группу концептов, составляет 17 употреблений. Социальные концепты представлены единицами «脱贫攻坚», «全面建成小康社会», «科学重大突破»: одними из направлений деятельности китайского правительства являются борьба с бедностью населения, построение среднезажиточного общества и осуществление научно-технических нововведений. Частотность указанных единиц составляет 21 употребление. Группа политических концептов реализована за счет употребления единиц «改革开放», «建交», «全面建设社会主义现代化国家», «一国两制»: данные единицы представляют основы политического курса государства – политику реформ и открытости, установление дипломатических отношений, а также воссоединение КНР с Гонконгом, Макао и Тайванем; частотность единиц равна 16 употреблением. Национально-культурные концепты эксплицированы с помощью обращения к важнейшим событиям из истории государства, например, образованию Нового Китая и Коммунистической партии Китая. Частотность единиц «新中国成立70周年», «中国共产党百年华诞» в общем насчитывает 5 употреблений. Экономические концепты вербализованы единицами «长江经济带发展», «减税降费», которые представляют значимые направления экономического развития государства. Частотность упомянутых единиц равна 7 употреблением. Группа экономических концептов представлена единицами «黄河流域生态保护», «垃圾分类», «南水北调», «低碳生活», отражающими текущую экологическую обстановку в Китае. Частотность единиц, эксплицирующих экологические концепты в обращениях Си Цзиньпина, составляет 7 употреблений.

Таким образом, ядерными концептами в речах глав обоих государств являются концепты «народ» и «правительство». Что касается периферийных концептов, сделаем следующие выводы: в новогодних обращениях В. Путина наиболее частотна экспликация морально-этических концептов, что говорит о высокой значимости духовно-нравственного развития русского народа. При этом в речах президента РФ не было выявлено вербализации политических и экологических концептов, что указывает на неактуальность тем политического развития и экологической ситуации в стране для русского народа в жанре новогодних обращений президента страны. Говоря о выступлениях председателя КНР, наиболее часто употребляются единицы, эксплицирующие социальные концепты, – данный факт позволяет понять, что наиболее значимым вопросом для китайского народа является развитие государства в социальной сфере. Нами не было замечено вербализации морально-этических концептов, следовательно, наименее важной темой в рамках политического дискурса является формирование определенных духовных ценностей у населения Китая.

#### Литература и источники

1. Солодилова, И. А. Ценностная картина мира как объект лингвистического изучения / И. А. Солодилова, В. В. Перевалов.– Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки, 2018.– С. 180-183.
2. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/62523> (дата обращения: 20.03.2023)
3. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1654489840201523284&wfr=spider&for=pc> (дата обращения: 20.03.2023)
4. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/64852> (дата обращения: 20.03.2023)

5. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1687683729657776331&wfr=spider&for=pc>  
(дата обращения: 20.03.2023)
6. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/speeches/67514> (дата обращения: 20.03.2023)
7. URL: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1720660035235352908&wfr=spider&for=pc>  
(дата обращения: 20.03.2023)

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

**УДК 81'42**

**МНОЖЕСТВЕННАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ МОДУСНЫХ СМЫСЛОВ  
КАК РЕАЛИЗАЦИЯ КОНФЛИКТОГЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА  
ИНТЕРПРЕТИРУЕМОГО ТЕКСТА**

*Петрова В. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** В настоящей работе рассматривается вариативность интерпретаций текста, характеризующегося имплицитной модальностью, в рамках диктумно-модусных отношений как основа для формирования интерпретационного поля. Исследование проводится на основании анализа словарной статьи «Словаря событийных концептов Кузбасса». Цель исследования – рассмотреть конфликтотенный потенциал текста-стимула, обладающего нейтральной модальностью и вариативностью модусных смыслов вторичных текстов (текстов-реакций). В результате анализа языкового материала выделяются интерпретаты и предварительно намечаются зоны интерпретационного поля, а также отмечается зависимость между модусным значением вторичного текста (текста-реакции) и степенью близости интерпретаты к тексту-стимулу. Основанием для формирования интерпретационного поля становятся диктумно-модусные отношения.

**Ключевые слова:** модус, конфликтотенный потенциал, интерпретируемый текст, интерпретация, вариативность, интерпретационная лингвистика.

**MULTIPLE VARIABILITY OF MODUS MEANINGS  
HOW THE CONFLICTOGENIC POTENTIAL IS REALIZED  
OF THE INTERPRETED TEXT**

*Petrova V.S.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** This paper considers the variability of interpretations of a text characterized by implicit modality within the framework of dictum-modus relations as the basis for the formation of an interpretive field. The study is carried out on the basis of the analysis of the dictionary entry «Dictionary of event concepts of Kuzbass». The purpose of the study is to consider the conflictogenic potential of a text-stimulus, which has a neutral modality and variability of the modus meanings of secondary texts (texts-reactions). As a result of the analysis of linguistic material, interpretants are singled out and zones of the interpretive field are preliminarily outlined, and a relationship is noted between the modus value of the secondary text (reaction text) and the degree of proximity of the interpretative to the stimulus text. The dictum-modus relations become the basis for the formation of the interpretative field.

**Key words:** modus, conflict potential, interpreted text, interpretation, variability, interpretive linguistics.

Вариативность как универсальное свойство языка представляет неизменный интерес для лингвистики, так как проявляется на всех языковых уровнях. Под языковой вариативностью здесь следует понимать фундаментальное свойство языка, заложенное в самом устройстве системы, способ существования всех языковых единиц, обнаруживающего специфические черты в пределах каждого уровня [Солнцев, 1984, с. 31-37]. Несмотря на теоретическую и прикладную необходимость исследования этого свойства языка, интерпретационная вариативность текста как отдельный предмет изучения в исследовательское поле вошла относительно недавно. В нашей работе внимание сфокусировано непосредственно на реализации конфликта интерпретаций как следствия языковой вариативности.

Целью данной работы является рассмотрение конфликтогенного потенциала публицистического текста-стимула, характеризующегося нейтральной модальностью и вариативностью модусных смыслов, реализованных в интерпретирующих текстах адресатов.

В рамках интерпретационной лингвистики конфликт можно трактовать как некий когнитивный диссонанс, возникающий между авторским текстом-стимулом, интенциями автора и производными вторичными текстами – комментариями, интерпретациями реципиентов. Такой диссонанс объясняется как объективными (фактор текста), так и субъективными (фактор интерпретатора) причинами [Голев, Ким, 2009]. Значимыми для современной интерпретирующей лингвистики являются поиски ответов на вопросы: почему при восприятии одного и того же текста, характеризующегося формально-смысловой целостностью, в процессе его интерпретации актуализируются различные диктумно-модусные компоненты? Какие факторы обуславливают диктумно-модусные трансформации, обуславливающие развитие интерпретаций по модели множественности, вариативности и конфликтности?

В данном исследовании рассматривается разнообразие реакций (мнений) на определенный событийный концепт (текст-стимул). Гипотезой исследования стало утверждение о том, что любой текст обладает конфликтогенным потенциалом, детерминирующим множественную вариативность его интерпретаций.

Исследование выполнено на материале словарной статьи «В КемГУ будут учить теологии», представленной в «Словаре событийных концептов Кузбасса», и интерпретаций адресатов. Общее количество интерпретирующих текстов – 50.

Основным инструментами при изучении конфликтогенного потенциала событийного концепта стал анализ как исходного текста, так и текстов-реакций. Результаты анализа модусных значений комментариев легли в основу формирования интерпретационного поля текста-стимула.

Анализ исходного текста и интерпретаций адресатов предполагает обращение к понятиям диктум и модус, к объективным и субъективным смыслам высказывания.

Далее представим множественную модусную вариативность как результат интерпретации событийного концепта, получившего реализацию в публикации «**В КемГУ будут учить теологии**».

*В КемГУ открывается новое направление подготовки магистров – «Теология». Лицензирование уже пройдено. Как рассказали в пресс-службе опорного вуза Кузбасса, готовить будущих теологов будут в тесном сотрудничестве с Кемеровской епархией. Руководить программой назначили митрополита Кемеровского и Прокопьевского Аристарха.*

Представленный событийный концепт имманентно близок к публицистическому тексту, медиатексту – своему первоисточнику. Следует отметить, что первоисточник – скорее беспристрастный репортаж, чего в медиареальности сейчас все меньше [Копытов,

2015]. Отсюда вытекают соответствующие характеристики: актуальная проблематика, адресация массовому читателю, информативная функция, лаконичность, логичность и точность фактов.

Текст состоит из повествовательных невосклицательных предложений. Используется нейтральная лексика, стилистически маркированными являются лишь слова *епархия*, *митрополит*, в контексте указывающие на территориальный признак и социальный статус соответственно.

В целом в статье реализованы нейтральные модусные смыслы. Однако при восприятии и оценке этого событийного концепта реципиенты в интерпретирующих суждениях выразили позитивные и негативные модусные значения: а) положительная модальность; б) отрицательная; в) двойственная; г) нейтральная; д) отказ (вербализованный или невербализованный). Реакция «отказ» в дальнейшем анализе нами не рассматривается. Следует обратить внимание на то, что текст с имплицитным модусным содержанием порождает конфликт не только вариантами интерпретаций, но и между собственно вариантами (противоположность мнений «+» и мнений «-»).

Весь текст – диктум, стремления выявить яркие специфические оценочные единицы не дадут убедительных результатов. Основываясь на типологии диктумно-модусного имплицитного содержания Т. В. Дубровской [Дубровская, 2020], данный текст можно охарактеризовать имплицитным модусным содержанием – имплицитной оценкой автором диктумного содержания своего авторства.

Реакции «+», или комментарии с положительной тональностью, наиболее частотно выражены в пределах категории **интереса**: *интересное направление; очень интересно, неожиданно для КемГУ, узнаю много нового и интересного; я бы тоже хотел(-а) получить такое образование*. Следует подчеркнуть, что интерпретаты в этой группе комментариев в меньшей степени отходили от основного варианта понимания – буквального, ядерного (ядерной зоны интерпретационного поля, обращаясь к его [поля] ядерно-периферийному принципу организации [Ким, 2010]) – **В КемГУ будут обучать магистров-теологов**.

Реакции «-» и «±», или комментарии с отрицательной и двойственной тональностью соответственно, опираются на оппозицию категорий **необходимость** – **излишество**: *дисциплин в КемГУ для развития личности достаточно, это лишнее; и так учиться сложно, с этим предметом еще сложнее будет; меня все устраивало без этой дисциплины; надеюсь, это будет необязательной дисциплиной; можно направить силы на изучение более полезного и современного материала; безусловно важно, но этого уже чересчур много; для чего?; добровольно еще куда ни шло, а принудительное изучение меня не устраивает; мне кажется, что факультет выделять не надо, достаточно курса; наличие теологии в ВУЗе – странное явление* и пр. Примечательно, что от ядерного **В КемГУ будут обучать магистров-теологов** реципиенты, отреагировавшие на текст-стимул в рамках указанных групп перешли в околоядерную и даже периферийную зоны интерпретационного поля текста: **В КемГУ будут обучать теологии** и **Все студенты КемГУ будут изучать теологию** (где теология – уже отдельная дисциплина, а не направление подготовки).

Реакции «=», обозначающие невыраженную тональность, также формируют периферийную зону интерпретационного поля, но уже в рамках интерпретаты **Знание теологии/Обучение теологии**: *абсолютно спокойно отношусь к таким предметами способ разбавить тяжелые пары студентов (пересечение с предшествующей группой); каждая профессия важна; каждый человек сам должен определять необходимость таких вещей для себя; людям надо во что-то верить; нейтрально*.

На основании анализа текста-стимула и текстов-реакций наблюдается следующая закономерность: положительные реакции на исходное событие формируют ядерную область интерпретационного поля текста-стимула, тогда как комментарии с отрицательным, двойственным и невыраженным модусом указывают на смещение акцента внимания

рецепиента при интерпретации и образуют смежную – околядерную – и периферийную зоны интерпретационного поля.

Таким образом, нейтральный модус исходного текста не исключает конфликта интерпретаций и интерпретационной вариативности. Безусловно, полученные результаты нуждаются в верификации путем анализа других текстов-стимулов и сопоставления с полученными нами предварительными результатами. В перспективе данное исследование предполагает верификацию результатов и формирование интерпретационных полей текстов-стимулов на основе выражения модусных значений в языке.

### Литература и источники

1. Голев, Н. Д., Ким Л. Г. Вариативно-интерпретационное функционирование текста (к вопросу о расширении границ лингвистической вариантологии) / Н. Д. Голев, Л. Г. Ким // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 27(165). – С. 12-20.
2. Дубровская, Т. В. Типы диктумного и модусного имплицитного содержания в политической интернет-коммуникации / Т. В. Дубровская // Политическая лингвистика. – 2020. – № 4(82) – С. 22-31.
3. Ким, Л. Г. Интерпретационное поле как реализация вариативно-интерпретационного потенциала текста (на материале лингвистического эксперимента) / Л. Г. Ким // Сибирский филологический журнал. – 2010. – № 1. – С. 203-212.
4. Копытов, О. Н. Концепция текста и ее возможности для исследования медиатекста / О. Н. Копытов // Медиалингвистика. – 2015. – № 4(10). – С. 69-82.
5. Солнцев, В. М. Вариативность как общее свойство языковой системы / В. М. Солнцев // Вопросы языкознания. – 1984. – № 2. – С. 31-37.

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

УДК 81`27

## ТИПОЛОГИЯ ЯЗЫКОВЫХ ЛИЧНОСТЕЙ ШКОЛЬНИКОВ

*Салимова Д. М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[dasha.kozhichova@mail.ru](mailto:dasha.kozhichova@mail.ru)

**Аннотация.** Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию типологий языковых личностей школьников (на материале сочинений и изложений). Целью исследования является построение речевого портрета школьника на материале сочинений и изложений. В качестве объекта исследования выступает речевой портрет школьника, предмета – речевые особенности письменной речи современного школьника. Материалом описания являются сочинения школьников среднего звена. Проведённый анализ позволил выделить разные типы языковых личностей современных школьников по нескольким критериям: особенностям передачи плана сочинения и установок учителя, специфике использования лексических средств и уровню грамотности учеников.

**Ключевые слова:** лингвоперсонология; типы языковых личностей; речевой портрет, преподавание русского языка в школе

## TYPOLOGY OF LANGUAGE PERSONALITIES OF SCHOOLCHILDREN

*Salimova D. M.*

Kemerovo State University

[dasha.kozhichova@mail.ru](mailto:dasha.kozhichova@mail.ru)

**Annotation.** This work is devoted to the theoretical and practical study of the typology of linguistic personalities of schoolchildren (based on the material of essays and expositions). The purpose of the study is to build a speech portrait of a student based on the material of essays and expositions. The object of the study is a speech portrait of a schoolboy, the subject is the speech features of the written speech of a modern schoolboy. The material of the description is the essays of middle school students. The analysis made it possible to identify different types of linguistic personalities of modern schoolchildren according to several criteria: the peculiarities of the transfer of the composition plan and the teacher's attitudes, the specifics of the use of lexical means and the level of literacy of students.

**Keywords:** linguopersonology; types of linguistic personalities; speech portrait, teaching Russian at school

Одной из ведущих задач современного школьного образования является развитие речевой личности учащегося. Основу обучения языку сегодня составляет формирование коммуникативной компетентности, что во многом обеспечивает комфортное существование ученика [Нерознак, 1996, с. 113]. Однако несмотря на значительные успехи в этой области, в отечественной лингвистике и линводидактике отсутствуют исследования, в которых было бы очерчено своеобразие речевого портрета современного школьника. Это и обуславливает актуальность исследования.

В настоящее время в лингвистике выделяется такое направление, как лингвоперсонология, под которой понимается лингвистическая дисциплина, объектом которой является языковая личность [Нерознак, 1996, с. 112]. К актуальным проблемам лингвоперсонологии относится определение самого объекта ее изучения. Так, В.П. Нерознак, который ввел термин «лингвоперсонология» и обосновал ее статус как самостоятельной науки, считает, что объектом данной научной дисциплины является идиолектная («частночеловеческая») языковая личность, а изучением полилектной («многочеловеческой») языковой личности должна заниматься лингвокультурология [Нерознак, 1996, с. 112].

Переключение внимания лингвистов на роль «человеческого фактора» в языке повлекло за собой включение в понятийный аппарат лингвистики новой категории «языковая личность», проявляющейся не просто в языковых способностях личности, а в способности человека порождать и понимать речевые высказывания как родового свойства. Развитие теории языковой личности в аспекте соотношения языка и речи дало возможность выделить понятие «речевой портрет» [Мамаева, 2016, с. 47].

Общение современных школьников – явление уникальное. Оно в значительной степени влияет на развитие речи. Нуждается в детальном описании и изучении коллективного речевого портрета современных школьников. Как считает Е.В. Гейко, это целостная многокомпонентная структура содержит следующие составляющие: социальные, психологические, биологические особенности; предпочтения, увлечения учащихся; описание владения языком на всех языковых уровнях; особенности коммуникативного поведения учащихся, использование сленга и т.д. [Гейко, 2015, с. 39].

Формирование языковой личности происходит на протяжении всей жизни человека, однако основа закладывается в детстве. Значительное влияние на формирование ребенка

как языковой личности оказывает влияние типа языковой личности родителей, условия, при которых растёт ребенок. Важную роль играют типы языковой личности учителей, организация учебного процесса в школе, погружение учащихся в коммуникативную образовательную среду. Нельзя недооценивать и роль текстов, на которые ориентируется человек как на эталон.

Гипотеза настоящего исследования заключается в предположении о том, что письменная речь учащихся характеризуется рядом особенностей, позволяющих построить типологию речевых портретов. С целью верификации данного положения было проведено лингвистическое исследование, основная цель которого заключается в построении речевого портрета современного школьника на материале сочинений и изложений.

Для выполнения поставленной цели был проведён лингвистический эксперимент, суть которого заключалась в следующем: учащимся 6 класса, выступающим в качестве испытуемых, необходимо было написать сочинение по картине К.Е. Маковского «Дети, бегущие от грозы». Перед тем как ученики приступили к выполнению задания, для них был проведен урок, на котором учитель по плану-конспекту вместе с учениками провёл анализ картины. В итоге школьниками было написано 31 сочинение по картине.

Параметр №1. «Следование плану». 24 сочинения написаны по плану, который был дан педагогом, а 7 работ отклонялись от плана.

Параметр №2. «Особенности передачи установок учителя». 8 работ полностью подходили под анализ на подготовленном уроке, 10 работ имели промежуточный вариант, в данных работах были небольшие отклонения от информации, выданной на уроке. 13 работ не соответствовали плану разбора.

Параметр №3. «Особенности использование лексических средств». В данном параметре рассматривалось языковое оформление работ. 12 работ – богатые по оформлению, 13 работ – среднего оформления и 6 – бедного.

Параметр №4. «Особенности грамотности оформления сочинений». Рассмотрение работ на грамотность. Выявление частотных ошибок, которые совершают ученики.

К частотным ошибкам учеников относятся:

- 1) речевые ошибки (построение мыслей): *«Кажется что вот-вот польёт сильный ливень»;*
- 2) грамматические ошибки (неправильное окончание у существительных, глаголов): *«Девочке, в передники, мы видем»;*
- 3) орфографические ошибки (н/nn в причастиях, непроверяемые гласные, непроизносимые согласные): *«Засеянное, наполнена, испуганна, уроган»;*
- 4) пунктуационные ошибки (неправильная расстановка запятых, точек): *«Мне понравилась эта картина. Тем, что автор показывает что чувствуют дети с картины»;*
- 5) синтаксические ошибки (ошибки в предложениях с однородными членами предложений, с обособленным определением, в построении сложноподчиненных предложений): *«От родителей перенял музыкальные художественные артистические способности.»*, *«Как раз на заднем плане расположено поле засеянное пшеницей».*

Приведённые примеры иллюстрируют, что у школьники обладают недостаточным словарным запасом, неточно понимают значение слов. А из этого следуют речевые, грамматические и синтаксические ошибки.

Полученные результаты позволили выделить разные типы языковых личностей современных школьников по нескольким критериям: особенностям передачи плана сочинения; особенностям передачи установок учителя; специфике использования лексических средств; уровню грамотности учеников.

После проведенного эксперимента, было проанализировано варьирование лингвоперсонологических свойств языковой личности по всем выделенным параметрам. Ученики смогли передать структуру плана, заданного учителем-предметником. Из-за слабого словарного запаса дети столкнулись с проблемой передачи установок учителя.

Проведённое исследование позволяет сделать вывод о том, что речевой портрет школьника обладает специфическими признаками, обусловленными как лингвистическими, так и экстралингвистическими факторами. Языковая личность школьника – это сочетание в нём его языковой компетенции, стремление к творческому самовыражению, свободного осуществления разносторонней речевой деятельности.

### **Литература и источники**

1. Гейко, Е. В. Языковая личность школьника среднего звена: к вопросу о концептуальной составляющей / е. В. Гейко // В сборнике: Славянские чтения. Материалы Всероссийской научно-практической конференции: в 2 частях. Ответственный редактор Т. П. Рогожникова. – 2015. – С. 39-45.
2. Карасик, В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : Гнозис, 2004. – 390 с.
3. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 264 с.
4. Мамаева, С. В. Социолингвистический портрет школьников-подростков как речевой маркер региональной идентичности / С. В. Мамаева // Успехи современной науки. – 2016. – Т. 4. – № 9. – С. 47-50.
5. Нерознак, В. П. Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины / В. П. Нерознак // Сб. науч. тр. МГЛУ. – Вып. 426: Язык. Поэтика. Перевод. – М.: Изд-во МГЛУ, 1996. – С. 112–116.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент кафедры рус. яз. и лит-ры Новгородова Е. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 81.272:378.14**

### **ФИЛОЛОГИЯ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ (СОЦИОПЕДАГОГИЧЕСКИЙ И СОЦИОФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИТУАЦИИ В КЛАССИЧЕСКИХ УНИВЕРСИТЕТАХ РОССИИ)**

**Самков М.О**

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[samkov.m@internet.ru](mailto:samkov.m@internet.ru)

**Аннотация.** В перспективе современных запросов общества специалист-филолог занимает важнейшую нишу цепи востребованных видов деятельности и к настоящему

времени спрос на специалистов в сфере лингвистики и литературоведения повышается. Филология как наука предстаёт перед студентом в основном в виде теоретической части, где при ее обучении присутствует определённый список учебной литературы, а также учебные планы, которым придерживаются преподаватели. На практике же ясно, что данная система обучения студентов-филологов некорректно отображается в социально-общественной, практической деятельности будущего специалиста. И подход к обучению студентов филологических институтов консервативен, что не является смежным с социальными запросами общества, т.е. происходит несистемный отклик образовательных учреждений на общественные потребности.

Данное научное исследование выполнено на материале методических пособий, учебной литературы и программных документов, а также предстаёт в виде выявления неэффективных, с социальной точки зрения методов обучения студентов-филологов, где основную часть подготовки занимает классическая теория. Такие методы на фоне стремительно развивающегося цифрового общества являются недостаточными, а стили и способы подготовки в практической части обучения будущих филологов имеют слабовыраженный характер.

**Ключевые слова:** филология, специалист-филолог, коммуникативная инвалидность, орфографоцентризм, учебные пособия, практико-ориентированность, студент.

## PHILOLOGY AS A SOCIAL ACTIVITY (SOCIOPEDAGOGICAL AND SOCIOPHILOLOGICAL ANALYSIS OF THE EDUCATIONAL SITUATION IN CLASSICAL UNIVERSITIES OF RUSSIA

*Samkov M. O*

Kemerovo State University

[samkov.m@internet.ru](mailto:samkov.m@internet.ru)

**Annotation.** In the perspective of modern demands of society, a specialist philologist occupies the most important niche in the chain of popular activities and by now the demand for specialists in the field of linguistics and literary studies is increasing. Philology as a science appears to the student mainly in the form of a theoretical part, where during its training there is a certain list of educational literature, as well as curricula that teachers adhere to. In practice, it is clear that this system of teaching philology students is incorrectly displayed in the socio-public, practical activities of the future specialist. And the approach to teaching students of philological institutes is conservative, which is not related to the social demands of society, i.e. there is a non-systemic response of educational institutions to public needs.

This scientific research is carried out on the material of methodological manuals, educational literature and program documents and appears in the form of identifying non-effective methods of teaching philology students from a social point of view, where the main part of the training is classical theory. Such methods are insufficient against the background of a rapidly developing digital society, and the styles and training methods in the practical part of the training of future philologists are weakly expressed.

**Key words:** philology, specialist philologist, communicative disability, orthographocentrism, textbooks, practice orientation, student.

В Российской Федерации для специалиста-филолога существует ряд практической деятельности, такие как: реклама и связь с общественностью, функционирование в качестве сотрудника государственных органов власти - связь с юрислингвистикой. Применение практических знаний в социальных сетях, мессенджерах (SMM) так же является в современной общественной жизни важной функцией специалиста-филолога. Но в рамках обучения студентов отсутствует системность подготовки к социально значимым профессиям. В частности, это проявляется, например, в орфографоцентризме, и как

следствие того, что профессор М. А. Осадчий назвал «коммуникативной инвалидностью». При этом ведущими филологическими видами деятельности часто обозначается не преподавание родного языка как коммуникативного феномена, а научно-исследовательская деятельность. В.И. Аннушкин в своей статье «Проблемы русской и зарубежной филологии: междисциплинарный подход» подчеркивает, что «Филология обращена к несущим проблемам современной общественно-речевой практики. Цель филологии – описание всех видов современной словесности с выявлением целей, задач, содержания, форм общения, выражения этих форм, и различных жанров речи.» [Аннушкин В. И. 2003, с. 6.] и текущая проблема осознается обществом. По данным интернет портала «Моё образование», в вопросе об коммуникативности специалиста были представлены следующие показатели: 66% респондентов ответили, что коммуникативные навыки достаточно важны, а 34% уверенно заявили, что коммуникация - это основа профессии филолога. Вдобавок, Бреусова Е.И. и Руднева О.В. отмечают то, что в погоне за «чистотой» орфографией, пунктуации в подготовке абитуриентов уходит на второй план не менее значимые аспекты русского языка - его коммуникативная составляющая. А практика входного экзамена в виде диктанта не позволяет выявить коммуникативные способности будущего студента: «Диктант не способен выявить уровень сформированности коммуникативных способностей выпускника школы, которые необходимы для дальнейшего обучения и эффективного взаимодействия в социуме. Диктант проверяет только уровень орфографической (и пунктуационной) грамотности.» [ Бреусова Е.И.; Руднева О.В 2022, 38-42 с.]

На сегодняшний день существует обширное количество учебных пособий, направленные на подготовку студентов филологических факультетов и институтов, которые в свою очередь призваны помочь студенту обрести социально значимую профессию. Одним из таких пособий является «Основы филологии» А.А.Чувакина, где автор ссылается на такого рода определения филологии: «**ФИЛОЛОГИЯ** (греч. philologia, букв. — любовь к слову, от philēō — люблю и lógos — слово) — содружество гуманитарных дисциплин — языкознания, литературоведения, текстологии, источниковедения, палеографии и др., изучающих духовную культуру человечества через языковой и стилистический анализ письменных текстов. Текст во всей совокупности 9 своих внутренних аспектов и внешних связей — исходная реальность филологии» [Чувакин А.А 2011, 8 с.]. В учебном пособии А.А. Чувакина понятие о науке дано поверх всей практической значимости, но при этом студент, изучая данное пособие, постепенно может овладеть основными теоретическими аспектами науки о слове. «Основы филологии» А.А. Чувакина состоит из 242 страниц, посвящённых базовым понятийным аппаратом, научным изречениям известных ученых-филологов как В. фон Гумбольта, Д. Лихачева, самим автором пособия и т.д.

Пособие состоит из 6 глав, где в каждой описаны основные **теоретические** аспекты филологии, и далее в заключении предлагается пройти и практические задачи для закрепления изученного в виде вопросов и заданий. Отмечу, что в конце имеется пояснительная записка, где опираясь на федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 032700 –Филология (бакалавриат) от 5 мая 2010 г., А.А. Чувакин описывает необходимость текущего курса. Акцентирую внимание на то, что данный образовательный стандарт 032700 был принят при переходе на систему ФГОС (федеральный государственный образовательный стандарт), где на данный момент код по направлению подготовки Филология имеет значение 45.03.01 от 12 августа 2020 г. №.986. Рассматриваемое пособие было выпущено по причине внедрения новой учебной дисциплины, целью которой было введение в науку, а так же разработку основных знаний, умений и навыков в филологии. В настоящее время пособие является одним из востребованных курсов по дисциплине «Основы Филологии» и до сих пор имеет научный и учебный потенциал. Но возвращаясь же к основным проблемам современной филологии, обращаю внимание на то, что в некоторых аспектах методическое пособие устаревает и

утрачивает свою значимость как практико-ориентированное учебное руководство на фоне быстроразвивающихся смежных филологических дисциплин, новых филологических профессий и цифрового устройства современного общества. В свою очередь, А.А. Чувакин на протяжении всего пособия дает определение социальной деятельности филолога именно как научной и тем самым подчеркивает, что научная деятельность является основной для филолога.

На примере же учебного пособия для студентов Сибирского федерального университета Лесосибирского педагогического института «Введение в филологию. Основы науки о языке» под авторством Л.С. Шмульской, С.В. Мамаевой, М.В. Веккесер, И.А. Славкиной, можно рассмотреть курс в еще более кратком варианте, где так же описаны понятийные знания, но уже для студентов, обучающихся по направлению 44.03.05 (Педагогическое образование). Пособие рассчитано на базис основных знаний по филологии, которые в свою очередь, опять же направлены на методику преподавания родного языка. А А.Т. Хроленко подошел к написанию учебного пособия «основы современной филологии» шире с положительной точки зрения, и в отличие от А.А. Чувакина представил целую главу по языковой глобализации. Также в данном учебном пособии филология рассмотрена не как отдельная отрасль, а как наука в системе наук, где в свою очередь описана юрислингвистика, которая является одной из важнейших смежных филологических дисциплин. Учебное пособие состоит из 340 страниц, где подробно рассматриваются современные филологические нюансы и дисциплины. Учебное пособие А. Т. Хроленко состоит из трех основных частей:

1. Природа филологического знания – где отведено место вводу в науку, в ее общие аспекты. На основе первой части можно составить понятийный аппарат студентам обучающихся как на этапе бакалавриата, так и на магистратуры;
2. Методология филологии;
3. Филология в социокультурном пространстве.

В качестве примера при изучении учебных планов был взят учебный план Кемеровского Государственного Университета от 2022 года. И стоит выделить новое, положительно-целесообразное составление перечня дисциплин, где присутствует «Системы искусственного интеллекта», «Введение в информационные технологии», «Основы дефектологии и инклюзивная практика» по сравнению с учебным планом 2021 года, но этого недостаточно. И особую роль стоит отвести к практическим методам подковки студентов, где по сравнению с учебным планом 2021 года и 2020 осталось без изменений. Основу данных практических закреплений ЗУН составляет научная деятельность и педагогическая направленность, что является недостаточным показателем в практико-ориентированности будущего специалиста в области филологии, так как социальная деятельность не должна фокусироваться только на этих двух видах практики. В рамках же проблематики вузовской педподготовки филолога в качестве учителя следует рассмотреть условия к личностным характеристикам студента:

- владение в теории методики преподавания знаний и применение возрастной психологии;
- умение усваивать, интерпретировать, анализировать художественные тексты в их жанровой, отличительной черте
- внимание к речевой культуре, к вопросам личностно-ориентированного обучения, к формированию литературных компетенций;
- ориентация на исполнение практически-прикладного подхода в работе.

Ориентация на применение практически-прикладных знаний в педподготовке задекларированы, но на практике обучения слабо реализуется.

З.К. Ахатова в своей статье «Профессионально важные личностные качества учителя филолога» выделяет следующие критерии подготовки студентов-филологов: «При этом совершенствование развития обучения требует ввод новых дисциплин, специализации,

поэтому учителю русского языка необходимы дополнительные знания: «знания старославянского, греческого, латинского языков, исторической грамматики; умение творчески мыслить и действовать, потребность духовности, самоанализа и самооценки саморазвития; культура речи, любознательность» [З.К. Ахатова 2007, 239 с.], что присутствует в учебных планах Кемеровского государственного университета от 2020-2022 г. г. Опять же, процессе вузовской подготовки в филологии, студенты должны овладеть базовыми, педагогическими ЗУН. Данная концепция учебной деятельности в вузе организована удовлетворительно на высоком уровне. Но подготовка профессионалов не должна быть направлена только на изучение определенного объема ЗУН, она обязана быть направлена на создание высокоразвитой личности, специалиста в рамках практической деятельности и, конечно учитывая все тенденции изменения в технической составляющей общества.

В итоге при обучении будущих специалистов, современная система классических университетов, главным образом выставляет акценты на подготовку филологов в сфере научной деятельности и отчасти педагогики. Таким образом, при тенденции развития общества в области цифровой коммуникации и появление современных профессий связанные с интернет-лингвистикой, текущие учебные пособия и учебные планы нуждаются в пересмотре с опорой на течение современных запросов общества, т.к в свою очередь стремительно развивается SMM, копирайтинг, бизнес-лингвистика, лингвомаркетология, юрислингвистика связанная с социальными сетями и т.д. Эти виды деятельности приносят нынешней системе подготовки специалистов в области филологии обширное поле для развития практической ориентации в обучении студентов-филологов, но при этом недостаточно развивает эти направления в образовательной, среде или вовсе их игнорирует.

#### **Литература и источники**

1. Аннушкин, В. И. Русская риторика: исторический аспект. М., 2003;
2. Аннушкин, В. И. Риторика. Вводный курс. Учебное пособие. М., 2006.
3. Ахатова, З. К. «Профессионально важные личностные качества учителя филолога» 2007 // Вестник Башкирского университета, 2007.–С. 237-240
4. Бреусова, Е. И., Руднева О. В. Отражение орфографоцентризма в диктантах как виде входного контроля // Litera, 2022. – С.38-42
5. Чувакин, А.А. Основы филологии : учеб.пособие под ред. А.И. Куляпина. – М. : Флинта : Наука, 2011.

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

**УДК 81`27**

### **ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ МАРКЕРЫ В ДИСКУРСЕ СТЕНД-АП**

*Трасковская Д. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению жанра стендап как юмористического дискурса, а также роли культурных маркеров в формировании комического в нем. анализируются приемы создания комического эффекта в выступлениях Дилана Морана. Актуальность работы заключается в акцентировании внимания на лингвокультурной специфике юмористического дискурса, что позволяет внести определенный вклад в развитие теории дискурса как таковой.

**Ключевые слова:** комический эффект; жанр стендап; юмористический дискурс; игра слов.

Юмористический дискурс является одним из типов дискурса, выделяемых на основании ситуации общения, особого способа воздействия адресанта и адресата и языковых средств, формирующих текст, создаваемый комиком. Данный тип дискурса изучался и изучается через призму классификации дискурсов (В. И. Карасик [2009], [2010]), как речевой жанр (Морозова А. М. [2021], Щурина Ю. В. [2009]), как стилизация разговорной речи (Горлышкина А. В., Свойкин К. Б. [2016]).

В нашем исследовании, мы рассматриваем стендап, понимая его как современный комедийный жанр, не ограниченный строгими рамками, в котором один человек выступает перед публикой с целью рассмешить. Данный вид дискурса, являясь институциональным, так как имеет целью публичное взаимодействие, имеет ряд характеристик, приближающих его к бытийному и даже бытовому дискурсу. Н. Г. Вельдина [2019] характеризует стенд-ап как комедийный жанр, не обладающий строгими рамками. Его отличает свобода выбора тем, на которые высказывается автор, речевые провокации, обсуждение табуированных тем.

Данные особенности подводят к тому, что юмор, который понятен в одной культуре, где для носителей национального и исторического колорита характерными являются определенные объекты (быт, культура, социальное и историческое развитие) может быть совершенно непонятным для представителей другого народа или другой культуры. Именно здесь возникает серьезная проблема – понимание юмора как культурного концепта одной страны, представителями другой страны. Безусловно, восприятие юмора зависит от множества факторов (индивидуальность, возраст, социальный статус, уровень образования), но основным или первоочередным фактором является культура.

Среди множества национальных и языковых разновидностей стендапа англоязычный – наиболее популярный в данном жанре. Успех зарубежных комиков в России обусловлен не только свободой выбора тем, на которые можно шутить, но и умением самих выступающих подать любую проблему как личного, так и глобального характера как нелепую и комичную ситуацию. Поэтому возникает проблема перевода британского и американского юмора на русский язык.

Тот факт, что юмористический дискурс, в нашем случае стендап, пронизан культурными характеристиками, побуждает нас рассмотреть понятие «Культурный маркер» и проследить его функционирование в речи стендап-комиков.

Языковой маркер, который исследователями часто определяется как вербальные репрезентанты образов национально-культурного сознания, позволяет проследить специфику не только отдельных языковых единиц, но и целой языковой системы. И. В. Привалова говорит о трех видах языковых маркеров, к числу которых относит лингвоструктурный, лингвокультурный и лингвоэкологический [Привалова, 2005]. В рамках данной статьи особый интерес представляют именно лингвокультурные языковые маркеры, в которых находят отражения образы сознания, отражающие предметы и понятия определенной лингвокультуры. К лингвокультурным маркерам относятся стереотипы и прецедентные феномены.

В английском юмористическом дискурсе в качестве культурных маркеров культурные стереотипы – часто встречающееся явление. Они часто служат отражением культурных особенностей жителей Великобритании, а также их стереотипного отношения к представителям других стран и народов.

Рассмотрим примеры культурных стереотипов и языковые средства (приемы) для их описания на материале стендап-выступлений английского комика Дилана Морана.

Стендап Дилана Морана включает в себя самоиронию и сарказм. К особенностям выступлений Дилана Морана можно отнести:

1. Монолог в непринужденной манере, размышления комика на различные темы.

2. Основной прием создания комического эффекта – отсутствие эмоций в представлении смешных и нелепых ситуаций.

3. Комик затрагивает как бытовые (воспитание детей, брак), так и общественные темы: различие между американцами и британцами, ненависть между британцами и ирландцами, неприязнь к жителям континентальной Европы

В своем выступлении Дилан Моран отмечает стереотипное отношение к определенным нациям. Исторически так сложилось, что англичане были завоевателями. Имели много колоний и использовали другие народы в своих имперских целях. Все это способствовало формированию определенных культурных стереотипов, характеризующих представителей разных национальностей. Так, например, он объясняет, каков образ русского в американских фильмах:

*«Nowadays, when you see a Russian in a Hollywood movie, they're always a villain... Everybody else is a villain all of a sudden, if you see a Russian in a Hollywood movie, he has a scar, it starts here, it goes over his face, over all the furniture in his apartment, out into the street, he doesn't have a left hand, he just has a blender or something, and all he says is, [IN RUSSIAN ACCENT] "Since I come to your country, "it's very easy for me to make bomb, "from old cereal packet and dead cat, "ha hahahaha."» [Offthhook, 2015].*

Из выступления следует, что по мнению многих англичан, русский в голливудских фильмах – это злодей, который приехал в их страну, чтобы причинить определенный вред. Стереотипная внешность «злодея»: шрам на всё лицо, что может свидетельствовать об агрессивном нраве его владельца, приобретает гипертрофированные формы; отсутствие руки, добавляющее ещё большего ужаса к внешности «русского»; речь (с акцентом) всегда звучит воинственно и несет угрозу. Ещё один стереотип – «русский» может сделать бомбу из любых подручных материалов. Это может быть связано с общим восприятием русского человека, как человека воинственного, прошедшего через большое количество войн и сражений. Речь комика безапелляционна, используется настоящее время глагола, а шрам, как постоянная характеристика образа, гиперболизируется: *«it goes over his face, over all the furniture in his apartment, out into the street»*. Комический эффект создается описанием шрама как зловещей стрелы, пронзающей окружающее пространство. Прямая речь от имени русского «Я могу сделать бомбу из пакета от хлопьев и сдохшей кошки» веселит зрителя несопоставимым сравнением бомбы и банальных бытовых предметов и домашних животных, а зловещий смех вызывают в памяти образ русского военного в исполнении А.Шварценеггера.

В своих выступлениях комик подчеркивает недружелюбие и, в то же время, сентиментальность шотландцев, готовых, в любой момент затянуть песню:

*«But you have decided they're all maudlin, inbred trolls, liable to burst into song at any time.» [Yeah, yeah, 2011].*

Сравнение жителей Шотландии с сентиментальными, прирожденными троллями, дает отсылку к скандинавской мифологии, подчеркивая их злобный и враждебный человеку характер.

Таким образом, анализируя культурные маркеры в стендапе, мы делаем вывод, что использование маркеров – это, с одной стороны, дискурсивное средство, позволяющие создать юмористический эффект, вызвать смех аудитории. С другой стороны, культурные маркеры сами по себе являются неисчерпаемым тематическим источником для создания юмористических коллизий.

### Литература и источники

1. Зализняк, А. А. Лингвокультурологические аспекты комического (к постановке проблемы) // Логический анализ языка: языковые механизмы комизма / Российская акад. наук, Ин-т языкознания; отв. ред. Н.Д. Арутюнова. – М.: Индрик, 2007. – С. 554-557.

2. Карасик, В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сборник научных трудов. – Волгоград, 2010. – С. 5-45.
3. Кулинич, М. А. Лингвокультурология юмора: (на материале английского языка). – Самара: Изд-во Самар. Гос. Пед. Ун-та, 1999. – 180 с.
4. Привалова, И. В. Интеркультура и вербальный знак (лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации): Монография. - Москва: Гнозис, 2005. - 72 с.
5. Вельдина, Н. Г. Особенности создания и передачи комического эффекта стендап-шоу при переводе на русский язык / Н. Г. Вельдина // Актуальные вопросы филологической науки XXI века : сборник статей VIII Международной научной конференции молодых ученых (8 февраля 2019 г.). — Ч. 1 : Современные лингвистические исследования. — Екатеринбург : УМЦ-УПИ, 2019. — С. 159-164.
6. Горлышкина, А. В., Свойкин, К. Б. Англоязычный юмористический дискурс Stand-Up Show: концепт комического [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/angloyazychnyy-yumoristicheskiy-diskurs-stand-up-show-kontsept-komicheskogo> (дата обращения: 07.04.2023).

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Желудкова Е. Г. к.ф.н., доцент  
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК: 811.161. 1'373**

## **УГРОЗА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ КАК СРЕДСТВО РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ**

*Халт урина Д. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Настоящая статья посвящена описанию особенной организации и функционирования речевой угрозы в интернет-коммуникации. Цель исследования – анализ манипулятивной функции речевой угрозы в социальных сетях. Проблематика исследования обусловлена активным использованием угрозы как средства речевого воздействия в социальных сетях и слабой разработанностью данного вопроса в юрислингвистическом аспекте. На примере комментариев и фрагментов интернет-переписок рассматриваются ядерные формы воздействия путём выражения речевой угрозы. Проведённый анализ позволил выделить две доминирующие группы угроз в Интернете: угрозу-наказание и угрозу-предупреждение. Наблюдения за языковой организацией данных единиц способствовало выделению различных речевых форм выражения угрозы. Результаты исследования свидетельствуют о том, что изучение речевого акта угрозы обладает широкой прикладной значимостью для лингвоконфликтологии и юридической лингвистики.

**Ключевые слова:** речевая угроза, социальные сети, речевое воздействие, юридическая лингвистика, лингвоконфликтология

## **A THREAT IN A SOCIAL NETWORK AS A MEANS OF SPEECH INFLUENCE**

*Khalturina D.S.*

Kemerovo State University

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

**Annotatoin.** This article is devoted to the description of the special organization and functioning of the speech threat in Internet communication. The purpose of the study is to analyze the manipulative function of the speech threat in social networks. The problems of the study are

caused by the active use of threats as a means of speech influence in social networks and the weak elaboration of this issue in the legal-linguistic aspect. Using the example of comments and fragments of Internet correspondence, nuclear forms of influence by expressing a speech threat are considered. The analysis made it possible to identify two dominant groups of threats on the Internet: threat-punishment and threat-warning. Observations of the linguistic organization of these units contributed to the identification of various speech forms of threat expression. The results of the study indicate that the study of the speech act of threat has broad applied significance for linguoconflictology and legal linguistics.

**Keywords:** speech threat, social network, speech effects, legal linguistics, linguoconflictology

В современной реальности многие речевые жанры цифровизируются и становятся объектами исследования учёных-лингвистов. Одним из таких жанров является угроза. Благодаря мнимому ощущению безнаказанности, которое возникает у пользователей социальных сетей, некоторые из них прибегают к угрозе в адрес другого человека как к средству речевого воздействия.

Актуальность темы исследования заключается в массовом использовании социальных сетей как средства общения и в малой разработанности угрозы как речевого жанра. Проблематика исследования — активное использование угрозы как средства речевого воздействия в социальных сетях и слабая разработанность данного вопроса в юрислингвистическом аспекте. В работе высказывается предположение о том, что речевая угроза выполняет манипулятивную функцию в социальных сетях, что способствует её юрислингвистическому исследованию.

Теоретическую базу исследования составляют работы в области юридической лингвистики (Н.Д. Голев, Е.С. Кара-Мурза, Е.В. Кишина, А.М. Пыж, Б.Я. Шарифуллин, Л.А. Шестак), лингвоконфликтологии (Н. Д. Голев, Н.В. Обелюнас, Е.С. Кара-Мурза, Е.В. Кишина), лингвистической экспертизы (И.М. Балова, А.Н. Баранов, К.И. Бринёв, П.А. Катышев, М.А. Осадчий, Т.Б. Радбиль, Т.С. Шахматова, В.А. Юматов), речевой конфликтологии (В.С. Третьякова) и политической лингвистики (К.В. Злоказов, А.Ю. Софронова).

Фактическим материалом работы являются комментарии к постам в социальной сети «ВКонтакте» и фрагменты интернет-переписок, содержащие в себе элементы речевой угрозы. В целом было проанализировано 73 примера проявления речевой угрозы в интернет-коммуникации.

Проведённый анализ позволяет выделить две доминирующие группы угроз в интернет-коммуникации:

1. Угроза-наказание: *«я руки тебе отрублю»; «надо глотки перерезать всем»; «15 лет захотел так за табою приедут, жди»; «убирайте, иначе она утром будет в мусорном ведре».*

2. Угроза-предупреждение: *«берегите свои шеи»; «в очередной раз прошу перестать подменять понятия, в противном случае вы будете забанены как тролль»; «смотри как бы твоей семье счёт за пулю не прислали, собака»; «угроз никаких не должно быть, ещё раз будут какие-то угрозы по поводу выброшенных вещей – уберём нитки совсем».*

Анализ языковой организации выделенных единиц способствовал выделению следующих ядерных речевых форм выражения угрозы в интернет-коммуникации:

- наличие в высказывании наречия образа действия и времени (*скоро, быстро, сейчас, иначе*);
- установка на жертву с помощью местоимений (*ты, тебя, сама, вас, ваши*);
- применение глаголов, описывающих требуемое поведение (*не пыли, тише будь, меняй пластинку, рот закрой, страницу убрал быстро*);

- использование глаголов агрессивных действий (*удушу, надо глотки перерезать, язык вырвать, пальцы переломать*);
- направленность акта в будущее время (*придёт время расплачиваться, я в следующий раз их разобью, мы найдём тебя*);
- модальность принуждения (*ты будешь валяться на коленях, кацапье будут топить в турецких бассейнах, будет дохнуть от смога*);
- сопровождение угрозы оскорблениями (*щенок, отсталый, сукин сын*).

Результаты исследования показали, что речевой жанр угрозы достаточно активно распространён в социальных сетях. Наиболее часто встречаются косвенная угроза и угроза-предупреждение. Причиной этому служит сложное выявление косвенной угрозы как речевого акта, которое обусловлено её речевой завуалированностью.

Исследование речевого акта угрозы может быть продолжено в дальнейшем. Перспективой исследования является дальнейшее рассмотрение вопроса в более широком аспекте. В частности, исследование акта угрозы не только с точки зрения непосредственного анализа текста, но и с учётом невербальных способов общения в социальных сетях, которые несут значимую смысловую нагрузку в реализации анализируемого жанра.

#### Литература и источники

1. Баранов, А. Н. Феномен угрозы в лингвистической теории и экспертной практике // Теория и практика судебной экспертизы. – 2014. – № 4 (36). – С. 139–147
2. Голев, Н. Д. Взаимодействие естественного и юридического языка как базовая проблема юрислингвистики / Н. Д. Голев // Право і лінгвістика : Матеріалі Міжнароднонауково-практичної конференції, Сімферополь – Ялта, 01–17 мая 2003 года / Отв. ред. Прадид Ю.Ф. – Сімферополь – Ялта: Крымский университет, 2003. – С. 33-41.
3. Злоказов, К. В., Софронова, А. Ю. К оценке риска воплощения анонимной угрозы // Политическая лингвистика, № 3 (57), 2016. – С.98–104.
4. Кишина, Е. В. Основы лингвоконфликтологии / Е.В. Кишина. – Кемерово: КемГУ, 2017. – 152 с.
5. Третьякова, В. С. Речевой конфликт и аспекты его изучения / В.С. Третьякова // Юрислингвистика. – Барнаул, 2004. - №5. – С. 112-119.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент кафедры русского языка и литературы Новгородова Е. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 811.161.1'38

#### СТРАТЕГИЯ РАЦИОНАЛИЗАЦИИ В ПОЛИТИКО-ПРАВОВОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ СБОРНИКА «НОВАЯ (НЕ) ЛЕГИТИМНОСТЬ»)

*Шиллер С. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[schiller.svet@yandex.ru](mailto:schiller.svet@yandex.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию стратегии рационализации в политико-правовом дискурсе на материале статей из сборника «Новая (не) легитимность». Данная проблема актуальна в связи с интересом лингвистической науки к изучению разновидностей политического дискурса, одним из которых выступает политико-правовой дискурс. Характерной его чертой является использование логики в аргументации, что дает основание рассматривать реализацию рациональной стратегии. В статье рассматривается

роль стратегии рационализации в аналитических статьях, посвященных внесению поправок в конституцию. Результаты исследования показывают, что на выбор конкретной тактики влияют как задачи сборника, так и совокупность профессиональных факторов. В завершении формулируется вывод о том, что эксперты фонда «Либеральная миссия» дают негативную оценку конституционной реформы, используя стратегию рационализации.

**Ключевые слова:** политическая лингвистика, политико-правовой дискурс, делегитимация, стратегия рационализации, поправки к Конституции.

## STRATEGY OF RATIONALIZATION IN THE POLITICAL AND LEGAL DISCOURSE (BY THE MATERIAL OF THE COMPILATION "NEW (NON) LEGITIMACY")

*Shiller S. V.*

Kemerovo State University

[schiller.svet@yandex.ru](mailto:schiller.svet@yandex.ru)

**Annotatoin.** The article is devoted to the study of the strategy of rationalization in the political and legal discourse on the basis of articles from the collection "New (not) legitimacy". This problem is relevant in connection with the interest of linguistic science in the study of varieties of political discourse, one of which is political and legal discourse. Its characteristic feature is the use of logic in argumentation, which gives grounds to consider the implementation of a rational strategy. The results of the study show that the choice of a specific tactic is influenced by both the tasks of the collection and a combination of professional factors. In conclusion, the conclusion is drawn that the experts of the Liberal Mission Foundation give a negative assessment of the constitutional reform, using the rationalization strategy.

**Keywords:** political linguistics, political-legal discourse, delegitimization, rationalization strategy, amendments to the Constitution

Политическая лингвистика является одним из перспективных направлений в современном языкознании. Данная отрасль научного знания занимается изучением политической коммуникации, анализирует способы и средства, при помощи которых можно вести борьбу за власть, рассматривает влияние политической коммуникации на общественное мнение [Баранов, 2001, с. 245]. Главным предметом исследования в прикладной политической лингвистике является «политический дискурс», основной функцией которого является удержание власти, формирование общественного мнения.

В рамках политического дискурса выделяется особая его разновидность – политико-правовой дискурс. Обусловлено такое выделение тем, что политика и право находятся в тесном взаимодействии. В политико-правовом дискурсе, как правило, отражаются отношения, которым требуется придать общеобязательное значение и использовать в виде ценностных ориентиров для всех членов общества [Стремоухов, 2018, с. 206]. Такие отношения выражаются при помощи определенных стратегий и тактик, помогающих убедить адресата и представить свою позицию по какому-либо вопросу. Из имеющихся классификаций стратегий и тактико-дней из наиболее востребованных является классификация Т. ван Левена, активно используемая в работах российских ученых [Кондратьева, Кукарцева 2021; Колмогорова, 2018 и др.]. В рамках данной классификации выделяются четыре стратегии легитимизации/делегитимизации: апелляция к авторитету, моральная оценка, рационализация, мифопоэтика [Leeuven van T., 2007, с. 91-112]. Так как одной из характеристик политико-правового дискурса является убеждение при помощи логики, то следует рассмотреть, как реализуется стратегия рационализации в данном типе дискурса.

В качестве примера политико-правового дискурса рассмотрим аналитические статьи из сборника «Новая (не) легитимность», посвященного принятию поправок к Конституции РФ. Данное событие вызвало широкий общественный резонанс, проявившийся в различных

формах коммуникации. Произошедшие серьезные изменения в политической системе страны, повлиявшие на важные сферы общественной жизни, получили неоднозначную оценку со стороны общественности, что проявилось в использовании в процессе обсуждения данной проблемы легитимизирующих и делегитимизирующих стратегий, требующих специального изучения. *Цель* данной статьи – проанализировать, как экспертами фонда «Либеральная миссия» делегитимизируется процесс принятия поправок к Конституции при помощи стратегии рационализации.

Стратегия рационализации призвана концептуализировать объект делегитимации в когнитивном опыте целевой аудитории при помощи ряда логических операций. Реализуется при помощи следующих тактик: инструментальной, цели, результата, определения, разъяснения, предсказания [Колмогорова, 2018, с. 36].

**1.1. Инструментальная тактика** использует формулу: *я достигаю обобщенной цели при помощи объекта делегитимации*. Ответственный редактор сборника, политолог Кирилл Рогов использует её, когда рассматривает влияние принятия поправок на продление президентских сроков, ограничения прав граждан и негативное влияние на местное самоуправление: **принятие** различных **поправок Конституции способствует тому, что страна начинает тяготеть к установлению «наследного президентства»**. **Сами же поправки ограничивают права граждан, ослабляют правительство, уничтожают элементы автономии местного самоуправления и судебной власти** (Рогов, 2020).

Владимир Гельман, используя данную тактику, акцентирует внимание на том, что процедуры проведения голосования были сконструированы так, чтобы **исключить нежелательные для Кремля результаты: процесс голосования, который длился семь дней, сопровождался всеми мысленными злоупотреблениями, включая мобилизацию работников государственных предприятий** (Гельман, 2020).

То есть данная тактика призвана показать объект делегитимации как инструмент для достижения цели. В данном случае, объектом делегитимации выступают поправки к Конституции и процедуры их принятия. Сама процедура проведения голосования, по мнению авторов сборника, была выстроена таким образом, чтобы исключить нежелательные результаты.

**1.2. Тактика, ориентированная на результат.** Кирилл Рогов, используя данную тактику, утверждает, что большое количество сторонников принятия поправок – это результат отсутствия **единой стратегии в рядах противников поправок**, с одной стороны, и **административная мобилизация конформистского электората (пенсионеров, работников крупных предприятий)**, с другой (Рогов, 2020).

Станислав Андрейчук и Григорий Мельконьянц, считают **главным итогом «Всероссийского голосования» – слом общепринятых практик, которые являлись своеобразным сдерживающим механизмом для фальсификаций**. Фальсификаций, по их мнению, на голосовании удалось достичь при помощи различных механизмов: ограничение возможности следить за ходом голосования со стороны наблюдателей; форма многодневного голосования, еще более осложнившая контроль за избирательными урнами; массовый характер голосования вне помещений для голосования; принуждение к голосованию со стороны работодателей (Андрейчук, Мельконьянц, 2020). Эксперты обобщают: слом общероссийских практик – это результат Всероссийского голосования. То есть данная тактика ориентирована на демонстрацию результата, итога какого-либо процесса.

**1.3. Тактика разъяснения,** объект делегитимации описывается в терминах оправданных и необходимых действий людей, работающих или действующих в той сфере, которой принадлежит объект делегитимации.

Кирилл Рогов объясняет, что **поправка об «обнулении» в результате вызвала широкое неприятие в общественном мнении, в особенности на фоне многократных**

заверений Владимира Путина, что он намерен соблюдать нормы действующей конституции (Рогов, 2020).

Станислав Андрейчук и Григорий Мельконьянц считают голосование по поправкам нелегитимным, потому что правила по которым оно проводилось и ситуация пандемии **не позволяли сформировать осознанную политическую волю народа и свободно её выразить**. При этом документы, в которых были освещены результаты «досрочного» голосования **оказались засекречены – их скрывали от представителей СМИ, наблюдателей и даже самих членов комиссий**. Это делалось вопреки закрепленным в законодательстве принципам коллегиальности, открытости, гласности в деятельности избирательной комиссии. Помимо этого были свидетельства того, что на граждан оказывали давление работодатели, должностные лица органов власти и местного самоуправления. **Эти факты сообщались в СМИ, движении «Голос» и в социальных сетях**. И среди прочего, наблюдатели, члены комиссии и участники писали на данных интернет-ресурсах о фактах многократного голосования (Андрейчук, Мельконьянц, 2020).

Григорий Юдин считает принятие поправок нелегитимным, потому что **как свидетельствуют доступные данные опросов** – среди сторонников больше всего оказалось людей пожилого возраста, а противников – среди молодежи, что не может быть верным по определению. Эти данные не только подрывают легитимность реформы и результатов голосования, но и сами основы легитимности президента как лидера. Такое разделение способствует тому, чтобы **на социологические центры оказывали давление и ограничивали информацию о результатах голосования** (Юдин, 2020). То есть применение данной тактики позволяет авторам объяснить, почему, по их мнению, поправки и процедура их принятия не является легитимными.

**1.4. Тактика «предсказание»**, при которой объект делегитимации помещается в негативный будущий социальный контекст.

В статье Кирилла Рогова процесс продления помещается в будущий негативный контекст: по мнению политолога, этот процесс носит «ползучий характер», то есть имеет свою последовательность: сначала откладываются выборы, потом удлиняются президентские сроки. На последнем этапе **в конституции вовсе убирается упоминание о числе сроков, либо вносится уточнение, согласно которому это ограничение не распространяется на действующего президента или на его прежние сроки** (Рогов, 2020). То есть это делается с целью укрепить президентскую власть и сломить сопротивление политических групп.

Григорий Юдин в своей статье связывает принятие поправок и появление общественного раскола в результатах общественных опросов. Эксперт рассматривает данный вопрос в негативном ключе: **Если существующие тенденции сохранятся, то логично ожидать дальнейшего увеличения давления на опросную отрасль. Это будет касаться как подконтрольных президентской администрации опросов и агентств, так и независимых**. По мнению авторов статей, помимо этого могут быть и другие негативные последствия, связанные с **переформатирование отрасли (например, ее официальная монополизация государством), так и введением законодательного регулирования публикации опросов** (Юдин, 2020). То есть данная тактика используется для делегитимизации поправок путём помещения результатов их негативного правового действия в будущее.

Таким образом, стратегия рационализации в политико-правовом дискурсе используется для формирования негативного образа принятия поправок к Конституции РФ через объяснение при помощи логических операций разного типа. В статьях были использованы следующие тактики: инструментальная, «результат», разъяснение и «предсказание», что объясняется задачами сборника: рассмотреть процесс принятия поправок в социальном и политическом контексте, проанализировать его условия и охарактеризовать последствия. Также в работах не были использованы две тактики: целевая и «определение». Такая избирательность объясняется профессиональными качествами

авторов, так как целевая тактика прямо и четко указывает на объект делегитимации, а тактика «определение» рассматривает объект делегитимации через другую социально-значимую деятельность. Таким образом, выбор авторами статей отдельных тактик стратегии рационализации обусловлен как профессиональными качествами авторов, так и задачами сборника.

### Литература и источники

1. Андрейчук, С. В. Обнуление наблюдения: как прошло «Всероссийское голосование»/ С.В. Андрейчук, Г.А. Мельконьянц //Новая (не) легитимность. Как прошло и что принесло России переписывание Конституции. – 2020. – Выпуск 10. – С.46-53.

2. Баранов, А. Н. Введение в прикладную лингвистику/А.Н. Баранов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.

3. Гельман, В. Я. Поражение без сражения: российская оппозиция и пределы мобилизации//Новая (не) легитимность. Как прошло и что принесло России переписывание Конституции. – 2020. – Выпуск 10. – С.63-70.

4. Колмогорова, А. Н. Легитимация как социополитический феномен и объект дискурс-анализа/ А.Н. Колмогорова// Политическая лингвистика – 2018. –№ 1. – С. 33-40.

5. Кондратьева, О. Н., Кукарцева С. М. Коммуникативные стратегии делегитимизации в дискурсе политологов (на примере аналитических обзоров Кирилла Рогова) // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. -2021. - № 4. - С. 62-72. DOI: [10.29025/2079-6021-2021-4-62-71](https://doi.org/10.29025/2079-6021-2021-4-62-71).

6. Рогов, К. Ю. Режим продления: *continuismo* по-русски и сконструированное большинство//Новая (не) легитимность. Как прошло и что принесло России переписывание Конституции.– 2020.– Выпуск 10.– С.9-24.

7. Стремоухов, А. В. Политико-правовой дискурс по проблеме депутатского мандата и его видах / А.В. Стремоухов // Избирательное право. – 2018.– С. 206-215.

8. Юдин, Г. Б. Вопрос опросов: общественное мнение в условиях раскола//Новая (не) легитимность. Как прошло и что принесло России переписывание Конституции.– 2020.– Выпуск 10.– С.53-63.

9. Leeuwen, van T. Legitimation in Discourse and Communication // Discourse and Communication. – 2007. – № 1. – С.91-112.

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

УДК 82.0

## ИДИЛЛИЧЕСКИЙ ХРОНОТОП В РОМАНЕ К. ПАУСТОВСКОГО «РОМАНТИКИ»

*Бельский М. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[belskij-matvej@mail.ru](mailto:belskij-matvej@mail.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена особенностям пространственно-временной организации романа К.Г. Паустовского «Романтики». Анализ художественного текста проведён с учётом понятия «хронотоп», введённого в литературоведение М.М. Бахтиным. Принцип деления хронотопа на несколько подтипов позволил выявить в произведении ряд мотивов, реализующих себя в переживаниях и передвижениях главного героя. Первый тип подкрепляется рассмотрением его размышлений и сновидений. В этом отношении особое внимание отведено главам «Свечи и лампы» и «Панна Гелена». Для второй разновидности актуальными оказались сцены пребывания героя в замкнутых помещениях. Рассмотрение обоих компонентов позволяет высказать мысль о наличии в тексте идиллического хронотопа.

**Ключевые слова:** К. Паустовский, М. Бахтин, хронотоп, идиллия, поэтика, дистанция.

## IDYLLIC CHRONOTOPE IN K. PAUSTOVSKY'S NOVEL ROMANTICS

*Belsky M.I.*

Kemerovo State University

[belskij-matvej@mail.ru](mailto:belskij-matvej@mail.ru)

**Annotation.** The article is devoted to the features of the spatial-temporal organization of K.G. Paustovsky's novel "Romantics". The analysis of text fragments was carried out taking into account the concept of "chronotope", introduced into literary criticism by M.M. Bakhtin. The principle of dividing the chronotope into several subtypes made it possible to identify in the work a number of motives that realize themselves in the experiences and movements of the protagonist. The first type is reinforced by the consideration of his reflections and dreams. In this regard, special attention is given to the chapters "Candles and lamps" and "Panna Gelena". For the second variety, the scenes of the hero's stay in confined spaces turned out to be relevant. Consideration of both components allows us to express the idea of the presence of an idyllic chronotope in the text.

**Key words:** K. Paustovsky, M. Bakhtin, chronotope, idyll, poetics, distance.

Ситуация вокруг романа К.Г. Паустовского «Романтики» кому-то может показаться интереснее происходящего внутри книги. История о похождениях молодого писателя Максимова ждала публикации несколько лет, по истечении которых не нашла успеха ни у читателей, ни у литературоведов. Последние, сосредоточив силы на более зрелых произведениях автора, вроде до сих пор переиздаваемой «Золотой розе» или переведённой на несколько языков «Колхиде», долгие годы не спешили подвергать ранний текст филологическому анализу. Им же вторил и сам Константин Георгиевич, считавший свои первые работы «ученическими». С годами мешающую историко-литературному процессу несправедливость стали исправлять исследовательские материалы, посвященные ранней прозе Паустовского, в общем, и «Романтикам», в частности. К таковым, например, относятся статьи А. В. Громовой [2], Т. В. Сивовой [4], Т. И. Шамякиной [5], посвященные различным аспектам поэтики текста.

В центр трехчастного произведения помещен романтично настроенный герой, что бродит миру и размышляет о жизни. Всё меняется в третьей части, когда действие переносится в зону боевых действий. Подробные пейзажи вдохновляющих морей сменяются описаниями разрушенных городов. Проработка описаний мотивирована организующей текст точкой зрения главного героя, ищущего вдохновения во всём, что его окружает. Подобная установка на связь персонажа с окружением требует авторатщательной проработки художественного пространства и одноимённого времени. Спаянность обеих категорий в своих очерках М. М. Бахтин обозначил понятием «хронотоп», обеспечивающим возможность развертывания сюжета произведения. Доминирующий в рамках текста хронотоп способен распадаться на связанные друг с другом подтипы, каждый из которых закреплен за различными областями, составляющими единый художественный мир. Отсюда объединение тематически близких явлений в одну категорию по типу упомянутых в очерках «хронотопа дороги» или «хронотопа порога». Для текста Паустовского актуальным является хронотоп войны, охватывающий финальную треть произведения. Однако это положение не отменяет диалога с хронотопом, господствующим в тексте до третьей части.

Весомая часть текста отведена мыслям молодого человека, что то и дело устремляются к идиллическим картинам, отчужденными от окружающей его действительности. Подобным мысленным отступлениям, оторванным от физического действия, ничто не мешает развертываться до самоценных глав с потенциально бесконечным количеством компонентов. Так, в главе «Свечи и лампы» Максимов придаёт особое значение свету, сопровождающему написание авторами своих трудов. Фрагмент представлен цепью описаний источников света у Чехова, Верлена, Рембо, Бодлера и других, не менее известных авторов. Рисуемые в голове протагониста фрагменты, несмотря на внешние отличия, сплетаются в единую картину, состоящую из оторванных от объективной реальности образов. Тот же принцип характеристики единичного относится к представлениям Максимова о «далёких» местах, что всегда кажутся лучше имеющихся на данный момент. Всё прекрасное в восприятии героя находится где-то «там», начиная берегами Тавриды и Эллады, заканчивая обрывом Киммерии и великим Римом. Отдалённое всегда прекрасно своими *песчаными побережьями* или *пёстрыми флагами*. Отсюда искреннее восхищение при виде корабля, приплывшего из *далёкой* Индии. С фактической точки зрения, перечисляемые объекты никак не связаны, между ними пропасть либо пространственная, либо временная, однако связь между ними образуется на уровне мотивном. Не являются важными ни полное описание места, ни его связь с другими «волшебными» точками на воображаемой карте. Поэтому нарядный порт описан вне связи с остальным, неинтересным рассказчику, городом. *Вышеперечисленное позволяет говорить о наличии в тексте оторванного от основного действия хронотопа, реализующего себя с помощью определённой дистанции.*

Подобный принцип отчуждённости работает и по отношению к внешним действиям главного героя. Основной хронотоп протагониста, до попадания на войну, протекает в кабаках и забегаловках. Весьма конкретизированных, в отличие от абстрактной Эллады. В главе «Старый Оскар» читателя знакомят с основными действующими лицами, сидящими в *тёмном* кафе за *грязным* столом в компании *кислого* вина. В «Сантуринском вине» герои останавливаются в гостинице, наполненной отборной руганью, растрепанными цыганами и спящими кочегарами; в «Цветах» герои, за неимением рюмок, выпивают из чайных стаканов и рассказывают о скрипаче Гарибальди, при своём музыкальном таланте играющем *по дворам да тавернам*. В «Винклере» действующие лица оседают в окруженной *высохшим* виноградом беседке. На протяжении всего текста Паустовский сужает посещаемые героями места, намеренно лишая их комфорта, но не смысловой интенсивности. Максимов, несмотря на постоянное присвоение локациям эпитетов «тёмное» или «душное», большую часть времени получает от них удовольствие, потому фокусируется на присутствующих в них деталях, несущих положительный заряд. Происходит то, что Шкловский называет

«семантическим сдвигом», в результате которого понятие «переходит в другой смысловой ряд» [Шкловский, 1929 с. 79]. Самовар в хате Жучка окажется погнутым, однако герои с радостью продолжают пить чай именно из него. Принадлежащее мрачному греку кафе содержит в меню *сдобную* еду. Старый корабль может неприятно греметь *ржавыми* цепями, однако в каюте будут сидеть «персы*сдобными* глазами». Перечисленные атрибуты, после попадания в поле зрения героя, становятся частью мотива скитаний, вычлениются из привычного мироустройства, большая часть которого не удостоена описания за ненужностью.

Положительное отношение Максимова к столь специфичным локациям объясняется мировоззренческой установкой персонажа. Ведь ещё в первой главе ничего не наживший старик призывает молодежь «скитаться и писать стихи». Поэтому не имеющий стабильного положения юноша наслаждается неудобными для представителей основного мира заведениями. Ему куда приятнее населяющие описанные местабедные рыбаки и выпивающие персы, нежели состоявшиеся люди, которых старший товарищ советовал бояться и избегать. Первые интересны главному герою своей оторванностью от презираемой им обыденности, в рамках которой, по мнению персонажей, нет возможности посвятить себя искусству. Виною тому обязательная привязанность к действительности и разъединённость занятий. А идиллия, согласно Бахтину, не знает «быта». Отсюда пронизанное негативной коннотацией описание брака с его «нудными» обедами и неуважение к «солидным людям», склонными к сокрытию нелюбимых мелочей. Так в главе «Скандал в литературном кружке» Максимов, присутствуя среди неприятных ему «знатоков искусства», подмечает, что под сползшим зеленым сукном спрятаны дранные столы, открывшиеся во всём своём убожестве. Яркая деталь, проводящая четкую границу между двумя категориями персонажами. Ведь ни он, ни его друзья-скитальцы в жизни не только не скрыли бы неприятную глазу вещь, но приняли бы её как данность и наслаждались бы ею.

Конкретизированные в описательном плане заведения в качественном отношении недалеко уходят от воображаемой героиней Тавриды. Ведь в обоих случаях речь идёт об изолированных от основного мира локациях. При этом способ изоляции, будь то грязная стена или собственное воображение, оказывается не важным. Суть в факте дистанции, отделяющей приятный герою мир от основного. Итогом перечисленных положений может послужить мысль о наличии в мире текста *идиллического хронотопа*, вбирающего выше описанные мотивы оторванности и замкнутости.

В третьей части, посвященной военным будням, количество способов реализации идиллии значительно уменьшается. Мечты о старом Париже уступают место мыслям о смерти, любившиеся кабаки сменяются обгоревшими станциями. Мальчишеский настрой уступает новоприобретённому опыту, обветшалость перестаёт быть плюсом. Глава «Город в полях» в последний раз показывает ценный когда-то образ заведения, ныне растерявшего весь былой шарм. Мотив скитаний, таким образом, исчерпывается и реализация идиллического хронотопа полностью ложится на воображение Максимова. В главе «Панна Гелена» уснувший посреди всеобщего гама герой мысленно переносится в прошлое столетия, где бродит по заросшим ромашкой предместьям и перелистывает пожелтевшие страницы. Максимов отстраняется от этого, реального для него пространства, и оказывается в нереальном, отстранённом от мирских бед. Оттого более желаемом. Безусловно, мысли о вечном не сделали так, что герой остался таким же, как был. «Ребяческое величие» товарищей Максимова проиграло дешёвым крестам, имена на которых «давным-давно стерлись» [Паустовский, 1967, с. 168]. Диалогически переплетенный с идиллическим хронотоп сна не пересилил, но оттенил господствующий хронотоп войны, оставив герою, даже в столь страшное для него время, укромный уголок, благодаря которому, как сказано в конце романа, «Максимов не умрёт никогда».

### Литература и источники

1. Бахтин, М. М. Вопросы литературы и эстетики. М., 1975. С. 234-407
2. Громова, А. В. Образ Москвы в романе К.Г. Паустовского "Романтики" // Москва и "Московский текст" в русской литературе. Москва в судьбе и творчестве русских писателей: сб. науч. ст. / Ин-т гуманитар. наук. - М., 2012. - Вып. 6. - С. 106-113
3. Паустовский К. Г. Собрание сочинений: в 8 т. Т. 1. - Москва: Художественная литература, 1967. - 631 с.
4. Сивова, Т. В. Система темпоральных координат в романе К. Г. Паустовского «Романтики» / Т.В. Сивова // Весн. Мазыр. дзярж. пед. ун-та. – 2012. — № 2 (39). – С. 122-126
5. Шамякина, Т. И. Герои Константина Паустовского – читатели // София: элект. науч.-просвет. журнал. 2018. № 1. – С. 94–99. 15.
6. Шкловский, В. Б. О теории прозы. - Москва: Федерация, 1929. – 267 с.

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

**УДК 821.161.1**

### СВОЕОБРАЗИЕ ХРОНОТОПА В РОМАНТИЧЕСКОЙ ПОВЕСТИ В. К. КЮХЕЛЬБЕКЕРА «АДО»

*Гофштейн О. Г.*

ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

[zavuch@magpedcol.ru](mailto:zavuch@magpedcol.ru)

**Аннотация.** В процессе анализа повести «Адо» В. К. Кюхельбекера выявлено своеобразие представления исторического мира романтическим писателем. Главным становится не воспроизведение, описание исторической конкретности времени и пространства, с которыми связаны события, в которых принимают участие герои произведения, значимым оказывается не отражение в художественном повествовании реальных исторических фактов, а создание своей собственной модели времени, в которой отражается система авторских взглядов на личность героя, на значимость события, на социальный идеал. Автор соединяет в своей повести историческое с мифологическим и индивидуально авторским.

**Ключевые слова:** Кюхельбекер, историческое, мифологическое, архетипическое.

### THE PECULIARITY OF THE CHRONOTOPE IN THE ROMANTIC STORY BY V.K. KUCHELBECKER "ADO"

*O. G. Hofstein*

Nosov Magnitogorsk State Technical University

[zavuch@magpedcol.ru](mailto:zavuch@magpedcol.ru)

**Annotation.** The analysis of the story "Ado" by W. K. Kuchelbecker reveals the peculiarity of the Romantic writer's presentation of the historical world. The main thing is not the image, the description of the historical concreteness of time and space, with which the events in which the heroes of the work take part are connected, it is not the reflection of real historical facts in the artistic narrative that is significant, but the creation of its own model of time, which reflects the system of the author's views on the personality of the hero, on the significance of the event, on

the social ideal. The author combines in his story the historical with the mythological and individually authored.

**Key words:** Kuchelbecker, chronotope, historical, mythological, archetypal.

Романтическая повесть «Адо» создается В.К. Кюхельбекером после революционных событий в Европе, в период, когда в русской литературе возрастает интерес к истории и историзму [Петров, 2006]. Как отмечал У. Р. Фохт, размышляя об истории появления романтических повестей в русской литературы начала 1820-х гг.: «романтические произведения возникают в условиях, порождающих неудовлетворенность действительностью <...>» [Фохт 1967, с. 83]. Кюхельбекер как раз через призму прошлого хочет понять настоящее. Именно в прошлом он находит идеальную модель социального устройства, там же пытается отыскать и алгоритм в решении социальных вопросах в настоящем.

События в повести «Адо» привязаны к XIII столетию, Адо сражается с немецкими рыцарями, один из городов, где разворачиваются события, - вечевой Новгород. Однако, вчитываясь в текст, мы обнаруживаем в нем соединения и временных, и пространственных, и этнографических, и даже языковых реалий разных эпох со временем самого автора.

Кюхельбекер вводит в повесть и делает основой своей художественной концепции историческую тему новгородского вече. Для автора вечевой Новгород – модель идеального мироустройства. Как и многие декабристы, Кюхельбекер активно разрабатывает категорию народности в своем творчестве [Никольский, 2018, с. 17], понимая под ней прежде всего «обращение к самобытным источникам, летописям, песням, сказаниям» [Кулешов, 1991, с. 96]. Главный герой Адо в процессе своих путешествий обретает понимание смысла жизни, осознает, что такое дом, находит такой дом в Новгороде. Именно в этом городе Адо осязает свой социальный идеал и видит его реальное воплощение в новгородской жизни: это демократический мир, в котором как человек, его дом, так и государство в целом защищены от всех страшных бед, включая войны.

Русское прошлое, связанное с миром Новгорода, дает возможность автору соединить историческое, мифологическое и современное.

Основное внимание в «Адо» уделено мифологическому, для позднего Кюхельбекера это станет определяющим в поэтике [Кулешов, 1991]. Кюхельбекер в основу повести кладет не законы исторического линейного времени, а принципы мифологического циклического времени [Рудакова, 2012, с. 8], выбрав в качестве основы трехчастный архетипический цикл (золотой, серебряный и железный века).

Золотой век в «Адо» соотносится со временем независимости и силы, с ним связаны два кудесника – жрецы Юмалы, их гибель знаменует завершение Золотого века. Потомки исполинов – Адо и Сур – представляют мир Серебряного века. Но предательство Сура и поражение Адо рушат этот век. Железный век – время господства захватчиков на эстонской земле, отсутствие единых нравственных принципов, распространение корысти и предательства. Завершение Железного века и начало нового Золотого века ознаменовано приездом героев в Новгород, принятием христианства и рождением от христианки в Новгороде ребенка. Он – символ возвращения к Золотому веку, где не было порабощения. Кюхельбекер идеализирует прошлое, соотнося будущее России с миром Новгородского вече.

#### **Литература и источники**

1. Кулешов, В. И. История русской критики XVIII - начала XX века / В. И. Кулешов. – М.: Просвещение, 1991. 526 с.
2. Никольский, Е. В. Интерпретация образа вечного жиды в творчестве Вильгельма Кюхельбекера сибирского периода / Е. В. Никольский // Libri Magistri. – 2018. – № 5. – С. 15–31.

3. Петров, А. В. Становление художественного историзма в русской литературе XVIII века / А. В. Петров. – Магнитогорск: МаГУ, 2006. – 286 с.
4. Рудакова, С. В. Мифологическое, историческое, поэтическое в контексте «Алкивиада» Е. А. Боратынского / С. В. Рудакова // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2012. – Т. 1. – № 1. – С. 7–14.
5. Фохт, У. Р. Некоторые вопросы теории романтизма / У. Р. Фохт // Проблемы романтизма. – Вып. 1. – М.: Искусство, 1967. – С. 26-31.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, доц., зав. кафедрой языкознания и литературоведения Рудакова С. В., ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»*

**УДК 801.73**

## **К ВОПРОСУ О ПРОСТРАНСТВЕ РОМАНА Э. БРОНТЕ «ГРОЗОВОЙ ПЕРЕВАЛ»**

*Деева А. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Deeva-a03@inbox.ru](mailto:Deeva-a03@inbox.ru)

**Аннотация.** В статье рассматривается вопрос о художественном смысле названий мызы «Скворцы» и усадьбы «Грозовой перевал». Эти территории в романе часто противопоставляются друг другу, а отношения между хозяевами поместий осложнены, что прослеживается и на сюжетном уровне произведения. Цель статьи – сформулировать тезисы относительно специфики пространства романа Э. Бронте «Грозовой перевал». Мы соотносим все описания этих пространств с характеристикой их обитателей. Делается вывод, что оценки повествователя и других героев, данные в характеристике внешности и поведения жителей этих двух топосов, подчёркивают тесную связь каждого персонажа с пространством. Название всего романа, которое совпадает с названием одной из противопоставленных между собой локаций, свидетельствует о том, что именно поместье Эрншо является местом, в котором происходят все основные судьбоносные для героев романа события.

**Ключевые слова:** Эмилия Бронте, Грозовой перевал, Скворцы, пространство.

## **ON THE QUESTION OF THE SPACE OF E. BRONTË'S NOVEL "WUTHERING HEIGHTS"**

*Deeva A. V.*

Kemerovo State University

[Deeva-a03@inbox.ru](mailto:Deeva-a03@inbox.ru)

**Abstract.** The article considers the question of the artistic meaning of the names of the manor "Skvortsy" and the estate "Wuthering Heights". These territories in the novel are often opposed to each other, and the relationship between the owners of the estates is complicated, which can be traced at the plot level of the work. The purpose of the article is to formulate theses on the specifics of the space of E. Brontë's novel "Wuthering Heights". We correlate all descriptions of these spaces with the characteristics of their inhabitants. It is concluded that the assessments of the narrator and other heroes given in the characteristics of the appearance and behavior of the inhabitants of these topos emphasize the close connection of each character with space. The title of the entire novel, which coincides with the name of one of the two locations

opposed to each other, indicates that Earnshaw Manor is the place where all the main fateful events for the heroes of the novel take place.

**Key words:** Emilia Bronte, Wuthering Heights, Starlings, space.

Среди различных исследований романа «Грозовой перевал» отметим те, которые посвящены пространственным образам. Так, например, В. А. Андрееenkova указывает на несколько функций пейзажа, главными из которых, по её мнению, являются создание эмоционального фона, психологизм и символическая функция [Андрееenkova, 2016, с. 5]. Исследовательница считает: «...Название поместья вынесено в заглавие романа, что указывает на его символическое значение. Грозовой перевал является оплотом дикости, главенства природы над цивилизацией. Уже при первом описании жилища в романе мы видим мрачный и унылый дом, продуваемый холодными ветрами, открытый всем бурям. Автор уделяет большое внимание природе, окружающей особняк, подчёркивая, что дом – её часть. <...> Сильный ветер и буйство природы символизируют вечную борьбу <...> Рисуя Мызу в тёплых цветах, автор подчёркивает ее отличие от Грозового перевала, изображает культуру, утонченность и безмятежность» [Там же, с. 11]. Такое наблюдение подтверждается и в работе А. И. Хакимовой: «Дом на Грозовом перевале принадлежит детям бури, а цивилизованный современный дом в уютной Мызе Скворцов – детям мира...» [Там же, с. 259]. Этот автор также подчёркивает «неживой» характер фермы Эрншо указанием на комнату в виде гроба, которую служанка отводит для мистера Локвуда.

Ю. С. Камардина отмечает: «природа помогает увидеть психологическое и физическое состояние героев... ненастье бушует не только на улице, в Грозовом перевале, но и в человеческих сердцах <...> Атмосфера холода присутствует даже в манерах, поведении и жестах героев. Так, миссис Хитклиф смотрит на собеседника, показывая недоверчивое и весьма прохладное (как и погода на улице) отношение к посторонним» [Камардина, 2016, с. 82]. По мнению Т. Г. Артамоновой, мыза «Скворцы» - идиллический топос дворянской усадьбы, которому противопоставлен Грозовой перевал. Исследовательница указывает на мрачную колористику, которая объединяет внешнее и внутреннее пространство: «Именно здесь нам открывается внутреннее пространство – внутренний мир героев <...> Через сюжетное развёртывание пространства автор своеобразно реализует идею - отчуждение человека от мира» [Артамонова, 2018, с. 6]. Неспроста усадьба находится изолировано от других домов, на холме. Это указывает на отчуждённость хозяина. Исследователи переводческого аспекта в романе не случайно отметили, что «Пространство в романе «Грозовой перевал» – это не просто место действия или местонахождение героя, это главная его изюминка, благодаря которой мы узнаем персонажей, о главных событиях в жизни жильцов дома, их чувствах и переживаниях» [Клименко, 2018, с.45].

По наблюдению З. Гражданской, название романа также переводится как «Холмы бурных ветров» [Гражданская, 1988, с. 7]. Эти три слова заглавия отражают линию сюжета произведения. Холм служит метафорой возвышенности и отчуждённости героев. Ветер символизирует события в их жизни. Эпитет «бурные» подчёркивает неумолимость и быстротечность событий, а также их жестокость. По нашему мнению, перевод заглавия как «Грозовой перевал» выражает все приведённые описания этого места.

### ***1. Пространство усадьбы «Грозовой перевал»***

Стоит отметить, что прямое значение перевала — проход, место, где есть шанс преодолеть большую преграду, например, горы. Именно в «Грозовом перевале» усыновляют ребёнка, то есть расширяют границы своей семьи, принимают в неё чужака. Обостряется проблема преодоления препятствия, но не пространственного, а внутреннего (то есть ценностная граница «родного» и «чужого»).

Обитатели создают в доме гнетущую атмосферу, постоянное пребывание в которой накладывает отпечаток и на характеры. Обитатели Грозового перевала не отличаются

доброжелательностью. Истоком этого является отношение матери Кэтрин и Хиндли к найденышу. Она отказывалась примириться с решением мужа принять в семью «цыгана». В последующем негативное отношение Хиндли к Хитклифу основало фундамент непримиримой вражды героев: «Хиндли так обращался с мальчиком, что тут и святой превратился бы в черта» [Бронте, 1988, с. 33]. Ключница мызы описывает его следующими словами: «жесткий, как мельничный жернов, и зубастый, как пила» [Бронте, 1988, с. 17]. Кэтрин, убеждая Изабеллу не выходить замуж за Хитклифа, даёт ему подобную характеристику: «Грубое создание, лишённое утонченности и культуры; пустошь, поросшая чертополохом и репейником <...> он лютый, безжалостный человек...волчьего нрава» [Бронте, 1988, с. 53]. Сравнение этого героя с репейником, пустошью – признак переплетения пространственных характеристик Грозового перевала и черт характера Хитклифа.

При создании портрета персонажей Грозового перевала Э. Бронте часто использует слова, символизирующие грозу, нависшую над домом: «прогремел Хитклиф в дикой ярости <...> Хитклиф в бешенстве ударил себя по лбу» [Бронте, 1988, с.14], «Разразился» [Бронте, 1988, с. 15]. Автор также часто использует слово «ад» для описания дома. Евангелие, покрывшееся плесенью, подчёркивает, что книга давно не используется, а история жизни обитателей не соответствует содержанию святой книги. Это значит, что божественные заповеди в доме Хитклифа предаются забвению, что подтверждают бесконечные ссоры героев, приводящие к смерти некоторых из них. В этом доме нет покоя и мира. Дом утрачивает функции домашнего очага, что выражается в пространственных образах сырости, холода: «а нам и под дождем будет не хуже, чем дома: здесь тоже и холодно, и сыро» [Бронте, 1988, с. 11].

Мрачным описанием автор наделил даже слуг. Слуги усадьбы Эрншо – зеркало поведения хозяев. Сварливый и набожный старик Джозеф ненавидит людей, которые живут не так, как все в Грозовом перевале. Он называет песни и веселье «псалмопением сатане». Общество Джозефа характеризуют слова миссис Дин: «невесёлую компанию за ужином, приправленным с одной стороны попреками, с другой - дерзостями», «он видит свое призвание: быть там, где творится много зла, - чтобы было чем попрекать» [Бронте, 1988, с. 33].

Природа чутко реагирует на изменения в судьбах персонажей. В день смерти старого мистера Эрншо «ветер бушевал вокруг дома и выл в трубе дико и грозно» [Бронте, 1988, с. 22], будто предвещая скорый разлад в семье. В описании хозяина усадьбы часто употребляется образ грозы: «на лбу его лежало черное облако». Этот образ туч, который часто употребляет автор в описании Хитклифа, подчёркивает его мрачный характер. Отсутствие доброты в поместье Хитклифа подчеркивает автор в поведении маленького Гэртона, который обругал свою бывшую няню Нелли Дин: «наградой за мою настойчивость были ругань и угроза напустить на меня Удава» [Бронте, 1988, с. 71]. Гроза в романе – метафора отношений между героями. Контраст по отношению к семье Эрншо составляют тёплые отношения в семье Линтонов. В противовес Грозовому перевалу выступает их мыза «Скворцы».

## **2. Пространство мызы «Скворцы»**

В описании дома часто фигурируют такие слова, как «покой», «умиротворение», «рай», «парк». Атмосфера дома практически неизменна: «комната и сидевшие в ней... казались удивительно мирными». Пейзаж в границах владения Линтонов крайне редко омрачает плохая погода. Также в описании мызы часто используется образ птиц. Даже будущую миссис Хитклиф Нелли Дин сравнивает с птицей, которая нашла своё гнездо ограбленным (Няня застала тайную переписку ее подопечной с сыном Изабеллы и Хитклифа). Существенно и то, как окружающие обращаются к двум одноименным персонажам – Кэтрин Эрншо никто никогда не называл Кэти. Её имя будто служит для передачи звуков грозы. Его аллитерацию подчёркивает также фамилия Эрншо. Однако дочь Кэтрин Эрншо, Кэтрин Линтон, почти неизменно называют уменьшительно-ласкательным

домашним обращением Кэти, что в сочетании с фамилией образует довольно мелодичное имя, отражающее жизнь в Скворцах. Это характеризует как саму Кэти, так и реакцию на неё других действующих лиц.

Одним из любимых занятий Кэти было безмятежное наблюдение за птицами в парке. Автор намеренно использует словосочетание «её подружки птицы», чтобы усилить сходство владелицы мызы с её обитателями. Своё увлечение Кэти обрисовала двоюродному брату в следующих словах: «идеал райского блаженства... жаворонки... дрозды и скворцы, и малиновки, и коноплянки звенят наперебой со всех сторон» [Бронте, 1988, с. 126]. Скворец в романе символизирует тепло и радость жизни. Фигурируя в названии усадьбы, он является покровителем мызы. В одном из переводов романа поместье носит название «Гнездо Дрозда», а в работе О. Ю. Осьмухиной - мыза «Дрозды» [Осьмухина, 2015]. Такая деталь в названии, как гнездо, также ассоциируется с семьёй и домом. Дрозды и скворцы похожие птицы. Они селятся вдали от людей. Мыза неслучайно находится в отдалении. На это указывает мистер Локвуд: «совершенный рай для мизантропа» [Бронте, 1988, с. 1]. Птицы издают приятные нежные звуки, отражающие взаимоотношения в доме Линтонов.

В описании Эдгара и Изабеллы Линтонов упоминается, что у них глаза ангела. Поведение Эдгара контрастно поведению Хитклифа. Там, где первый проявляет холодное спокойствие, другой – взрывается яростью. Миссис Дин воспитала маленькую мисс Линтон в атмосфере спокойствия и уюта. Описание портрета маленькой леди сопровождалось сравнением её с лучом солнца и с голубкой, что символизирует весну и всеобщее процветание.

Оппозицию «Грозового перевала» и «Скворцов» подчёркивает само расположение поместий: Грозовой перевал находится на севере, а мыза на юго-западе. Дополняют противопоставление такие детали как свет и мрак. В «Скворцах» всегда светло, а в Грозовом перевале царит полумрак.

**Изабелла Линтон** (в замужестве Хитклиф) описывает дом на холме как «негостеприимный очаг», а Скворцы, как «приветливый дом».

**Кэтрин Эрншо** (в замужестве Линтон) также подчёркивает разницу между будущими владельцами «Грозового Перевала» и «Мызы»: «контраст был похож на смену пейзажа, когда с холмов угольного района спустишься в прекрасную плодородную долину» [Бронте, 1988, с. 35]. Внимание к данной детали проявляет К. Г. Лагно. Она утверждает: «героиня считает Хитклифа суровым и замкнутым человеком и поэтому уподобляет его холмам угольного района (a bleak, hilly, coal country), а Линтон видится ей великолепным и миролюбивым как плодородная долина (beautiful fertile valley)» [Лагно, 2020, с. 193].

Ключница **Зилла** использует антитезу в сопоставлении двух жилищ: «красивый дом, покойная жизнь, друзья» и «пустынная гора». Она усиливает впечатление о контрасте словами: «Из беспорядочного, неуютного дома вы переходите в хорошую почтенную семью» [Бронте, 1988, с. 40].

Читатель знакомится с поместьями и их обитателями через мистера **Локвуда**, его глазами. Его первое впечатление о Хитклифе - «превосходный человек!». Однако вскоре при виде отнюдь не гостеприимного поведения хозяина мнение Локвуда меняется. Став арендатором мызы, разделяет точку зрения и её обитателей, то есть воспринимает усадьбу Эрншоу через призму мировоззрения Линтонов: перевал кажется ему действительно грозным.

Рассказчик отзывается о жилище Хитклифа следующим образом: «Я чувствовал себя решительно не на месте в этом милом семейном кругу. Гнетущая атмосфера дома сводила на нет доброе действие тепла и уюта» [Бронте, 1988, с. 7]. Атмосфера дома олицетворяет отношения, царящие между героями. А вот Нелли описывается им как «добрая женщина». Не случайно она является ключницей мызы. Место проживания отложило на нее отпечаток спокойствия и доброжелательности.

В портрете **Эдгара Линтона** тоже отражена атмосфера этого места – «ласковый взгляд», «мягкие черты лица», «облик был обаятелен», «мягкий, певучий разговор...». Данная характеристика героев со стороны лишь усиливает контраст между ними.

Грозовой перевал – место, в котором люди разобщены, враждебны, а в усадьбе с птичьим названием, наоборот, люди ближе. В характере героев запечатлены черты атмосферы в поместье и усадьбе. Автор, поселяя героя в одном из этих мест, позволяет читателю заранее предположить судьбу этих персонажей. Особенность названия заключается в том, что основные значимые события романа происходят именно в Грозном Перевале.

#### **Литература и источники**

1. Андрееenkova, В. А. Функции пейзажа в романе Э. Бронте "Грозовой перевал" // Scripta Manent, 2016. № 22. С. 5–12.
2. Артамонова, Т. Г. Особенности хронотопа в романе Э. Бронте "Грозовой перевал" / Т. Г. Артамонова, А. С. Стеблина // Вестник Курганского государственного университета, 2018. № 2(49). С. 5–8.
3. Бронте, Э. Грозовой перевал / пер. с англ. Н. Вольпин. Вступ. Ст. З. Гражданской. М.: Правда, 1988. 352 с.
4. Гражданская, З. Эмилия Бронте и ее роман «Грозовой перевал» // Бронте Э. Грозовой перевал. М.: Правда, 1988. С. 3–10.
5. Камардина, Ю. С. Роль пейзажа в романе Э. Бронте «Грозовой перевал» // Символ науки, 2016. № 2-3. С.81–84.
6. Клименко, Е. С. Поэтика пространства в романе Эмили Бронте "Грозовой перевал": переводческий аспект // Первые шаги в науке: сборник научных работ студентов кафедры «Теория и практика перевода». Севастополь: ФГАОУ ВО "Севастопольский государственный университет", 2018. С. 42-45.
7. Лагно, К. Г. Изобразительная и уточняющая художественные детали в романе Э. Бронте «Грозовой перевал» // Формирование профессиональной компетентности филолога в поликультурной образовательной среде: Материалы III Международной научно-практической конференции, Евпатория, 26–27 ноября 2020 года. Симферополь: ИП Корниенко Андрей Анатольевич, 2020. С. 190–193.
8. Осьмухина, О. Ю. Специфика воплощения любви в романе Э. Бронте "Грозовой перевал" // Евсевьевские чтения. Серия: Эмотивность художественного текста и способы ее репрезентации: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции с элементами научной школы для молодых ученых «51-е Евсевьевские чтения», Саранск, 14–15 мая 2015 года. Саранск: Мордовский государственный педагогический институт имени М. Е. Евсевьева, 2015. С. 85–91.

*Научный консультант – ассистент кафедры русского языка и литературы  
Аксёнова А.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

ТРАДИЦИЯ ИЗОБРАЖЕНИЯ ГЕРОИЧЕСКОГО В ТВОРЧЕСТВЕ Н. С.  
ГУМИЛЕВА И Э. Г. БАГРИЦКОГО

*Кушнарева П. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[appolinaria007@mail.ru](mailto:appolinaria007@mail.ru)

**Аннотация.** В данной статье рассматривается проблема наличия преемственных связей в творчестве Н. С. Гумилева и Э. Г. Багрицкого. Центром изучения становится понимание и изображение героического обоими поэтами. В начале исследования проводится анализ стихотворений Гумилева и выделяются основные черты героического в его работах. На следующем этапе работы выделенные характеристики накладываются на поэтические тексты Багрицкого. В качестве материала исследования выступают стихотворения Гумилева «Сонет», «Снова море» и цикл «Капитаны» и тексты Багрицкого – «Тиль Уленшпигель», «Контрабандисты» и «Моряки». Вследствие сопоставительного анализа данных поэтических произведений было доказано наличие связи на нескольких художественных уровнях текста – мотивы, образы, идеи.

**Ключевые слова:** преемственность, Гумилев, Багрицкий, море, мореплаватель, путешественник, героическое

THE TRADITION OF DEPICTING THE HEROIC  
IN THE WORKS OF N. S. GUMILEV AND N. S. TIKHONOV

*Kushnareva P. I.*

Kemerovo State University

[appolinaria007@mail.ru](mailto:appolinaria007@mail.ru)

**Annotation.** This article discusses the problem of the existence of continuity in the works of N. S. Gumilev and N. S. Tikhonov. The understanding and portrayal of the heroic by both poets are the center of the study. At the beginning of the study, the main features of the heroic in Gumilev's work are highlighted. At the next stage of the work, the selected characteristics are superimposed on Bagritsky's poetic texts. The research material is Gumilev's poems "Sonnet", "The Sea Again" and the cycle "Captains" and Bagritsky's texts – "Til Ulenspiegel", "Smugglers" and "Sailors".

**Keywords:** continuity, Gumilev, Bagritsky, sea, sailor, adventurer, heroic

В 1921 г. Николай Гумилев был арестован по подозрению в причастности к заговору против советской власти и расстрелян, его творчество подверглось жесткой цензуре. Но он был значимым представителем литературы первой трети XX века и потому не мог быть совершенно забыт. Его традиция естественно продолжилась в литературе эмигрантов, которым не приходилось скрывать своего отношения к основателю акмеизма. Однако и внутри советского государства поэты развивали литературную традицию, заложенную Гумилевым. Это интересно особенно в связи с тем, что многим из поэтов-наследников приходилось скрывать свое ученичество.

В данной работе мы остановимся на его влиянии, оказанном на Эдуарда Багрицкого, который после расстрела поэта-наставника отказался от своего ученичества. О внешней перемене творческих связей поэтов пишет Р. Д. Тименчик в книге «История культа Гумилева», используя в качестве примера две редакции «Стихов о поэте и романтике» [Тименчик, 2018, с. 187-190].

Одна из ключевых точек соприкосновения их творческих систем – изображение героического. Героическое – «эстетическая категория, предполагающая художественное

воспроизведение мужественного и самоотверженного поведения индивидуума или масс во имя высоких целей» [Литературная энциклопедия терминов и понятий, 2001, с. 175-176]; изображение «поступков людей, свидетельствующих об их бесстрашии и способности к величественным свершениям, об их готовности преодолеть инстинкт самосохранения, пойти на риск, лишения, опасности, достойно встретить смерть» [Хализев, 2004, с.76]. Личности, способные существовать в героической реальности, – это центральный элемент многих произведений Гумилева и Багрицкого.

Описывая этого героя, Гумилев находит образ конквистадора, образ, который появляется в ряде его стихотворений, например, «Сонет» и его ранний вариант – «Я конквистадор в панцире железном...». Это завоеватель новых земель, первооткрыватель, путешественник. Жизнь этого героя – дорога, движение к «звезде», к миру мечты, в котором он ожидает найти «лилею голубую». Этот путь герою видится счастливым, несмотря на то что он исполнен опасностей и преград – «пропасти и бездны»: «я вышел в путь и весело иду», «но я смеюсь и жду». Конквистадор Гумилева готов сражаться за свою мечту, его «звезду» нужно найти и завоевать, даже если для этого потребуется умереть.

Другой вариант героического образа, встречающийся у поэта-акмеиста, – моряк, капитан корабля, морской путешественник. Яркие примеры можно встретить в цикле стихотворений «Капитаны». В центре этого цикла – образы моряков, борющихся со стихией, не останавливающихся ни перед чем, идущие на риск, ищущие неизведанное. Первое стихотворение цикла дает нам собирательный образ капитана – «открывателя новых земель», бесстрашного, опытного, стихийного («чья не пылью затерянных хартий – солью моря пропитана грудь»). Капитан Гумилева оказывается у руля корабля, окруженного природными силами, находящегося в хаотичном мире («пусть безумствует море и хлещет»), в мире бунта и постоянного движения. Этот капитан способен подавить бунт на собственном корабле и покорить бурю. Звезда, которая вела конквистадора, обращается в маяк, который не дает героям сбиться с пути. Во втором стихотворении цикла мы видим, что лирический герой желал бы себе такой же судьбы. Поэт сначала вводит множество героев, которые связаны с мотивами путешествий, приключений, подвигов. Среди них: полководцы, ведшие морские сражения, первооткрыватели и путешественники, реальные и позаимствованные из других текстов, наконец, вместе с единичными личностями встречаем собирательные образы пиратов, «искателей веры» и просто первых людей, решившихся на морское путешествие. А затем описывает «наркозы», которые звали их в море. Для него в морском путешествии самым манящим оказывается романтическая мечта о существовании неоткрытых земель, шанс на существование сказочного мира. В третьей части стихотворения рассказывается о моряках, отдыхающих в «знакомом порту». Вместе с ними к берегу причаливают сказки про «морских гидр», гадания и амулеты, и в этом продолжает ощущаться разгул стихийной силы матросов. Они, как часть того полуреального мира морского путешествия, приносят его с собой. Но все это шумное действие оканчивается, когда «рупор капитана их к отплытью призовет». В этой строчке продолжает развиваться мотив зова, который герой не может игнорировать. Конквистадор идет за звездой, которая влечет его за собой в дорогу, зов капитана заставляет матросов вновь собраться на корабле и отправиться в плавание.

Призыв героя к совершению подвигов, к движению – это важная составляющая гумилевских образов. Встречается он, например, в стихотворении «Снова море». Под влиянием звуков и видов моря мир для лирического героя оживает («оттого-то и солнце дышит, а земля говорит, поет»). Этому зову, по его мнению, не может противиться даже крыса и червь. Призыв к действию буквально «вытаскивает» героя из привычной жизни, заставляет «повстречаться с иной судьбой».

Критика и литературоведение очень долго стремились отделить Багрицкого от Гумилева. Однако, если взглянуть на характеристику его героев вне связи с попыткой умалить влияния поэта-акмеиста, то отличий получается гораздо меньше, чем сходств. Вот, например, высказывания о творчестве Багрицкого Е. П. Любаревой: «Пафос лучших

произведений Багрицкого – это пафос мужественного служения высокой коммунистической цели, неуклонного одоления жестоких, неизбежных на рубеже двух эпох трудностей» [Стихотворения и поэмы, 1964, с. 5]. Или можно посмотреть на взгляд А. Д. Синавского: «Чувства жизнелюбия, вольности, свободы преобладают в душах его героев. Моряки и птицеловы, скитальцы и бродяги, они шатаются по дорогам всего мира, голодные, но веселые, не связанные никакими узами быта, собственности, семьи и всегда стремящиеся вдаль, в новый путь» [История русской советской литературы, 1958, с. 400]. Мы видим, что эти герои, отстаивающие революционные и коммунистические идеалы, тем не менее, остаются героями близкими Гумилеву.

Одним из ранних примеров такого героя является лирический герой стихотворения «Тиль Уленшпигель», написанного в 1918, а позже включенного в сборник «Юго-запад». Стихотворение начинается с описания пространства кухни: задымленное, жаркое помещение, в которое открытая дверь не привносит свежий воздух, в котором нет простора, в котором перемешиваются запахи множества специй. И, хотя это помещение открыто и герой может в него войти: «двери раскрыты настежь», «свист ласточек сливается с ворчаньем кастрюль и чашек на плите» - ему «хочется иного». Для героя Багрицкого, как и для гумилевских героев, желаемым оказывается не состояние покоя и дома, а состояние движения. Вокруг героя чувствуется свобода и простор, есть яркий солнечный свет, ощущается свежесть весны, разгул. Стоит отметить, что у героя «в глазах рябит от солнца», эта обращенность к свету, к своеобразной «звезде», небесному светилу похожа на то, что мы уже встречали у Гумилева со «звездой». Интересны характеристики героя: «умевший все и ничего не знавший, без шпаги – рыцарь, пахарь – без сохи», «певец без лютни, воин без оружия». Это дает нам представление о его свободе, оторванности от материального. Внешне мотив борьбы и сражений в образе лирического героя отсутствует, но, мы видим, что он называет себя «рыцарем» и «воином». Получается, что хоть и в скрытом виде, но воинственность героя у Багрицкого также сохраняется. Текст, о котором мы говорим, заканчивается описанием будущей могилы лирического героя. Спокойное отношение к смерти, как к части пути и борьбы – вот еще один элемент, связывающий творческие системы поэтов.

Выше, мы говорили, что важное место в творческой системе Гумилева занимают герои, связанные с морем. Для Багрицкого мореплаватель становится также важным образом. В них сохраняется многое, что свойственно героям его «наставника», несмотря на то что большая часть их написана после расстрела Гумилева, в тот момент, когда Багрицкий уже перестал публично связывать свое творчество с ним.

Тип героев, живущих в стихийном мире, встречаем, например, в стихотворении «Контрабандисты» (1927). Первая часть стихотворения посвящена, собственно, контрабандистам. В их образе сочетаются чувство безграничной свободы (в том числе, свобода от законов и официальных норм – «черноморский жаргон»), ощущение гуляющего вокруг ветра. Другая часть стихотворения – о пограничниках. Но, стоит отметить, что они будто не занимают у Багрицкого четкого места, а, действительно, оказываются на границе: на это указывает время суток, связанное с их описанием («двенадцатый час» - переход из одного дня в другой), на это же указывает призыв «бросить баркас в басурманское море», обращенный к ним. Все стихотворение сопровождается рефреном: «Доброе дело! Хорошее дело!». Этими словами будто одобряется любой выход в море, как любое путешествие и странствие, любое столкновение с опасностью. И лирического героя манит эта возможность. Этот герой желает той свободы, которую дает море. Все стихотворение сопровождается движением, никакой статичности: «проносит шаланду», «паруса летят по светилам», «виттовой пляской двинул бензин», «кидайся в края», «выстрелом рваться». Превосходство героического стремления вперед над статичным бытом – значимый мотив творчества Багрицкого, следующего за гумилевской тягой к путешествиям. Эту же черту мы рассматривали в стихотворении «Тиль Уленшпигель», находим её и в другом стихотворении: «От черного хлеба и верной жены мы бледною немочью заражены» («От

черного хлеба и верной жены...»). Все звуки в «Контрабандистах» возведены до предела, все движения резки и масштабны. Как и у Гумилева, здесь изображаются герои, соприкасающиеся со стихией, сами становящиеся ею, стремящиеся вперед, навстречу опасностям. И лирический герой Багрицкого желает для себя такой судьбы.

Моряки гумилевских текстов мечтают о романтике открытий, чужих и незнакомых мест. Герои стихотворения Багрицкого «Моряки» (1923), к которым лирический герой себя относит, видят целью своей жизни – путешествие в «неизвестные страны». В его стихотворении эта мотивация внешне облачена в концепцию распространения идей «советской страны». Но, если снять традиционный для того периода революционный слой, получится, что это все те же герои, мечтающие о свободе на морском просторе, сильные, преодолевающие все препятствия, ради «лилеи голубой». Интересно отметить, что это стихотворение, как и «Капитаны», стремится встроить героев стихотворения в единое «плавание». Багрицкий упоминает в одном ряду и мифическое путешествие к Трое (имея в виду, вероятно, сюжет «Илиады»), и реальные битвы, бунты и странствия для открытия новых земель. Каждый из этих примеров разворачивает определенный мотив, уже приводимый нами в других стихотворениях. Герои Гумилева и Багрицкого путешествуют в поиске своей особой «звезды»-мечты, но никогда эта цель не представляется чем-то мелочным и незначительным. Каждая несет за собой риск, испытание, преодоление, борьбу.

Мы видим, что в творчестве Багрицкого продолжает развиваться гумилевская традиция изображения героического. Героизм у обоих поэтов оказывается тесно связан с готовностью личности отказаться от статичности и обыденности, потому они часто изображают моряков и море, стихию, связанную с постоянным движением. Их герои – это путешественники, завоеватели, открыватели нового и чужого, сталкивающиеся с риском и ищущие свободу. И, несмотря на включенность отважного героя в советский мир, Багрицкий, очевидно, является продолжателем гумилевской традиции.

#### **Литература и источники**

1. Гумилев, Н. С. Полное собрание сочинений: в 10 т./Н. С. Гумилев. – М.: Воскресенье, 1999. – Т. 1.
2. Гумилев, Н. С. Полное собрание сочинений: в 10 т./Н. С. Гумилев. – М.: Воскресенье, 1999. – Т. 2.
3. Багрицкий, Э. Г. Стихотворения и поэмы./Э. Г. Багрицкий - 2-е изд. - Ленинград: Советский писатель, 1964. - 569 с.
4. История русской советской литературы: в 3 т. - Москва : Издательство Академии наук СССР, 1958. – Т. 1.
5. Тименчик, Р. Д. История культа Гумилева / Ред. В. Нехотин. — М.: Мосты культуры, 2018. — 640 с.

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

**УДК 82.09**

#### **ЛИТЕРАТУРНЫЙ КОД РОМАНА Л. Н. ТОЛСТОГО «АННА КАРЕНИНА» В ОБРАЗАХ ПЕРСОНАЖЕЙ «МУЗЕЯ НЕВИННОСТИ» О. ПАМУКА**

*Ларионова Е. Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[ekaterina.larionova02@mail.ru](mailto:ekaterina.larionova02@mail.ru)

**Аннотация.** Данная работа посвящена выявлению общих личностных черт и функциональных признаков героев романов Л. Н. Толстого «Анна Каренина» и О. Памука

«Музей невинности». Памук, видевший в Толстом образец писателя-романиста, заимствовал у него определенные литературные элементы, художественно адаптируя их к реалиям Турции XX века и переосмысливая их в связи с особенностями менталитета страны и своим художественным замыслом. В ходе исследования были проанализированы образы, в которых выявлены общие черты на различных художественно-литературных уровнях. Также подведен вывод о причинах использования толстовского литературного кода в произведении Памука.

**Ключевые слова:** Толстой «Анна Каренина», Памук «Музей невинности», литературный код, роман.

## THE LITERARY CODE OF L. TOLSTOY'S NOVEL «ANNA KARENINA» IN THE CHARACTERS IMAGES OF «THE MUSEUM OF INNOCENCE» BY O. PAMUK

*Larionova E. E.*

Kemerovo State University

[ekaterina.larionova02@mail.ru](mailto:ekaterina.larionova02@mail.ru)

**Annotation.** This work is devoted to identifying common personality traits and functional characteristics of the heroes in the novels "Anna Karenina" by L. N. Tolstoy and "The Museum of Innocence" by O. Pamuk. Pamuk considered Tolstoy a role model and borrowed certain literary elements from his works to place them in the realities of Turkey in the 20th century. Pamuk reinterpreted the features in connection with the peculiarities of the country's mentality and his artistic design. The course of the study provides the analysis of literary images in which common features were identified at various literary levels. The conclusion about the reasons for the use of Tolstoy's literary code in Pamuk's work is also summed up.

**Keywords:** Tolstoy "Anna Karenina", Pamuk "The Museum of Innocence", The Literary Code, novel.

На рубеже XX-XXI вв. событием в литературном мире стала новейшая турецкая проза, представители которой получили название «последнего поколения турецкой романистики» (Посохова, 2011). Наиболее известным автором этого поколения является Орхан Памук - единственный турецкий писатель, получивший в 2006 году нобелевскую премию «за то, что в поисках меланхоличной души родного города нашёл новые символы для столкновения и переплетения культур» (Nobeliat.ru., 2006). Турецкий автор брал пример со столпов русского классического романа, в особенности – с Л. Н. Толстого. В России Памук пользуется популярностью среди читателей, ведь многие его произведения переведены на русский язык, а недавно вышедший роман «Чумные ночи» был встречен русскими читателями с ажиотажем, что говорит о об актуальности нашего исследования.

В данной работе мы рассмотрим, каким образом реализуется литературный код «Анны Карениной» Толстого в «Музее невинности» Памука на уровне системы персонажей посредством сравнительно-сопоставительной характеристики.

Для начала стоит отметить, что в образной структуре персонажей романа «Музей невинности» формируются два любовных треугольника: Фюсун – Кемаль – Сибель и Кемаль – Фюсун – Феридун, что соответствует «толстовскому» двойному любовному треугольнику: Каренина – Вронский – Кити и Вронский – Каренина – Каренин. Применяя данный литературный прием, Памук стремится показать неоднозначность сложившихся отношений героев, не подчиняющуюся нормам любви, у которой три стороны. В двойных любовных треугольниках обоих писателей одни участники выходят из замкнутого пространства безысходности и отчаяния, например, Каренин, Кити, Феридун, Сибель, другие же становятся жертвами поглотившей их любви – Кемаль, Фюсун, Каренина, Вронский.

Помимо упомянутых двойных треугольников стоит сказать также о том, что у мужей главных героинь появляются другие женщины. В романе «Анна Каренина», например,

Алексей Александрович находит утешение в своеобразной дружбе с Лидией Ивановной, а в «Музее невинности» Феридун изменяет Фюсун с Папательей. И Лидия Ивановна, и Папателья носят определенную маску, которая заволакивает их истинную сущность. Так, Лидия Ивановна позиционирует себя поистине верующим борцом за добро и справедливость, но, как известно, благими намерениями вымощена дорога в ад. На самом деле, «она все сердится, и всё у нее враги, и всё враги по христианству и добродетели» (АК, с. 119). В то же самое время про Папателью можно сказать, что «за сценическим образом усталой и разгневанной женщины легко узнавалось ее простодушное детство» (МН, с. 442), ведь в воспоминаниях Кемалья она осталась маленькой смысленной девчушкой с золотым сердцем.

Можно выявить некую общность образов главных героинь романов. Начнем с внешнего вида. На роковом балу Анна, вопреки ожиданиям Кити, появляется не в лиловом, а в черном платье «с пышными кружевами», которого «не было видно на ней; это была только рамка, и была видна только она, простая, естественная, изящная и вместе веселая и оживленная» (АК, с. 88). Что касается Фюсун, то Кемаль впервые увидел ее в бутике «Шанзеллизе» в короткой юбке, которая демонстрировала ее прекрасные стройные ноги. Оказывается, Фюсун «так ее полюбила, что, когда выросла из нее, носила как мини-юбку, хотя та совсем вышла из моды» (МН, с. 32). Эти детали одежды подсказывают нам, что существующие правила не составляли для героинь определенного фундамента поведения, главным было – показать свое внутреннее «Я», которое не основывается на общественных ожиданиях.

К тому же образы Анны и Фюсун объединяет навязчивая мысль о том, что возлюбленные испортили им жизнь. Так, Каренина ни на миг не переставала думать о Вронском, и «во всем, что было тяжелого в ее положении, она обвиняла его... В том, что она жила в Москве, а не в деревне, он же был виноват... И опять же он был виноват в том, что она навеки разлучена с сыном» (АК, с. 782). В «Музее невинности» перед смертью Фюсун обвиняет возлюбленного в загубленной жизни и говорит: «Из-за тебя я не смогла жить так, как хотела, Кемаль» (МН, с. 551). Он пытался уберечь ее от грязного мира «Копирки», от всего, что могло ее уничтожить, но сам не понимал, что этой заботой убивает ее мечты и желания.

Особая взаимосвязь двух романов наблюдается в образах Кемалья и Анны Карениной. Во-первых, они сопоставимы в аспекте «больной любви». Не зря Памук называет одну из глав произведения «Где возникает любовная боль». После помолвки Фюсун исчезает и Кемаль начинает мучиться. Ему казалось, что в него «вкрутили отвертку или воткнули острый гвоздь» (МН, с. 174), будто у него «внутри, из желудка, разливается концентрированная кислота» (МН, с. 174)]. Если Кемаль чувствовал боль физическую, то болезнь Анны носила преимущественно душевный характер. Когда она думала о смерти, то испытывала нездоровое наслаждение: например, налив себе стакан опиума, Каренина «с наслаждением стала думать о том, как он будет мучаться, раскаиваться и любить ее память, когда уже будет поздно» (АК, с. 794), что также является примером «любовной боли».

И КемальяБасмаджи, и Анну Каренину изнутри разрывает нездоровое чувство ревности. Фюсун однажды рассказала про Тургай-бея, который пытался насильственным образом добиться ее расположения. Эта мысль не давала покоя Кемалю, он признавался: «Теперь боль ревности смешалась с любовной, и обе они, словно бурная горная река, захватили и понесли меня к истинной катастрофе» (МН, с. 174). Анна же, почувствовав охлаждение Вронского, заподозрила неладное. Понимая сущность своего возлюбленного, осознавая, что весь он – любовь к женщинам, она заставила себя поверить в то, что его чувства покинули ее. «Она ревновала его не к какой-нибудь женщине, а к уменьшению его любви. Не имея еще предмета для ревности, она отыскивала его» (АК, с. 781). В нездоровой ревности Анны с параноическими наклонностями выражается та самая «больная любовь», которая поела изнутри и Кемалья.

Образ КемальяБасмаджи сопоставим не только с Анной Карениной, но и с Константином Левиным, который, так же, как и главный герой Памука, находится на

перепутье, ищет возможность жить без фальши, не обманывая ни себя, ни окружающих. Разочаровавшись в своих стремлениях и осознав всю неизбежность своего неверия, Левин потерял смысл жить, «он был в мучительном разладе с самим собою и напрягал все душевные силы, чтобы выйти из него» (АК, с. 835). Также и Кемаль, оставленный Фюсун, потерявший любовь, которая и представляла для него счастье, сокрушается: «Казалось, жизнь отдалилась от меня; в ней больше не было прежней силы и красок, а предметы утратили выразительность и выглядели ненастоящими» (МН, с. 194). Оба героя оказываются в состоянии ступора, когда все то, что представляло для них значимость и ценность, в один момент рухнуло.

Выходя из духовного кризиса, Левин чувствовал, что каждая минута жизни «не только не бессмысленна, как была прежде, но имеет несомненный смысл добра» (АК, с. 861). Кемаль же стал получать радость от житейских мелочей, которые озаряли его душу светом и теплом, стал наслаждаться болью, ведь он сам говорил: «...почувствовал, как люблю всех этих людей, как мне нравится домашний шум и тепло дома и как я счастлив среди родственников и друзей, среди мужчин и женщин с детьми» (МН, с. 259). Как герои произведений Л. Н. Толстого и О. Памука потеряли свою нить жизнь и свое место в большом мире, так они и нашли опору – в добре и любви.

Также во многом совпадает представление о любви у Кемалья и Константина Левина и заключается в единении двух любящих душ. Левин во время очередной ссоры с Китти понял, «что он теперь не знает, где кончается она и начинается он» [АК, с. 512-513]. Кемаль, пройдя тяжелые испытания любовью, осознал, что счастье «связано и с тем, чтобы оторвать, взять себе кусочек существа, которого любишь страстной, навязчивой любовью...» [МН, с. 427]. Герои не дистанцируют себя от возлюбленных, они, наоборот, отождествляют себя с ними, представляя собою единый живой влюбленный организм.

Сопоставимыми могут являться образы Беррин, жены брата Кемалья Османа, и Долли, жены брата Анны. Что их объединяет, кроме схожего места в родословной? Образ жизни и взгляд на семью. Дарья Александровна видит смысл жизни в своих детях и наделяет их ангельскими чертами, ведь «видеть эти задыхающиеся, с открытыми, испуганными и веселыми глазами лица, этих брызгающихся своих херувимчиков было для нее большое наслаждение» (АК, с. 283), в то время как ее муж ходит по ресторанам и проводит ночи с молоденькими гувернантками.. У Беррин ситуация несколько иная. Она счастливая жена и прекрасная мать, в отличие от преданной изменником-мужем Долли, но они схожи в том, что для них семья – высшая ценность. На помолвке Кемалья и Сибель Беррин говорит жениху: «Даже если ты несчастлив, даже самый плохой день проживаешь так, будто счастлив. В кругу семьи исчезают все невзгоды» (МН, с. 131). Обе героини – сердце семьи и очаг верности и благоразумия.

Можно также поставить в один ряд по функциональному признаку Джейду, подругу Фюсун с конкурса красоты, и Бетси Тверскую, «подругу» Анны Карениной в светском обществе. Они обе выполняют роль медиатора между тайными влюбленными. Джейда передает письмо от Кемалья, а Бетси – от Вронского. Однако Джейда характеризуется как положительная героиня до конца романа, а Бетси Тверская впоследствии показывает свою сущность, испорченную высшим светом.

Также многих героев сближает наличие пагубных привычек: употребление алкоголя, курение сигарет и пристрастие к морфию. Так, в романе Толстого на первых страницах мы видим Стиву Облонского – легкомысленного, но добродушного человека, который живет в свое удовольствие: любит вкусно поесть и хорошо выпить, чтобы «забыться сном жизни» (АК, с. 10). Или же Николай Левин, который в прошлом вел беспутную жизнь и совершал бесчестные поступки, начал пить с горя, оттого и «здоровье их очень плохо стало» (АК, с. 99). Алексей Вронский, выпивая со своим товарищем детства Серпуховским, на его фразу о том, что «женщины — это главный камень преткновения в деятельности человека» (АК, с. 333), отвечает: «Ты никогда не любил» (АК, с. 334). То есть, алкоголь отсылает мысли Вронского к предмету мучившей его любви – Анне. Главная героиня одноименного романа,

неотступно думая об охлаждении возлюбленного, «морфином по ночам ... могла заглушать страшные мысли о том, что будет, если он разлюбит ее» (АК, с. 706). Таким образом, во вредных привычках герои ищут спасения от реальной жизни и умиротворения.

Что касается героев Памука, то здесь Кемаль употребляет спиртные напитки и выкуривает сигареты практически в каждой главе, что впоследствии заставляет его вспоминать о своей любимой, но далекой женщине, он говорит: «Всегда, когда выпью лишнего, мне начинает казаться, будто я не иду, а парю над землей, как привидение. Я направился в сторону Фюсун» (МН, с. 137). Также Кемаль помещает в свой музей 4213 окурков своей возлюбленной. Главный герой понимал, что таким образом «она вымещает на сигарете накопившуюся в себе злобу на жизнь» (МН, с. 51).

Таким образом, Памук, применяя толстовский код на страницах «Музея невинности», изображает героев, сопоставимых с персонажами одноименного романа русского писателя. Сходства образов были отмечены во внешнем облике, в эмоциональном состоянии, в отношении к происходящим событиям, в функциональном плане героев и т.д. Памук наделил своих персонажей индивидуальным складом ума и характера, однако опирался во многом на уже существующие типы героев Толстого, изображенных на страницах «Анны Карениной». Стоит заметить, что литературный код "Анны Карениной" в "Музее Невинности" не исчерпывается проявленностью в системе персонажей, а организует также мотивный и сюжетный уровни.

#### Литература и источники

1. Нобелевская премия по литературе [Электронный ресурс] 2006. Nobeliat.ru. Режим доступа: <http://nobeliat.ru/laureat.php?id=103> (дата обращения: 08.02.2023).
2. Памук, О. Музей невинности / О. Памук. – СПб.: Серия Азбука-Классика. Азбука, 2015. – 606 с.
3. Посохова Е. В. Идеиный диалогизм и интертекстуальность в романах Орхана Памука // Мировая литература на перекрестье культур и цивилизаций [Электронный ресурс]. 2011. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ideynyy-dialogizm-i-intertekstualnost-v-romanaх-orhana-pamuka> (дата обращения: 07.02.2023).
4. Толстой Л. Н. Анна Каренина: роман / Лев Толстой. – СПб.: Азбука-Аттикус, 2022. – 864 с.

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

УДК821.161.1

#### МИФОПОЭТИЧЕСКИЙ ОБРАЗ НИКОЛАЯ ГУМИЛЕВА В РОМАНЕ М. УСПЕНСКОГО И А. ЛАЗАРЧУКА «ПОСМОТРИ В ГЛАЗА ЧУДОВИЩ»: ПРИЕМЫ СОЗДАНИЯ

*Леонов Д. Д.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[danilka2610.leonov@yandex.ru](mailto:danilka2610.leonov@yandex.ru)

**Аннотация.** Из-за жизненного и творческого пути Николая Гумилева его образ в культуре активно мифологизировался еще до его смерти. И как следствие, это отразилось и в произведениях, в которых есть поэт. Данная статья посвящена анализу мифопоэтического образа главного героя в романе М. Успенского и А. Лазарчука «Посмотри в глаза чудовищ». Проанализированы приемы создания мифопоэтического образа и их использование в произведении, благодаря чему выявлена тесная связь между такими составляющими главного героя как: использование фактов из биографии поэта, близость к

герою шпионских боевиков и взаимоотношения Николая Гумилева с женскими персонажами в произведении.

**Ключевые слова:** мифопоэтика, образ, Николай Гумилев, роман, биография, анализ.

## THE MYTHOPOETIC IMAGE OF NIKOLAI GUMILYOV IN THE NOVEL BY M. USPENSKY AND A. LAZARCHUK 'LOOK INTO THE EYES OF MONSTERS' METHODS OF CREATION.

*Leonov D.D.*

Kemerovo State University  
[danilka2610.leonov@yandex.ru](mailto:danilka2610.leonov@yandex.ru)

**Annotation.** Because of the life and creative path of Nikolai Gumilev, his image in culture was actively mythologized even before his death. And as a result, this is reflected in the works in which there is a poet. This article is devoted to the analysis of the mythopoetic image of the main character in the novel by M. Uspensky and A. Lazarchuk "Look into the eyes of monsters". The techniques of creating a mythopoetic image and their use in the work are analyzed, which reveals a close connection between such components of the main character as: the use of facts from the poet's biography, proximity to the hero of spy fighters and the relationship of Nikolai Gumilev with female characters in the work.

**Key words:** mythopoetics, image, Nikolai Gumilev, novel, biography, analysis.

**Актуальность исследования** заключается в повышенном интересе как к фигуре самого Николая Гумилева, так и к творчеству М. Успенского. Один из авторов "Посмотри в глаза чудовищ", Михаил Успенский, является признанным современными критиками и литературоведами писателем. Исследования, посвященные его творчеству, увеличиваются каждый год, и интерес читателей тоже растет. Также, учитывая реабилитацию Гумилева, его фигура становится не менее важной для изучения. В нашей работе будут рассмотрены аспекты образа Николая Гумилева, благодаря которым можно будет составить целостную картину о функционировании данного образа в романе. Критика романа на момент публикации была преимущественно положительной. Сергей Шикарев отмечает: "Фантастика, как и во времена Ивана Ефремова, искала новую форму, и искала успешно — своего рода водоразделом стал ироничный постмодернистский роман Андрея Лазарчука и Михаила Успенского «Посмотри в глаза чудовищ», главный герой которого, спасённый неким магическим орденом от расстрела поэт Николай Гумилёв, лихо разоблачал заговор разумных звероящеров." [Шикарев, 2014, с.75]. Андрей Немзер считает основой успеха романа верность авторов гумилёвской поэзии: "Слой гумилёвских реминисценций в книге богат и причудлив, хотя и не так бросается в глаза, как другие остроумные историко-литературные аттракционы. Придумывая вариации гумилёвской легенды, соавторы всё время помнили: первичны стихи. Доверие к поэзии — вот что обеспечило удачу прозаиков из Красноярска. ... Чем дальше продвигался я по роману, тем больше верил: это, правда, про Гумилёва (или даже: это правда про Гумилёва)." [Немзер, 1998, с.17]

**Цель исследования** - проанализировать спектр характеристик образа Николая Гумилева в романе "Посмотри в глаза чудовищ".

**Материалом** для исследования послужила первая часть трилогии "Гиперборейская чума" роман "Посмотри в глаза чудовищ". Выбор этого произведения обусловлен многообразием особенностей образа в сравнении с последующими частями трилогии.

Первой особенностью является то, что авторы на протяжении всего произведения отсылаются к биографии Гумилева. Это прослеживается как в отдельных главах, посвящённых жизни поэта, так и в упоминаниях событий, людей из прошлого Николая Степановича Гумилева. Являясь поэтом серебряного века, он, как и почти все представители искусства того времени, занимался мифотворчеством. Одним из примеров реализации биографического Гумилева в произведении является его отношение к

большевиком. В работах, посвящённых жизни Николая Гумилева можно нередко встретить мнение об антибольшевистских мыслях со стороны поэта. Литературовед Ю.В. Зобнин указывает, что такое восприятие Гумилева связано с тем, что Николай Степанович «традиционно воспринимался как символ некоей «оппозиционности»» — не случайно «вокруг имени поэта создавался ореол «мученичества» и «рыцарства»» [Зобнин, 1996, с. 115-119].

В романе мы встречаем интерпретацию авторами именно той версии, в которой Гумилёв резко негативно относится к большевикам. Примером является эпизод, в котором Николай Степанович размышляет о русской культуре: «Даже большевики, думаю, не смогут затоптать- а это саранча страшнее библейской» [Успенский, Лазарчук, 2016, с. 134].

Второй важной особенностью образа главного героя романа является его близость к персонажу шпионских романов- Джеймсу Бонду. Она прослеживается на протяжении всего произведения. Их связь воспроизводится в произведении буквально- ближе к концу романа протагонист встречает создателя персонажа Бонда- Яна Флеминга. Это происходит во время участия во Второй Мировой Войне. В одной из глав произведения читатель узнаёт, что Николай Гумилев и стал прообразом для героя Флеминга. Во время очередной операции протагонист берет себе псевдоним Бонд, которым и представляется Флемингу. Вместе они сталкиваются с общим врагом, после победы над которым расстаются друзьями. Спустя годы Николаю Гумилеву передают книгу “Живешь только дважды” с запиской от её автора: “Нику, без которого не появился бы на свет агент 007” [Успенский, Лазарчук, 2016, с. 226].

Несколько раз авторы используют эффект неожиданного появления главного героя. В один момент он таким образом впечатляет отряд наемников: «Ну, если уж вы официальные..., то я сама Матильда Кшесинская». Именно с ними он и отправится на штурм вражеского военного объекта. Второй пример мы встречаем при повествовании от другого персонажа. В одной из глав повествование от Николая Степановича переходит к советскому солдату, который во время секретной операции оказался в крайне затруднительном положении со своим отрядом. В самый критичный момент появляется Гумилёв: «А потом смотрим: по ничейной полосе идёт... В шинели до пят. И зелёной веткой машет» [Успенский, Лазарчук, 2016, с. 168].

Третья особенность- это его отношения с женскими образами. В произведении встречаются как его биографические отношения с Ахматовой и роман с Ниной Берберовой, так и выдуманные. Если рассматривать любые мемуары, в которых упоминаются взаимоотношения Ахматовой и Гумилева, можно проследить, что складывались они крайне сложным образом. Так, известно, что предложение брака Николай Гумилев делал 7 раз. В романе Лазарчука и Успенского этот аспект отношений двух ярких фигур серебряного века так же подчёркивается в воспоминаниях главного героя. Называет Ахматову он “Аннушкой”. Вспоминает случаи, когда она злилась на него и использовала фразу “Николай, нам нужно объясниться”.

Ярким примером **выдуманной романтической линии** являются его **взаимоотношения** с немецкой актрисой Марлен Дитрих. Мы считаем, что выбор именно этого человека для преобразования в художественный любовный интерес поэта не является случайным. Об этом можно судить по биографии актрисы, ведь как известно, она состояла в отношениях не с одним именитым автором (Э. М. Ремарк, Э. Хемингуэй). То, что персонаж Гумилева с легкостью добывается её является отголоском его воплощения как героя шпионского романа, ведь в данных произведениях главный герой обязательно без труда может соблазнить любую даму, что стало важным клише в этом жанре. Начинаются отношения протагониста с Марлен с первой же их встречи: «Я стал было «по-военному подпускать к ней амура»» [Успенский, Лазарчук, 2016, с. 34]. Здесь же подчёркивается связь немецкой актрисы с творческими личностями мужского пола: «Покажите мне того

человека, который бы смог удержаться. Покажите мне того поэта...» [Успенский, Лазарчук, 2016, с. 34].

Еще одним важным женским персонажем из романа является его жена в 1990-х годах – Анна. У них в романе есть совместный ребенок – Степан. И именно их проблемы со здоровьем становятся триггером для протагониста. Узнав, что именно с ними случилось он отправляется в свое путешествие, в котором противостоит древним людям-драконам.

Подводя итоги, отметим, что благодаря уникальности жизни самого Николая Степановича перенос его в фантастическое произведение становится интересным экспериментом. Авторы умело используют каждый из мифов, создавая дополнительные в процессе. В каждой из особенностей образа Гумилева в романе находит свое отражение биография поэта. Если авторы делают его шпионом, то это отсылает нас к боевому прошлому Николая Степановича. Когда Лазарчук и Успенский раскрывают взаимоотношения их главного героя с женскими персонажами в произведении, то и здесь они оглядываются на биографию поэта. Все особенности мифопоэтического образа главного героя между собой тесно связаны и дополняют друг друга.

#### Литература и источники:

1. Лазарчук, А. Г. Посмотри в глаза чудовищ / А. Г. Лазарчук, М. Г. Успенский. — 2. — М: Пятый рим, 2016. — 696 с.
2. Зобнин, Ю. В. Воля к балладе (Лиро-эпос в акмеистической эстетике Гумилева) // Гумилевские чтения: Материалы Междунар. конф. филологов-славистов. СПб.: Изд-во СПбГУП, 1996. С. 111-119
3. Шикарев, С. Спасение утопающих / С. Шикарев. // Новый мир. — 2014. — № 7. — С. 75.
4. Немзер, А. Взгляд на русскую прозу в 1997 году / А. Немзер. // Дружба народов. — 1998. — № 1. — С. 17.

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

**УДК 801.73**

### ОБРАЗ ДЕТСТВА И ДЕТСКОСТИ В РОМАНЕ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО «УНИЖЕННЫЕ И ОСКОРБЛЁННЫЕ»

*Молокова К. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[molokova.ksenya@mail.ru](mailto:molokova.ksenya@mail.ru)

**Аннотация.** В статье рассматривается специфика художественного сентиментального изображения детства и детскости в романе Ф. М. Достоевского «Униженные и оскорблённые». Данные образы актуализируются через сферу чувствительного, сердечного, через малое домашнее пространство, категорию любви уравнивающей и всеобъемлющей.

Образы детства и детскости находятся в центре сентиментальной художественной модели мира, обладая устойчивым символическим значением в художественной структуре произведения. Образы персонажей «Униженные и оскорблённые» рассматриваются в плоскости выявления черт детскости и связанных с ними типологических характеристик, таких, как *простодушие, доброта, вера, любовь.*

**Ключевые слова:** Ф. М. Достоевский, «Униженные и оскорблённые», сентиментальный роман, художественный образ, образ детства и детскости, сентиментальный герой.

## THE IMAGE OF CHILDHOOD AND CHILDISHNESS IN F. M. DOSTOEVSKY'S ROMAN «HUMILIATED AND INSULTED»

*Molokova K. I.*

Kemerovo State University

[molokova.ksenya@mail.ru](mailto:molokova.ksenya@mail.ru)

**Annotation.** The article examines the specifics of the artistic sentimental depiction of childhood and childishness in F. M. Dostoevsky's novel "Humiliated and Insulted". These images are actualized through the sphere of the sensitive, the heart, through a small home space, the category of equalizing and all-encompassing love.

The images of childhood and childishness are at the center of the sentimental artistic model of the world, having a stable symbolic meaning in the artistic structure of the work. The images of the characters "Humiliated and insulted" are considered in the plane of revealing the traits of childishness and the typological characteristics associated with them, such as *simplicity, kindness, faith, love*.

**Key words:** F. M. Dostoevsky, «Humiliated and insulted», sentimental roman, artistic image, image of childhood and childishness, sentimental hero.

Важная эстетическая установка всего творчества Достоевского – это идея человечности, главная проблема – «*проблема внутреннего человека – души*» [Бахтин, 1986]. Отсюда и интерес писателя к пробуждению внутреннего чувства героя – его «*священного огня чувствительности*» [Веселовский, 1939, с. 488], которым освещается нравственная жизнь человека.

Осуществляет функцию инструмента, подающего сигнал к возврату нравственно-ободрствования после периода бесчувственного сна, открытие в героеребёнка или открытие истины чувств через него. Этот образ является одним из центральных в романе Ф. М. Достоевского «Униженные и оскорблённые». Ведь «*ребёнок – это "образ Христов на Земле"*» [Фридлиндер, 2007, С. 426]; тот, кто обладает «*инстинктом добра*» [Фридлиндер, 2007, С. 422], помогающим искренне верить в людей и в их естество человеческое. Или, иначе говоря, – мера человеческого в человеке.

С образами детства и детскости связаны:

1) сфера сердечного, чувствительного – категория «сердца», которой ценностно противопоставлен в романе ум, расчётливость. Алексей Валковский, описываемый как «...*совершенный ребёнок*» (4, 183), – человек «...*простодушный, с душой отверстою и способною к благороднейшим ощущениям, с сердцем любящим, правдивым и признательным*» (4, 183), человек, в чьих «*прекрасных глазах <...> доброе, прекрасное чувство*» (4, 205), человек «*с ребяческой откровенностью*» (4, 225), человек доверчивый. Именно с его уст часто слетают горячие слова о любви ко всем, о важности прощения обид, ведь только после этого возможно будет залечить раны на сердце.

У Достоевского в центре сюжета – буквально ребёнок. Но к его изображению не сводится тема детства, так как детские черты выявляются и во взрослых персонажах. С другой же стороны, обнаруживаются черты преждевременного повзросления во многом пострадавшем ребёнке Нелли. В её образе тема детства реализуется в своём отрицательном модусе – *дефицита любви*. В начале повествования у девочки вместо платицы – рубище (4, 209, 253), взгляд «*недоверчивый и даже подозрительный*» (4, 253), ценностно коррелирующий с её *дикостью* (4, 255). Всё это вызвано холодом внедомашнего пространства – физическим (плохо одета) и душевным – отсутствием согревающей любви.

2) сфера «малого» – об интимном пространстве дома. Чуть ранее мы говорили об отрицательно развёрнутой теме детства. Актуализируется она через мотив *искусственного окончания детства* (рано повзрослевший ребёнок). В тексте это проявляется через *сиротство* Нелли (непризнанный ребёнок Валковского, мытарство по углам, смерть матери, смерть бабушки). Ребёнок находится вне зоны домашнего пространства, вне зоны

любви и заботы, под влиянием «большого» мира «больших» людей – взрослых (проживание после смерти матери у Бубновой, от которой девочка терпела побои). И эти страдания ребёнка, являющиеся мерой жестокости мира, становятся следствием душевного надлома Нелли. Тем не менее, в романе любовь и прощение побеждают, растапливая лёд как на сердце сиротки, которая *«не могла не отзываться всем сердцем своим на такую всеобщую любовь»* (4, 441), так и на сердце старика Ихменёва. Еголеденящая душу обида на родную дочь проходит, и между родными людьми происходит примирение (4, 421). Но страшной ценой достигается эта гармония: Нелли умирает, тем самым оголяя всю бесчеловечность и губительность «большого» мира социальных хищников для «маленького» человека (ребёнка).

3) любовь прощающая и воскрешающая. Ранее нами было отмечено, что обнаружение в человеке человеческого реализуется в сентиментальном комплексе благодаря открыванию в герое ребёнка, либо же обнаружению простодушия через детский образ.

Как мы уже говорили об этом ранее, именно благодаря участию Нелли в отношениях Наташи и Ихменёва, происходит прощение, примирение и семейное воссоединение. Герои (дочь и отец) пересекают границы отчуждения – долгим, сладким объятьем, возвращаясь к идиллическому пространству дома и возвращая себе память своих добрых сердец (слёзы, наконец, не сдерживаются Наташей; она расслаблена, она любима): *«Да поцелуйте же меня <...> ! – воскликнула Наташа больным, расслабленным, полным слезами радости голосом. – <...> Помнишь, как прежде, – повторял старик после долгого, сладкого объятия с дочерью»* (4, 421). Обиды и условия для прощения – категории рассудочного «большого» мира отбрасываются, и достигается гармоничное и естественное состояние сердца, души.

Благодаря образу детства и детскости на протяжении всего романа читателю раскрывается важная истина, главный закон – закон жизни по любви, сближающей, разрывающей границы отчуждённости между людьми: *«Я люблю её безо всего, безо всяких обязательств. Я не знаю, как я её люблю. Просто люблю»* (4, 346), – говорит Алёша о природе своих чувств к Наташе. Или же: *«Она (Нелли – К. М.) не могла не отзываться всем сердцем своим на такую всеобщую любовь»* (4, 441), – подчёркивает Иван, говоря уже не о сиротке, а об обрётшей дом Нелли.

В конце же произведения старик Ихменёв заявляет: *«...пусть мы униженные, пусть мы оскорбленные, но мы опять вместе<...>. Мы пойдём рука в руку, и я скажу им: это моя дорогая, это возлюбленная дочья моя, <...> которую <...> люблю и которую благословляю во веки веков!»* (4, 422). Провозглашая тем самым любовь уравнивающую, всеобъемлющую, которая подчёркивается как на уровне действий, направленных на сближение людей («мы вместе», «пойдём рука в руку»), так и на уровне речевых высказываний (тавтология «возлюбленная – люблю»).

Писателя интересует тема спасения человеческой души, которая актуализируется через образы детства и детскости. Детство в таком понимании становится залогом воскрешения в человеке естества сердца, а детскость – мерилom человечности. Тема детства раскрывается не только с помощью персонажей-детей, но и персонажей-взрослых, т.е. каждый из героев имеет возможность на воскресение в себе человека при условии сохранения *памяти детства*. Мерой же жестокости бесчеловечного мира и одной из форм раскрытия темы детства являются страдания реального ребёнка – Нелли с её аномальным положением в мире. Финал же романа даёт читателю понимание того, что спасение от холода жестокосердия возможно только с помощью прощения: герой, не желающий прощать, проявляет жестокосердие, но затем всё-таки прощает и тем самым воскресает. И это относится и к взрослым персонажам, и к Нелли.

### Литература и источники

1. Бахтин, М. М. Собрание сочинений: в 7 т. Т. 6. Проблемы поэтики Достоевского, 1963. Работы 1960–1970-х гг. / Бахтин, М. М. – М.: Русские словари. Языки славянской культуры, 2002. – 799 с.
2. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества / Бахтин, М. М. – М.: Искусство, 1986. – 445 с.
3. Веселовский, А. Н. Избранные статьи; Эпоха чувствительности / Веселовский, А. Н. – Л.: Художественная литература, 1939. – С. 487 – 500.
4. Достоевский, Ф. М. Полное собрание сочинений в 30 т. Т. 3. Село Степанчиково и его обитатели. Униженные и оскорблённые / Достоевский, Ф. М. – Л.: Наука, 1972. – С. 169–442.
5. Достоевский, Ф. М. Полное собрание сочинений и писем: В 30 т. Т. 22. Дневник писателя за 1876 год. Январь–апрель / Достоевский, Ф. М. – Л.: Наука. Ленинградское отделение, 1981. – С. 5–73.
6. Флоровский, Г. В.: Религиозные темы Достоевского / О Достоевском. – М., 1990. – С. 386–390.
7. Фридендер, Г. М. Человек в мире Достоевского / Достоевский: Материалы и исследования в 23 т. 18 Т. – СПб.: Наука, 2007. – С. 422–433.
8. Фуксон, Л. Ю. Чтение / Фуксон, Л. Ю. – Кемерово: Кузбассвуиздат, 2007. – С. 162–165.
9. Фуксон, Л. Ю. Уменьшительно-ласкательный образ мира / Фуксон, Л. Ю. – Екатеринбург :Издательские решения, 2022. – С. 140.

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

**УДК 82.0**

### **МИФОПОЭТИКА ОБРАЗА ХОЗЯЙКИ МЕДНОЙ ГОРЫ В СКАЗАХ П. БАЖОВА**

*Романова А. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[ms.alyonaromanova@mail.ru](mailto:ms.alyonaromanova@mail.ru)

**Аннотация.** В статье анализируется образ Хозяйки Медной горы путём выделения в нём мифопоэтических особенностей. Мифологизация является неотъемлемой и весьма важной частью сказов Павла Бажова. Данный процесс неразрывно связан с природой, бытом, историей и жизнью народа Урала, что накладывает отпечаток на образы героев сказов П.П. Бажова. В данной работе речь пойдет о том, какова роль Хозяйки Медной горы в жизни конкретных героев сказов и какова её роль на территории уральских земель, как в сказах представлен её образ, и какое влияние на изображение персонажа уральских легенд оказал фольклор.

**Ключевые слова:** П.Бажов, Хозяйка медной горы, образ

### **MYTHOPOETICS OF THE IMAGE OF THE MISTRESS OF THE COPPER MOUNTAIN IN THE TALES OF P. BAZHOV**

*Romanova A.A.*

Kemerovo State University

[ms.alyonaromanova@mail.ru](mailto:ms.alyonaromanova@mail.ru)

**Annotation.** The article analyzes the image of the Mistress of the copper mountain by highlighting mythologems in it. Mythologization is an integral and very important part of Pavel Bazhov's fairy tales. This process is inextricably linked with nature, everyday life, history and

life of the people of the Urals, which leaves an imprint on the images of the heroes of P.P. Bazhov's fairy tales. In this paper, we will talk about what is the role of the Mistress of the Copper Mountain in the life of specific heroes of fairy tales and what is her role on the territory of the Ural lands, how her image is presented in fairy tales, and what influence folklore had on the image of the character of the Ural legends.

**Key words:** P. Bazhov, Mistress of the copper mountain, image

Сказы Павла Петровича Бажова являются знаковыми для культуры Урала, они носитель культурного и фольклорного кода этих земель. Сказ – это «вид литературно-художественного повествования, который подражает фольклорным произведениям стилем, специфической интонацией и стилизацией речи для воспроизведения речи сказителя устных народных жанров или живой простонародной речи вообще» [Николюкина, 2001].

Отличительной чертой сказа, которая отделяет его от сказки, это наличие рассказчика, который изъясняется речью, несовпадающей с нормами современного литературного языка по стилистике.

Павел Бажов старался собрать и сохранить уральский фольклор. Главное богатство бажовских сказов – это люди Урала, которые являются старательными и талантливыми рабочими, они рудокопы, литейщики и горняки, мастера своего дела.

Рассматривая героев сказов, мы можем говорить о том, что их отличает от других людей, помимо таланта: их деятельность, смелость, дерзость в некотором смысле, мужество, которое помогает им пережить все жизненные испытания, выпадающие на их пути. Герои Бажова верны своему слову, преданы в любви и честны. Помимо обычных людей в каждом сказе появляется магический образ фантастического существа или чародейки. Фантастические существа выступают в качестве охранников земных недр, чародейки же воплощают несказанную мощь и богатство природы с её бесчисленными загадками и тайнами.

В сборнике сказов «Малахитовая шкатулка» Хозяйка медной горы предстаёт перед нами в сказе в образе прекрасной молодой женщины и ящерицы, её образ антропоморфен, она «дух местности», который выступает в сказах хранителем драгоценных пород и камней [Литовская, 2014, с. 342].

Она предстаёт перед героем сказа во время горных работ, в уединенном месте, но помогает только холостым парням, тех, кто ей пришёлся по нраву, Хозяйка награждает удачливостью в работе: Даниле-мастеру Хозяйка дает нужный камень, показывает каменный цветок, Митюньке она помогает выточить хрупкую веточку, а Степана награждает шкатулкой.

Уже в названии сказа обозначается её роль — она хозяйка этих земель, властительница и богиня, которая связана с богатством, как в прямом значении, с достатком денежным, так и в значении достатка от добычи горных пород. Она также связана как с жизнью, образ красивой девушки-Венеры, чьим знаком клеймили медь в XVIII веке, так и со смертью, ящерица, охраняющая умершего человека, из глаз которой льются не слёзы, а сыплются кристаллы. По такому описанию образа Хозяйки можно заметить сходство с древнегреческим богом подземного царства Аидом, её «царство» словно замерло во времени, можно сказать омертвело, а на тех, кому выпала возможность встретиться с Хозяйкой, накладывался неизгладимый отпечаток, так называемый «поцелуй смерти». Отличие между ними будет заключаться в том, что Хозяйка владеет не всем подземным царством и не всеми подземными богатствами, её покровительство распространяется лишь на самоцветы в её пещере, а также обитает она исключительно на просторах медной горы, а не на всей территории Урала, данная территориальная привязка стала неотделимой частью в образе Хозяйки. Эта территориальная принадлежность говорит также и о фольклорной связи образа с местностью, то есть с Уралом, в чём и заключался замысел Павла Бажова. Фольклор

также заметен в действиях Хозяйки, как и в русских волшебных сказках она не является всем, кто только пожелает, она выбирает работающего мужчину, мастера своего дела, который проходит её испытания, так например Степана Хозяйка испытала два раза богатством, хотя сам он и не подозревал, что за его действиями наблюдают и оценивают.

Животный облик Хозяйки — ящерица, эта рептилия обладает внешним сходством с малахитом (узоры), по своим физическим характеристикам она подвижна, быстра и изящна именно эти чертами и обладает сама Хозяйка. Также быстрота и подвижность отображается в образе её слуг ящерок. Но помимо этого связь Хозяйки с ящерицей заключается в её способности перевоплощаться в хтоническое существо, оно было рождено землёй, то есть вышло из недр земли и сохранило черты хтонических животных.

Таким образом, говоря об образе Хозяйки медной горы, мы можем увидеть в нём архитипичные, хтонические и фольклорные истоки Урала, заложенные Павлом Бажовым, которые и создают столь неоднозначный загадочный образ владычицы медной горы и самоцветов, иными словами хранительницы уральских земель.

### **Литература и источники**

1. Бажовская энциклопедия / Редакторы-составители В. В. Блажес, М. А. Литовская. – Екатеринбург : Издательский дом «Сократ», 2014. – 640 с.
2. Никулина М. П. Про земельные дела и про тайную силу (о дальних истоках уральской мифологии П. П. Бажова) // М.П. Никулина- <https://cyberleninka.ru/article/n/pro-zemelnye-dela-i-pro-taynyu-silu-o-dalnih-istokah-uralskoj-mifologii-p-p-bazhova/viewer>
3. Миронов А. В. Образ Хозяйки Медной горы в сказах П. П. Бажова. <https://rudocs.exdat.com/docs/index-514140.html?page=5>

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

**УДК 821.161.1**

## **ВОПЛОЩЕНИЕ ОБРАЗА СВЯТОЙ ДЕВЫ В СТИХОТВОРЕНИЯХ**

**А. А. ГРИГОРЬЕВА**

*Семенникова К. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Статья посвящена анализу стихотворений Аполлона Александровича Григорьева, в которых воплощается образ Святой Девы. Рассмотрены темы, которые соотносятся с образом Девы Марии - природа любви, роль женщины в обществе и смысл жизни. Святая Дева в стихотворениях Григорьева – нравственный идеал, пример христианской добродетели, всепрощения и любви к ближнему. В статье рассматривается, как через воплощение этого образа поэт передал свои мысли о любви, жизни, кротости и смирении. Использование образа Святой Девы в любовной лирике придает стихотворениям религиозно-философский смысл, так как рассмотренный образ служит символом наивысшей чистоты, преданности и благодати и отражает стремление лирического героя к духовному совершенству.

**Ключевые слова:** Аполлон Александрович Григорьев, стихи, мир, Святая дева, образ, поэт.

## THE IMAGE OF THE HOLY VIRGIN IN THE POEMS OF APOLLO ALEXANDROVICH GRIGORIEV

*Semennikova K.I.*

Kemerovo State University  
[semennikovakristina@mail.ru](mailto:semennikovakristina@mail.ru)

**Annotation.** The article is devoted to the analysis of the poems of Apollo Alexandrovich Grigoriev, in which the image of the Holy Virgin is embodied. Topics that correlate with the image of the Virgin Mary are considered - the nature of love, the role of women in society and the meaning of life. The Holy Virgin in Grigoriev's poems is a moral ideal, an example of Christian virtue, forgiveness and love for one's neighbor. The article discusses how, through the embodiment of this image, the poet conveyed his thoughts about love, life, meekness and humility. The use of the image of the Holy Virgin in love lyrics gives the poems a religious and philosophical meaning, since the considered image serves as a symbol of the highest purity, devotion and grace and reflects the lyrical hero's desire for spiritual perfection.

**Key words:** Apollo Alexandrovich Grigoriev, poetry, world, Holy Virgin, image, poet.

О женственности русской души писали многие русские мыслители, отмечая её нерациональность, эмоциональность, спонтанность, терпение, смирение, покорность, жертвенность... Всё самое важное в жизни русского человека соотносится, прежде всего, с образом Матери: Мать-Родина, Мать-Природа, Мать-Сыра-Земля, Матушка-Церковь, и, наконец, Богоматерь. Именно Богородица считается Хранительницей, Заступницей и главным Упованием России. В русском религиозном народном сознании, по мысли Г. П. Федотова, Богородица «остаётся связанной с человечеством, страждущей матерью и заступницей... В образе Её, не юном, не старом, словно безвременном, как на православной иконе, народ чтит небесную красоту материнства... Однако красота Её подернута дымкой слез» [Федотов, 1991, с.49].

Образ Богородицы имеет давнюю историю в русской культуре и нашел отражение в различных видах искусства, в том числе в литературе. Небесная Дева в поэзии "серебряного века" предстает снежною, холодною, грустною Деву Ко́смоса. «Чистый день Мадонны Снежной / Кроткий символ тайны Нежной... / Что загадочней, грустней...» [Новикова, 1998, с.94]. Она выступает в образе Владычицы Вселенной, Космической Стихии. «О Мария, ты стихия, / Ты -волна с венцом из пены!» [Бальмонт, 1994, с.410]. Неотъемлемый эпитет Богородицы у К. Бальмонта - "Стихия". Дева Мария «горит как Звезда», «светит в пропасти вод». Её Образ далек от образа Божией Матери в его традиционном религиозном сознании, Она - холодна, в ней не проявлено материнское начало.

Особую окрашенность в черты русской национальной культуры приобретает образ Божией Матери, когда он переносится в фольклорную среду народных сказок и песену С. Есенина [Есенин, 1990, с.90-93].

Получается, что изображение Богородицы в русской литературе может варьироваться в зависимости от исторического периода, культурного контекста и убеждений отдельного писателя. Григорьев же представляет уникальное изображение Богородицы, отражающее его собственные убеждения и эмоции, но в то же время вписывающееся в более широкую традицию изображения Богородицы в русской литературе. В данной статье мы углубимся в воплощение поэтом образа Пресвятой Богородицы в своих произведениях и проанализируем, как он использовал этот образ для донесения своего послания до читателя.

Аполлон Александрович Григорьев был заметной фигурой в русской литературе, произведшей впечатление своими самобытными и наводящими на размышления стихами. Он был признан за свой уникальный стиль письма и умение заинтересовать читателя. Значимое место в творчестве Григорьева занимает изображение женских образов.

Для стихов Григорьева характерен духовно-философский подтекст. Поэт часто использовал образ Пресвятой Богородицы для выражения своих идей и убеждений о жизни, любви и смысле существования. Во многих его стихах Пресвятая Богородица служит символом чистоты, преданности и благодати, представляя идеальную женщину и мать.

Одно из самых известных стихотворений Григорьева — «К мадонне Мурильо в Париже», в котором раскрывается образ Мадонны как символ благодати, чистоты и безусловной любви. Ап. Григорьев, создавая образ Пресвятой Девы, в то же время воплотил сентиментально-романтический идеал женской красоты. В стихотворении, посвящённом Мадонне Мурильо, которую он называл: «...Моя Мадонна, Мадонна Мурильской манеры», Григорьев пишет: «Из тьмы греха, из глубины паденья / К тебе опять я простираю руки...», «Тебя несут на крыльях серафимы, / И каждый рад служить тебе подножьем. / Перед тобой, дыханьем чистым, Божьим / Склонился в умиленьи мир незримый».

Лирический герой обращается к Марии на духовном уровне. Он с благовеиным умилением описывает её кроткий образ, противопоставляя свет, окружающий Мадонну, «тьме безбрежной», в которой находится сам. Григорьев использует святой образ для того, чтобы показать стремление лирического героя к прекрасному и особое трепетное отношение к светлым высоконравственным образам.

В стихотворном цикле А. А. Григорьева «Дневник любви и молитвы» наиболее показательным соединяются две особенно значимые для поэта темы – любовь и вера. В этом произведении Аполлон Григорьев показывает читателю духовное преображение человека через любовное чувство. В самом начале «Дневника...» перед нами предстает лирический герой, который утратил веру в Бога, стал «ко всему святому равнодушный». Вновь вернуться к самому себе и к Богу герою помогает девушка, которую он случайно замечает посреди толпы. Его поражает то, с каким пламенным увлечением и одновременно подлинным смирением она возносит молитву, не замечая ничего вокруг. Она настолько естественна в своих движениях и в искреннем порыве души, что лирический герой невольно восхищается девушкой, сравнивая ее с «Божьим Ангелом»:

«Все было дивно в ней... Печальна и бледна,  
Мне Божьим Ангелом явилась она:  
Казалось, он по небесам грустил  
И небеса за грешников молил.» [Григорьев, 2001, с.104].

Женщина в этом стихотворном цикле Аполлона Александровича Григорьева предстает как религиозная наставница, воплощение христианской добродетели, кротости и смирения. Мотив преображения лирического героя, утратившего веру и неспособного к молитве, посредством любви является устойчивым в лирике поэтов середины XIX века [Калашникова, 2022]. Любовь и вера становятся буквально синонимами для лирического героя, они органично сплетаются в одно чувство – чувство любви к женщине, к Богу, к ближнему. Стихотворение представляет собой размышление о важности веры и надежды даже перед лицом невзгод и отражает убеждения Григорьева о силе духовного руководства, помогающего людям найти свой путь в жизни.

В стихотворении А. Григорьева «Прощай, прощай! О, если б знала ты...» прослеживается мотив обожествления женского образа. Находясь рядом с любимой, лирический герой чувствует себя спокойно, в нем утихают бурные страсти, которые так волнуют его душу. Он духовно очищается и преображается, видя в этом заслугу женщины: «Я был с тобою свят, моя святая!». Именно она, по мнению героя, помогла ему осознать свои грехи и раскаяться. Когда наступило время их разлуки, его ждет «не смытое раскаянием проклятье». Лирический герой приближается к Богу благодаря светлomu образу девушки, бережно хранимому в сердце и освещающему его путь.

На первый взгляд может показаться, что образ Святой Девы, изображаемый Аполлоном Григорьевым, несколько схож с другими его женскими образами – это и чувства, и нежность, и вдохновение, и полёт души. Но образ Пресвятой Богородицы символизирует духовное «перерождение», переосмысление собственной жизни и

отношений с Богом. Именно она способна вернуть героя к тем ценностям, которых он когда-то придерживался, как будто снова открывая ему глаза на мир, на людей вокруг, на веру.

В заключение отметим, что образ Пресвятой Богородицы в поэмах Аполлона Александровича Григорьева является своеобразным и многозначительным изображением женской фигуры и материнской любви. Использование Григорьевым Пресвятой Богородицы служит для исследования более глубоких философских и духовных тем и передачи его идей о жизни, любви и роли женщины в обществе. Своим творческим использованием Пресвятой Богородицы Григорьев демонстрирует свое литературное мастерство и непреходящую привлекательность этого вневременного образа в русской литературе. Образ Богородицы в стихах Григорьева — свидетельство его художественного таланта и вклада в русскую литературу.

#### **Литература и источники**

1. Бальмонт, К. Д. Собрание сочинений: в 2 т. Т. 2. –М.: Можайск-Терра, 1994. – 704 с.
2. Григорьев, А. А. Стихотворения. Поэмы. Драммы / Аполлон Григорьев; вступ. ст., сост., подгот. текста и примеч. Б. Ф. Егорова. –М.: СПб.: Гуманитар. агентство "Акад. проект", 2001. – 757 с.
3. Есенин, С. А. Собрание сочинений: в 2 т. Т. 2. Стихотворения. Проза. Статьи. Письма / С. А. Есенин; сост. и коммент. Ю. Л. Прокушева.–М.: Советская Россия. Современник, 1990. – 384 с.
4. Калашникова А. Л. Молитва в лирике Ф. И. Тютчева // Вестник Рязанского государственного университета имени С. А. Есенина. – 2022. – No 2 (75). – С. 97–106.
5. Новикова, Т. «Прекрасная Дама» в культуре серебряного века // Вестник Московского университета. Серия: Филология.– 1998. – №1. – С. 90-100.
6. Федотов, Г. П. Стихи духовные (Русская народная вера по духовным стихам) / Г. П. Федотов. –М.: Прогресс, Гнозис, 1991. – 198 с.

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

**УДК 821.161.1**

### **ХАРАКТЕРИСТИКА И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ТИПА ГЕРОЯ-ДЕТЕКТИВА В ПОВЕСТИ А.П. ЧЕХОВА " ДРАМА НА ОХОТЕ"**

*Швайко С. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию типа героя-детектива в повести А.П. Чехова «Драма на охоте». При рассмотрении образа героя-сыщика в произведении использовался метод интерпретации, а также элементы сопоставительного анализа. С помощью перечисленных методов были выявлены основные характеристики и особенности детективного типа персонажа и его функционирование в чеховской повести. В работе проводится сопоставление чеховских героев – следователя Зиновьева и редактора, изучающего полученную рукопись – с образом классического героя-сыщика, функционирующего в жанре детектива. При анализе выявлено, что А. П. Чехов модифицирует образ классического детективного героя, наделяет его нетипичными характеристиками и свойствами. Кроме того, образ данного типа героя приобретает в повести двойственное истолкование.

**Ключевые слова:** А.П. Чехов, «Драма на охоте», детектив, герой, тип.

## CHARACTERISTICS AND FUNCTIONING OF THE DETECTIVE TYPE OF THE HERO IN A.P. CHEKHOV'S "DRAMA ON THE HUNT"

*Shvayko.S.V.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** The article is devoted to the study of the type of detective hero in A.P. Chekhov's novella "Drama on the Hunt". When considering the image of the detective hero in the work, the method of interpretation was used, as well as elements of comparative analysis. With the help of these methods, the main characteristics and features of the detective type of the character and its functioning in the Chekhov story were revealed. The paper compares Chekhov's heroes – investigator Zinoviev and the editor studying the received manuscript – with the image of the classic detective hero functioning in the detective genre. The analysis revealed that A. P. Chekhov modifies the image of the classic detective hero, endows him with atypical characteristics and properties. In addition, the image of this type of hero acquires a dual interpretation in the story.

**Key words:** A.P. Chekhov, "Drama on the hunt", detective, hero, type.

Повесть «Драма на охоте» недостаточно изучена в современном чеховедении, хотя она представляет собой примечательный литературный эксперимент, как с самим жанром детектива, так и на уровне авторской интерпретации традиционных героев русской литературы.

Несмотря на то, что повесть является своеобразным экспериментом автора, её герои находятся в русле русской классической литературной традиции. При детальном рассмотрении «Драмы на охоте» можно выявить традиционные собирательные образы, присущие русской литературе: «лишний человек» - главный герой Зиновьев; «герой-сыщик», в роли которого выступают сразу два героя – Зиновьев и редактор издательства; собирательный образ сразу нескольких традиционных типов героинь - Ольга Скворцова, которая совмещает в себе тип «женщина – ангел» и «демонический характер»; и другие.

Роль такого типа героя, как «детектив» или «герой-сыщик» в повести А.П. Чехова «Драма на охоте» является одной из фундаментальных, так как детективный сюжет всегда предполагает наличие двух антиподов: преступник – детектив [Тамарченко, 2008, с.55-56].

В литературоведении сложились устойчивые представления о типе героя–детектива. Во всех произведениях детективного жанра будет конструироваться особый тип героя – чаще всего непрофессиональный, интеллектуально одаренный частный сыщик-любитель, не обремененный родственными или крепкими дружескими связями, с поведенческими странностями и весьма нетипичным мышлением. Объясняется это неординарными преступлениями, избранными в качестве объекта изображения: герой, раскрывающий их, должен быть способным к особому видению происходящего. В связи с этим «расследователем» становится непрофессионал (или бывший профессионал, оставивший по каким-либо причинам службу в полиции), обладающий нестандартным развитым мышлением, не скованный, в отличие от персонажа-полицейского, какими-либо стереотипами или жесткими бюрократическими нормами [Осьмухина, 2019, с.389-393].

В повести «Драма на охоте» вводятся сразу два персонажа, играющих роль детектива – ложный и настоящий.

Главная загадка произведения – кто же убил Ольгу Скворцову? Расследованием этого дела занимается судебный следователь Зиновьев, по совместительству бывший любовник Ольги. Изначально именно он представляется читателю как единственный детектив, которому предстоит раскрыть это запутанное дело. Но уже на этом этапе отчётливо прослеживается расхождение чеховского героя-детектива с классическим образом героя - сыщика. Зиновьев самый настоящий профессионал в сфере расследования преступлений – он действующий судебный следователь, что уже противоречит самому главному канону в построении образа классического детектива. Кроме того, будучи совсем

не глупым человеком, следовательно не отличался каким-либо выдающимся интеллектом, проницательностью или нестандартным мышлением. При расследовании дела об убийстве Ольги Зиновьев был довольно безразличен в своих действиях, а его тактика вполне стандартна и ничем не примечательна. Приехав в графский дом, герой должен был немедленно отправиться на место преступления, но вместо этого он зачем-то ожидал приезда полиции ещё целые сутки, вследствие чего все возможные следы нападения на Ольгу смыло дождём. А главные свидетели происшествия – гости и прислуга – не были допрошены.

Важно и то отличие, что герой не просто человек со стороны, которому доверили расследовать убийство Ольги Скворцовой. Он как никто был близок с ней, являлся её тайным любовником и даже был шафером на её свадьбе. Все приведённые черты совершенно нетипичны для классического детективного героя.

Настоящим героем-сыщиком, разгадавшим главную загадку произведения и разоблачившим ложного детектива, является редактор. Смещению функционального значения персонажей способствуют композиционные особенности произведения: «Драма на охоте» построена по принципу «роман в романе». Зиновьев, представившись бывшим судебным следователем Камышевым, приносит в издательство рукопись, которая попадает в руки редактора. В ней изложена реальная история, очевидцем и действующим лицом которой, как утверждал Камышев, был он сам. Прочитав эту повесть, редактор сразу догадывается о том, кто настоящий убийца Ольги Скворцовой: «Мне казалось, что я, не судебный следователь и еще того менее не присяжный психолог, открыл страшную тайну одного человека, тайну, до которой мне не было никакого дела... Я ходил по террасе и убеждал себя не верить своему открытию...» [Чехов, 2020, с. 284]. Свои слова он подтверждает уже в конце произведения, при встрече с Камышевым – Зиновьевым: «Убийца вы и есть, — сказал я, — и даже скрыть этого не можете: в романе провалились, да и сейчас плохо актерствуете» [Чехов, 2020, с. 284].

Редактор отлично вписывается в имеющиеся в литературе каноны в построении образа героя – детектива. Персонаж непрофессионал в этой сфере, а лишь работник литературного издательства. Он сторонний человек во всей этой истории и разоблачает убийцу случайно, прочитав повесть. Но он действительно мыслит неординарно и очень умён, как подобает настоящему детективу. Читая повесть, он идёт по следу убийцы, подмечая различные подозрительные детали в рукописи, которую принёс Зиновьев. Свои доводы и аргументы он приводит уже в конце повести, при разговоре с Зиновьевым – Камышевым, в ходе которого и разоблачает его читателю.

Таким образом, благодаря такому персонажу как редактор, можно сделать вывод, что Зиновьев – ложный следователь и на самом деле он убийца Ольги Скворцовой, преступник, играющий роль детектива.

Автор модифицирует классический образ героя – сыщика, который в повести «Драма на охоте» приобретает несвойственную ему двойственность. В повести представлены сразу два героя, один из которых совершенно не вписывается в рамки литературного типа героя-детектива. Но при этом Зиновьев – ложный детектив – формально расследует убийство Ольги Скворцовой и раскрывает это дело. А настоящий убийца становится известен лишь несколько лет спустя, благодаря случайному человеку, литературному редактору, который выполняет функцию настоящего детектива в произведении. Ролевое поведение персонажей (убийца – следователь, редактор – детектив), изменение их функций в произведении приводит к трансформации детективного канона в «Драме на охоте».

#### **Литература и источники**

1. Осьмухина, О. Ю. Образ героя-детектива: специфика интерпретации литературой и современным кинематографом / О. Ю. Осьмухина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 12. – № 2. – С. 389-393.

2. Тамарченко, Н. Д. Детективная проза // Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий / Тамарченко Н.Д. –М., 2008. – С. 55–56.
3. Чехов, А. П. Драма на охоте / А.П. Чехов – М.: Лайвбук, 2020. – 284 с.

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

УДК 821.161.1

## ТИПОЛОГИЯ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ АЛЬБОМОВ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ РЭП-МУЗЫКЕ 2000-2020-Х ГОДОВ

*Шван В. А., Поселенова Е. Ю.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[valeriasvan@21gmail.com](mailto:valeriasvan@21gmail.com), [e.poselenova@gmail.com](mailto:e.poselenova@gmail.com)

**Аннотация.** Статья посвящена типологизации концептуальных альбомов в отечественной рэп-музыке 2000-2020-х годов. Основанием для типологизации послужило жанрово-видовое деление альбомов по форме, основанное на жанрово-видовом членении художественной литературы, так как рэп-альбомы рассмотрены с позиции преимущественно текстовой составляющей. Результатом работы стало выделение альбома-романа, альбома-антологии и альбома-рэп-оперы. Альбом-роман, являясь музыкальным произведением, обладает чертами, присущими роману как литературному жанру. Альбом-антология представляет собой сборник треков, объединённых общей идеей. Альбом-хип-хопера, изначально предназначенный для постановки на сцене, может также существовать как музыкально-литературное произведение и слушаться и читаться вне сцены.

**Ключевые слова:** русский рэп, хип-хоп, концептуальный альбом, рэп-опера, антология, типология.

## *TIPOLOGY OF CONCEPT ALBUMS IN RUSSIAN RAP MUSIC OF THE 2000S-2020S*

Schwan V.A., Poselenova E.Y.

Kemerovo State University

[valeriasvan@21gmail.com](mailto:valeriasvan@21gmail.com), [e.poselenova@gmail.com](mailto:e.poselenova@gmail.com)

**Annotation.** The article is devoted to the typology of concept albums in Russian rap music of the 2000-2020s. The basis for the typology was the genre-specific division of albums in form, based on the genre-specific division of fiction, since rap albums are considered from the position of a predominantly textual component. The result of the work was the selection of an album-poem, an anthology album and a rap opera album. The album-novel, being a piece of music, has the features inherent in the poem as a literary genre. The anthology album is a collection of tracks united by a common idea. A hip hop album originally intended to be performed on stage can also exist as a piece of music and literature and be listened to and read off stage.

**Key words:** russian rap, hip-hop, concept album, rap opera, anthology, typology.

Рэп, представляя собой своеобразный вид современной поэзии, развивается и находит новые формы выражения, среди которых заметным явлением стали концептуальные альбомы. Концептуальные альбомы – это музыкальные альбомы, объединённые определённой идеей, системой взглядов, концепцией. Такого типа альбомы появились в России сравнительно недавно, но стали ярким явлением в рэп-культуре. Некоторые исполнители стали записывать свои альбомы не только как сборники треков («Марабу» (2015) ATL’а, «Уроборос» (2017) Скриптонита), но как полноценные произведения большого объёма («Горгород» (2015) Oxxxymiron’a\*, «Хипхопера: Орфей и Эвридика» (2018) NoizeMC\*\*). В связи с вышеперечисленными факторами представляется

необходимой типологизация концептуальных рэп-альбомов для упрощения дальнейших исследований в этой сфере. Нами была выбрана типологизация альбомов по форме, так как жанровое и тематическое содержание треков одного альбома может быть разнообразным.

**Альбом-роман.** Единственный известный на данный момент отечественный альбом-роман в жанре рэп - «Горгород» - остаётся за авторством рэпера Oxxxymiron\*. Альбом содержит одиннадцать треков, слушать и читать которые можно как в определённой автором последовательности, так и вне её.

Альбом обладает чертами романа, среди которых можно выделить следующие:

- 1) наличие фабулы;
- 2) наличие системы персонажей;
- 3) наличие внешних (борьба оппозиции и власти Горгорода) и внутренних («Должен ли творец жить в башне из слоновой кости?») конфликтов;
- 4) обилие художественных приёмов (аллитерации, ассонансы, фразеологизмы, метафоры и др.);
- 5) широта описываемых явлений;
- 6) изображение жизни человека;
- 7) изображение социальных противоречий и стремлений к идеалу [7].

Связующим звеном между треками являются записи автоответчика Марка, оставленные его редактором Киной, помещённые перед треком (интро) или после него (аутро). Стоит отметить, что они присутствуют не на всех треках. Так, стоящим после трека-флешфорварда «Не с начала» аудиосообщением Киры обозначаются завязка и главный герой.

Отличительной чертой альбома является наличие характерной эпохе постмодерна интертекстуальности. Множественные отсылки на Библию, произведения литературы, события отечественной и мировой истории не только являются своеобразной игрой, но и позволяют автору передать максимум смысла при помощи минимума языковых средств.

**Альбом-антология.** Альбом-антология [2] представляет собой сборник треков, объединённых одной темой, идеей, концепцией, но не имеющих сюжетобразующих элементов, устойчивой системы персонажей, хронотопа, как, например, в альбоме-романе. Наиболее распространённый тип среди концептуальных рэп-альбомов.

Примером такого альбома является рэп-альбом «Марабу» ATL. Десять треков объединены идеей вечного круговорота жизни и смерти: первым стоит трек «Удобрением», изображающий апокалипсис и дальнейшее возрождение жизни. Следующие треки развивают концепцию, испытывая её темами любви, наркотиков, творчества, безумия. В альбоме чётко прослеживается деградация лирического героя как на внешнем уровне, так и на внутреннем. Последним в альбоме стоит трек под символическим названием «Подснежник», намекая на восстановление и обновление жизни после апокалипсиса.

**Альбом-рэп-опера.** Рэп-опера (также известная как хип-хопера) является разновидностью мюзикла, в которой арии пишутся и исполняются в стиле хип-хоп.

Первая хип-хопера в России «Копы в огне» (2009) представляет собой театральную постановку и не имеет альбомной записи. Следующее произведение подобного жанра вышло в 2018 году под названием «Хипхопера: Орфей и Эвридика», являясь параллельно восьмым студийным альбомом российского рэпера NoizeMC\*\*, однако постановка хипхопера имела место раньше: в 2016 году на сцене московской концертной площадки «Тесла».

Отличительной чертой рэп-оперы является её преимущественно постановочный характер и больший, по сравнению с альбом-романом, объём.

В результате проведенного исследования, рассмотрения литературных источников и анализа отечественных концептуальных рэп-альбомов были выделены альбом-роман, альбом-антология и альбом-хип-хопера, основанные на жанрово-видовом делении. Музыкальный альбом-роман представляет собой произведение на стыке музыкального альбома и романа; альбом-антология является сборником треков, объединённых общей идеей, тематикой и/или проблематикой; альбом-хип-хопера, изначально носящий постановочный характер, также может существовать как музыкальный альбом.

В последние годы в России заметно обрусевание рэпа. Сами рэп-исполнители говорят о включении в изначально заимствованный рэп российских реалий. Рэпер Noize MC\*\* так высказался о русском рэпе и роке в своём интервью в подкасте «Розенталь и Гильденстерн»: «...логоцентричность пресловутая, характерная для русского рока и тем более для русского рэпа, – это особенность нашей именно русскоязычной культуры. Именно у нас в России поэт больше, чем поэт это касается и песенных тоже»[1]. Дальнейшее исследование рэпа может позволить выявить смену ценностных ориентиров в постсоветском российском пространстве, отношение народа к мировым и отечественным историческим событиям.

### Литература и источники

1. Noize MC\*\* - о "клизме ментального кишечника", плохих рифмах и русском рэпе без мата // Подкасты Медузы / Meduza Podcasts. <https://youtu.be/rVN1302RXiw>.
2. Антология // Литературная энциклопедия терминов и понятий / Под ред. А. Н. Николюкина. — Институт научной информации по общественным наукам РАН: Интелвак, 2001. — Стб. 42. — 1596 с. — ISBN 5-93264-026-X.
3. Дулганова, Е. О. Российский рэп как социально-культурный феномен / Е. О. Дулганова, М. В. Амгаланова // Сохранение, изучение и популяризация наследия: опыт участия и векторы развития : Материалы Всероссийской с международным участием научно-практической конференции, Улан-Удэ, 18 апреля 2019 года. Том II. – Улан-Удэ: Восточно-Сибирский государственный институт культуры, 2019. – С. 206-210. – DOI 10.31443/978-5-89610-290-8-2019-206-210. – EDN MDQWLL.
4. Завалишин, А. Ю. Русская рэп-культура: специфика научного анализа / А. Ю. Завалишин, Н. Ю. Костюрина // Журнал интегративных исследований культуры. – 2020. – Т. 2, № 1. – С. 60-68. – DOI 10.33910/2687-1262-2020-2-1-60-68. – EDN NLADEI.
5. Кардинская, С. В. Миры рэп-поэзии: искусство на пределе современности / С. В. Кардинская // Международный журнал исследований культуры. – 2020. – № 2(39). – С. 18-31. – DOI 10.24411/2079-1100-2020-00019. – EDN JTWFSZ.
6. Молоков К. Рэп как альтернативная форма современной поэзии // Новая Юность. 2018. №1 (142).
7. Роман (в литературе) // Малый энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона : в 4 т. — СПб., 1907—1909.
8. Савицкая, Е. А. Концептуальные альбомы в отечественной рок-музыке 1970-1990-х годов / Е. А. Савицкая // Художественная культура. – 2018. – № 4(26). – С. 196-223. – EDN YSREGD.
9. Шмелева Т.В. Рэп-текст как новая реальность русской словесной культуры // Русская речь в современных парадигмах лингвистики: материалы Междунар. науч. конф. (Псков 22–24 апр. 2010 г.) Т. 2 / под ред. Н.В. Большаковой, Л.Я. Костючук и др. Псков: ПГПУ, 2010. С. 158–163.

\* выполняет функции иностранного агента

\*\* выполняет функции иностранного агента

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Поселенва Е.Ю., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет*

УДК 811.161.1.04

### ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА «СЛОВА О ПОЛКУ ИГОРЕВЕ» С ДРЕВНЕРУССКОГО НА СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК

*Ануфриева С. А., Шакирзянова Э. Р.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[sofyaanufrieva2002@bk.ru](mailto:sofyaanufrieva2002@bk.ru), [evelinochkatwd766@gmail.com](mailto:evelinochkatwd766@gmail.com)

**Аннотация.** Статья посвящена проблематике перевода «Слова о полку Игореве» с древнерусского на современный русский язык в рамках конкурса поэтических переводов. «Слово о полку Игореве» – уникальный памятник древнерусской литературы, который привлекает ученых уже несколько столетий. За это время проведено изучение памятника как хроникально-повествовательного произведения, осуществлен анализ жанровых, стилистических и языковых пластов текста, его художественной образности, но недостаточно изучена отрасль переводов. В работе рассматриваются существующие интерпретации, выделяются различные недостатки традиционных переводов, приводятся примеры переложения текста студентами с древнерусского на современный русский язык, выделяются особенности авторских переводов.

**Ключевые слова:** «Слово о полку Игореве», переложения, перевод, древнерусская литература, вольный перевод.

### THE PROBLEM OF TRANSLATING “THE WORDS ABOUT IGOR'S REGIMENT FROM ANCIENT RUSSIAN INTO MODERN RUSSIAN”

*Anufrieva S.A., Shakirzyanova E.R*

Kemerovo State University

**Annotation.** The article is devoted to the problem of translating the "Words about Igor's Regiment" from ancient Russian into modern Russian as part of a poetry translation contest. "The Word about Igor's Regiment" is a unique monument of ancient Russian literature, which has attracted scientists for several centuries. During this time, the study of the monument as a chronicle-narrative work was carried out, the analysis of the genre, stylistic and linguistic layers of the text, its artistic imagery was carried out, but the branch of translations was insufficiently studied. The paper examines existing interpretations, highlights various shortcomings of existing translations, provides examples of students translating text from Old Russian into modern Russian, highlights the features of author's translations.

**Key words:** "The Word about Igor's regiment", transcriptions, translation, Old Russian literature, free translation.

В настоящее время междисциплинарная проблема исследований непрофессионального перевода разного рода текстов, в том числе поэтических, привлекает внимание широкой общественности (наука, деятели искусств, рядовые носители языка). В связи с этим ключевой целью данной работы является оценка лингвистических особенностей любительских переводов одного из уникальных памятников древнерусской словесности – «Слова о полку Игореве».

«Слово о полку Игореве» представляется весьма популярным древнерусским произведением для переводческой деятельности. При этом несмотря на достойный список качественных трудов ученых-литературоведов, лингвистов, писателей, поэтов и так далее, проблема перевода «Слова...» открыта для разнообразных современных прочтений и научных изысканий.

Проведённый обзор литературных источников показал следующее. На сегодняшний день существующие поэтические переводы, а именно: переводы В. А. Жуковского, Аполлона Майкова, К. Д. Бальмонта и многих других известных деятелей литературы XIX, XX и XXI века, нельзя признать исчерпывающими. По причине различий в фонетике, лексике, словообразовании и грамматике русского и древнерусского языков появляются языковые расхождения. Так, в переводе В. А. Жуковского можно заметить использование различных слов по сравнению с оригиналом, разную степень развёрнутости текста, различия в разделении текста на слова и на фразы [Костикова, 2020, с. 287]. Традиции перевода В. А. Жуковского следует К. Д. Бальмонт, привнося в текст дополнительные эпитеты и метафоры. Другой писатель, Аполлон Майков, приближает «переложение» к бытине, что, по мнению В. Б. Темнухина, противоречит замыслу древнерусского автора [Темнухин, 2014, с. 67]. Произведения перечисленных авторов так или иначе расходятся с оригиналом «Слова о полку Игореве». Следует отметить, что В. Б. Темнухин вводит в переводоведение понятие «переложение».

В русле переводческой традиции «Слова о полку Игореве» ярко выражена тенденция к прозаическому переводу. К примеру, В. Б. Темнухин пишет переложение в прозе с целью создания произведения, которое композиционно и поэтически советовало бы древнерусскому памятнику. По справедливому замечанию автора, главной задачей произведения является «обратить интерес читателя к “Слову о полку Игореве” не столько как к любопытной, занятой исторической и/или литературной древности, но как актуальному для жизни современной России произведению, необходимому каждому, кто независимо от социальных и прочих различий признаёт нашу страну своей Родиной» [Темнухин, 2014, с.70]. Отсюда подчеркнём, переложение характеризуется большим объёмом текста в соотношении с оригиналом, что достигается при условии распространённых пояснений к трудным для восприятия читателя фрагментам произведения.

Таким образом, вопрос адекватности перевода «Слова о полку Игореве» в последние годы приобретает особенную актуальность. Исследователи этой проблемы выявляют различные недостатки имеющихся переводов и стремятся выявить определенные «правила» написания произведений, наиболее приближённых к оригиналу и понятных читателю. В этом плане раскрывается тенденция к появлению свободных переложений и переводов в прозе.

В рамках конкурса на лучший поэтический перевод «Слова о полку Игореве» с древнерусского языка перед филологами третьего курса КемГУ стояла задача создать собственный вольный перевод фрагмента «Слова...». Целью данного конкурса является расширение поликультурного пространства и системы поликультурного образования, а также обеспечение благоприятных условий для развития интеллектуальных и творческих способностей учащихся, их профессиональной ориентации. Всего было представлено девять переводов, каждый из которых был авторским. Интерес к данному конкурсу обусловлен загадочной природой самого «Слова о полку Игореве», так как это культурный объект, который притягивает к себе как исследователей, так и обычных читателей.

При подготовке переводов студенты ориентировались на традиционные интерпретации Н. А. Заболоцкого, В. А. Жуковского, Д. С. Лихачева и многих других; сопоставляли оригинал с каноничными текстами, создавая свой уникальный фрагмент, максимально понятный носителю современного русского языка. В процессе перевода текста участники конкурса столкнулись со следующими трудностями: метафоры, архаизмы и историзмы, образы-символы, персонажи, исторический контекст, искажение смысла переводчиками и включение авторской точки зрения.

В процессе создания качественных переводов студенты обращались к научным трудам о «Слове...», разбирались в значениях метафор и символов с целью правильной интерпретации текста. Они актуализировали исторические знания о неудачном походе русских князей на половцев. Филологи встали перед выбором формы перевода (прозы или

поэзии). Так, 70% участников конкурса представили прозаический перевод, поскольку он наиболее точно передает смысл выбранного фрагмента. Остальная часть студентов (30%) отдала предпочтение поэтическому переводу, что помогло сохранить ритмику и создать особую атмосферу для восприятия текста.

В своих переводах студенты заменяли сложные метафоры на более понятные реалии. Например, «синее вино», которое упоминается во сне Святослава, было переведено как «кислое вино с ядом смешанное». Такая замена вызвана непониманием того, что подразумевается под этим понятием в оригинале. Кроме того, участники оставили пояснения к словам, которые не употребляются в современном русском языке. Подобного рода комментарии также способствуют более глубокому осмыслению произведения.

Важной особенностью вольных переводов студентов является установка на передачу предельной точности в изложении смысла. Как правило, отсутствует подмена понятий и искажение авторского замысла. Текст представляется максимально понятным для носителей современного русского языка. При этом передает особенности текста XII века.

Таким образом, научным результатом проведенного конкурса является установление закономерностей стихийной переводческой деятельности студентов, в которой проявляются те же тенденции, что и в предшествующем опыте лингвистов, поэтов, профессиональных переводчиков. Изученный текст является уникальным носителем исторических событий и особенностей эпохи Святослава. Для грамотного перевода необходимо уделить внимания всем аспектам «Слова...», чтобы максимально точно перевести текст с древнерусского на современный русский язык.

#### Литература и источники

1. Костикова, Е. Т. Авторские особенности перевода «Слова о полку Игореве» (на основе материала переводов Д. С. Лихачева и В. А. Жуковского) [Электронный ресурс] / Е. Т. Костикова // Вестник молодых учёных и специалистов Самарского университета. – 2020. – № 2(17). – С. 286-290. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48188648>. (Дата обращения: 20.02.2023).
2. Лихачев, Д. С. «Слово о полку Игореве» и культура его времени / Д. С. Лихачев. – 2-е изд., доп. – Л.: Худож. лит. Ленингр. отд-ние, 1985. – 352 с.
3. Темнухин, В. Б. Проблема стихотворного переложения и современного издания «Слова о полку Игореве» / В. Б. Темнухин // Мир русского слова. – 2014. – № 2. – С. 66-70.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, ст. препод. Иркова А. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 81'25'42**

### СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ РЕАЛИЙ В ПЕРЕВОДАХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ В ЖАНРЕ ФЭНТЕЗИ

*Гордицкая Я. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[yana.gorditskaya.2000@mail.ru](mailto:yana.gorditskaya.2000@mail.ru)

**Аннотация.** В данной статье освещается проблема перевода исторических языковых реалий с английского языка на русский в текстах жанра фэнтези. Статья представляет собой анализ переводческих стратегий, использованных переводчиками В.Беленковичем в романе Кэтрин М. Валенте «Deathless» (2011) и Н.Рокачевской в романе Ханну Райаниemi «Summerland» (2018). Были отобраны слова-реалии, относящиеся к событиям 20-ого века, и

представлена модель их систематизации. Также сделана попытка найти способы передачи понятий отражающих национальный характер русской культуры, учитывая особенности жанра фэнтези и рассмотреть характеристики данного жанра. Представлены основные трудности, с которыми сталкивается переводчик во время перевода текстов, содержащих реалии.

**Ключевые слова:** исторические реалии, способы перевода, фэнтези, национальный колорит, транскрипция, транслитерация

## WAYS TO CONVEY REALITIES IN TRANSLATIONS OF WORKS IN THE FANTASY GENRE

*Gorditskaya Y.V.*

Kemerovo State University

[yana.gorditskaya.2000@mail.ru](mailto:yana.gorditskaya.2000@mail.ru)

**Annotation.** This article highlights the problem of translating historical linguistic realities from English into Russian in fantasy texts. The article analyzed the translation strategies used by translators V. Belenkovich in Catherine M. Valente's novel "Deathless" (2011) and N. Rokachevskaya in Hannu Rayaniemi's novel "Summerland" (2018). We selected words-realities related to the events of the 20th century and presented a model for their systematization. An attempt was also made to find ways to convey concepts reflecting the national character of Russian culture. At the same time, we took into account the features of the fantasy genre and its characteristics. This article presents the main difficulties faced by the translator during the translation of texts containing realities.

**Key words:** historical realities, methods of translation, fantasy, national color, transcription, transliteration

Переводоведение как наука имеет много спорных вопросов, на которые столетиями ищутся ответы. Одним из таких важных вопросов является перевод реалий. Реалии играют большую роль в передаче атмосферы той или иной культуры произведения, поэтому при переводе необходимо правильно передать культурное своеобразие народа посредством языка.

Фэнтези – довольно новое направление в литературе. Временем его становление считается первая половина XX века. Сейчас фэнтези уже полностью сформировалось в самостоятельный жанр со своими чертами и особенностями. Согласно «Большому современному толковому словарю русского языка», жанр фэнтези – один из литературных жанров, сочетающий в себе черты фантастики, сказания, мифа и эпоса. [Ушаков, 2008]. Основываясь на данном определении, можно подчеркнуть, что ключевой характеристикой фэнтези является сочетание в одном произведении элементов фантастического, реалистического и исторического. В настоящее время наблюдается увеличение популярности этнического фэнтези, при этом славянское фэнтези может быть англоязычным, и возникает ситуация, когда произведение, где важную роль играет уникальный национальный дух, создается представителем другой культуры и для представителей другой культуры.

В переводоведении всегда уделялось большое внимание специфике национального языка и переводу реалий, так как при переводе реалий переводчик сталкивается с определёнными трудностями. В общепринятом понимании под реалиями подразумевают понятия, чуждые для других культур, и поэтому переводчику необходимо не только передать смысл, но и сохранить эстетическое воздействие, а также национальное и историческое своеобразие произведения. Подтверждение данной мысли можно проследить в работах болгарских ученых, С. Влахова и С. Флорина, которые первыми изучили термин «реалия». Под реалиями они понимают слова / словосочетания, называющие объекты, характерные для жизни (быта, культуры,

социального и исторического развития) одного народа и чуждые другому. Будучи носителями национального и/или исторического колорита, они, как правило, не имеют точных соответствий (эквивалентов) в других языках, и, следовательно, не поддаются переводу на общем основании, требуя особого подхода [Влахов, 1986, с. 47].

Реалия может переводиться двумя или тремя различными способами, выбранными переводчиком, и все переводы могут быть правильными, если они точно передают значение слова или словосочетания [Ketevan Djachy, 2014]

Наиболее распространенными приемами перевода реалий являются: транскрипция и транслитерация; калькирование; перевод с использованием функционального аналога или приблизительного соответствия; описательный перевод; комбинированный перевод.

Транскрибирование и транслитерирование – ведущие способы при переводе реалий. Они применяются в тех случаях, когда отсутствует эквивалент перевода. Однако большое количество политических и культурных реалий, а также научных терминов переводятся способом калькирования. Калькирование – воспроизведение не звукового состава слова, а перевод по частям английского слова или словосочетания с последующим сложением переведенных частей без каких-либо изменений [Казакова, 2001, с.87].

Когда исходного понятия в принимающей культуре нет, но имеется другое понятие, во многом сходное с первым, используется перевод с использованием функционального аналога или приблизительного соответствия. Этот способ заключается в том, что для обозначения иностранной реалии в языке перевода подбирается понятие, хоть и не совпадающее с исходным, но имеющее с ним значительное семантическое сходство и в известной мере способное раскрыть для получателя перевода суть описываемого явления [Слепович, 2002, с.20].

Рассмотрим примеры перевода языковых реалий, взятых в романах Ханну Райаниemi «Summerland», Кэтрин М. Валенте «Deathless» и их официальный перевод. Оба произведения повествуют о событиях, происходящих в России в первой половине XX века. Ханну Райаниemi сосредотачивает свое внимание на 1938 год, когда происходило соперничество между СССР и Британией. Так как роман принадлежит жанру фэнтези, писателю удалось отразить атмосферу эпохи и органично сочетать фантастические элементы. Кэтрин М. Валенте объединила русскую сказку «Смерть Кощея Бессмертного» с событиями русской революции. Оба романа содержат большое количество культурных элементов в виде реалий-слов, связанных с национальными особенностями русской культуры XX века.

В ходе анализа были выявлены реалии и классифицированы в соответствии с классификацией, предложенной С. Влаховым и С. Флориным. Они были разделены на три категории: географические, этнографические и общественно-политические.

В данных произведениях можно выделить следующие географические реалии: Sevastopol – Севастополь, LakeBaikal – Байкал, Moscow – Москва, Leningrad – Ленинград, Tashkent – Ташкент. Географические реалии, прежде всего, переводятся при помощи транскрипции или транслитерации. Однако, стоит отметить, что при переводе гидронима «LakeBaikal» переводчик посчитала нужным применить прием опущения: хотя Байкал является одним из известных озер в мире, англоязычному читателю все же нужна пояснительная часть «Lake», а русскоязычному – нет.

К этнографическим реалиям можно отнести предметы и вещи, которые связаны с бытовой жизнью советского периода. В качестве примеров можно привести rationcard – продуктовые карточки, samovar – самовар, YoungPioneersscarf – пинерский галстук и т.д. Эти исторические реалии, приметы времени, полностью погружают в атмосферу и передают колорит того времени. Переводчик во многих случаях употребляет прием конкретизации, чтобы позволить и русскому читателю ощутить атмосферу эпохи: coat – шинель, records – пластинки, month'ssalary – месячное жалование.

В романе «Summerland» большее внимание уделяется политике, и поэтому общественно-политические реалии употребляются чаще, чем в романе «Deathless». К таким реалиям относятся, например, White Guard – белая гвардия, Red Army – красная армия, mensheviks – меньшевики. Эту группу слов также можно отнести к советизмам, которые по классификации С. Влахова и С. Флорина относятся к региональным (чужим) реалиям. Данные реалии переведены с помощью транскрипции\транслитерации и калькирования. Некоторые слова, например, mensheviks, транскрибируются так как данные исторические реалии характерны только для русского языка и отсутствуют в английском.

Встречаются также и аббревиатуры известных организаций, такие как ОГПУ – ОГПУ, НКВД – НКВД. Примечательно, что переводчик посчитал нужным не расшифровывать данные аббревиатуры даже при первом употреблении.

На основе вышеперечисленных примеров можно сделать вывод, что транслитерация и транскрипция действительно являются ведущими методами перевода реалий. Перевод реалий представляет сложность для переводчика: в попытке погрузить читателя в языковую атмосферу оригинала с помощью форм переводящего языка, он должен сохранять характер общения автора с читателем как со своим современником, но при этом делать так, чтобы читатель чувствовал, что действие происходит в «старые времена».

#### **Литература и источники**

1. Влахов, С. Непереводимое в переводе. / С. Влахов, С. Флорин. – М.: Международные отношения, 1986. – 360 с.
2. Казакова, Т. А. Практические основы перевода: уч. Пособие / Т. А. Казакова – М.: Союз, 2001 - 320 с.
3. Слепович, В. С. Курс перевода: уч. пособие. / В. С. Слепович. М.: НТООО «ТетраСистемс», 2002 - 272 с.
4. Ушаков, Д. Н. Большой толковый словарь русского языка: современная редакция / Д. Н. Ушаков. – Москва, М.: Дом Славянской кн., 2008. - 959 с.
5. Ketevan, D. Realia as Carriers of National and Historical Overtones / D. Ketevan, M. Pareshishvili // Theory and Practice in Language Studies. – 2014. – Vol. 4, № 1. – PP. 8-14.

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

**УДК 81'25**

#### **ПРИЕМЫ ПЕРЕВОДА КАТЕГОРИИ ГРАММАТИЧЕСКОГО РОДА В КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГРАХ: ДИАХРОНИЧЕСКИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРИАЛЕ ВИДЕОИГР СТУДИИ “FROM SOFTWARE”)**

***Гуменюк В. В.***

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

**Аннотация.** Данная статья посвящена исследованию специфики передачи грамматической категории рода на материале англоязычных компьютерных игр компании “From Software” и их переводов в хронологическом порядке. Целью исследования является анализ игровых реплик, где присутствует обращение к протагонисту, а также выявление основных приемов при передаче слов, указывающих на его пол.

В работе рассматривается явление «локализации», грамматический аспект рода, а также проблема сохранения рода, возникающая во время процесса перевода. На основе проведенного исследования изучается уместность используемых приемов и сохранение изначального смысла, заложенного в оригинальном тексте. Сравнение адаптированного текста с оригинальным позволило выявить улучшение качества перевода и более корректную передачу категории рода от игры к игре.

**Ключевые слова:** локализация, перевод, видеоигра, грамматический род, диахрония, переводческие проблемы.

**TRANSLATION OF GRAMMATICAL GENDER IN VIDEOGAMES:  
DIACRONIC ASPECT  
(BASED ON THE MATERIAL OF THE VIDEO GAMES  
MADE BY “FROM SOFTWARE”)**

*Gumenyuk V.V.*

Kemerovo State University  
vladagumenyuk@mail.ru

**Abstract.** The article studies the specifics of translation of the grammatical gender category while looking at the material of English-language computer games made by “From Software” company and their translations in chronological order. The aim of the article is to examine game phrases, where the protagonist is mentioned, as well as to identify key techniques when adapting words indicating the gender of the main character.

The article explains the term “localization”, grammatical gender and the problem of keeping the correct gender while translating. The research is focused on the relevance of the used techniques and the preservation of the original meaning in the text. Comparison of the adapted text with the original one allows to identify improvements in the quality of the translation and a more correct translation of the gender category from game to game.

**Key words:** localization, translation, video game, grammatical gender, diachrony, translation problems.

За последние десятилетия популярность видеоигр продолжает расти. Все больше и больше людей готовы покупать игры, спрос на этот продукт возрастает во всем мире. Это привело к тому, что для удовлетворения потребностей представителей разных стран и культур разработчики и издатели готовы переводить свои игры на другие языки. Поскольку процесс перевода видеоигр уникален и отличается от обычного перевода, для него используется специальный термин «локализация» [Якунина, Шевченко, 2017, с. 17].

Во время процесса локализации видеоигр переводчики сталкиваются с уникальными для этой сферы трудностями, которые включают в себя и грамматические проблемы [Личный опыт: как стать переводчиком игр и к каким трудностям в работе готовиться, 2022]. Известно, что грамматика английского и русского языков сильно различается во многих аспектах, одним из которых является категория рода. Будучи грамматической категорией, род в русском языке распределяется на три класса – мужской, женский и средний (если говорить про людей, то только на мужской и женский) [Виноградов, 2002]. Однако в английском языке все не так однозначно, поскольку в большинстве случаев у слов нет признаков, указывающих на тот или другой род [Даулетов, 2014, с. 168]. По этой причине во многих игровых диалогах, где нет точного контекста, могут возникнуть проблемы с адаптацией текста. Когда у переводчиков недостаточно необходимой информации для полного понимания деталей, им нужно использовать различные приемы. Часто они стараются изменить предложение так, чтобы формулировка не давала представление о том, к какому полу принадлежит герой, либо перевести сразу два варианта.

На примере трилогии игр “Dark Souls” (2011-2016), “Demon Souls” (2009, 2020) и “Elden Ring” (2022) от студии “From Software” можно наглядно проследить улучшение

качества локализации при переводе обращений к главному герою и героине. В этой серии пол создаваемого игроком персонажа не играет особой роли, однако в контексте игры к нему обращаются другие люди и создания, а потому для меньшей дезориентации желательно адаптировать текст в двух вариантах: мужском и женском.

В “Demon Souls” (2009) есть большое количество примеров, когда сохраняется обращение только к протагонисту мужского пола (нагляднее это проявляется в предложениях, где есть глагол прошедшего времени):

*“You came for Demon Souls?”* – «Ты пришел за душами демонов?»

*“Well, you slipped through the fissure too, did you?”* – «Что ж, ты тоже попал сюда через разлом, не так ли?»

Во фразах был выполнен дословный перевод, все соответствует оригинальной фразе, но, как уже было упомянуто, наличие глагола прошедшего времени при игре за женского протагониста может вызвать диссонанс у играющего, поскольку есть всего один вариант перевода. Если рассматривать локализацию 2020-го года, то там эти моменты были исправлены на более нейтральные:

*“You came for Demon Souls?”* – Ты здесь за душами демонов?» – глагол прошедшего времени “came” был заменен на наречие «здесь».

*“Well, you slipped through the fissure too, did you?”* – «Тебя сюда тоже через разлом занесло?» – в этом случае активное наклонение заменили на пассивное.

На основе проделанных изменений можно сделать вывод, что локализация 2020-го года сделана с большим пониманием контекста, чем локализация 2009-го.

Однако стоит вернуться к “Dark Souls” (2011). Это была первая игра студии, для которой сделали официальную локализацию. Ее качество было лучше, чем у “Demon Souls” 2009-го года, однако присутствовали и недочеты, на которые нужно обратить внимание.

Опять же, во многих примерах ошибки встречаются там, где в оригинальной фразе говорится о прошлом:

*“Ahh, where did you come from?”* – «А, откуда ты появился?»

*“What weapons have you brought?”* – «Что за оружие ты мне принес?»

*“Hmm, you still have your senses about you?”* – «Хм-м, ты все еще сохранил разум?»

Как и случае с “Demon Souls”, мы можем видеть дословный перевод с небольшими изменениями, где были сохранены все необходимые элементы, однако из-за этого не удалось передать грамматическую категорию рода.

Во второй части трилогии, вышедшей в 2014 году, все еще присутствует лишь один вариант перевода, опирающийся на мужского персонажа. Чаще всего обращение строится с помощью местоимения «ты» и глагола настоящего времени, либо повелительного наклонения. Примеры, когда к персонажу женского пола обращаются в мужском роде, встречаются часто на протяжении всего прохождения:

*“Then accept the fate of your ilk, and face the trials that await you. Unless, you have already joined the crestfallen.”* – «Тогда раздели судьбу своего рода и прими ждущие тебя испытания. Если ты еще не пал духом...». Фразу “joined the crestfallen” перевели как «пал духом», что можно считать адекватным переводом. Однако использованный в прошедшем времени глагол «пасть» однозначно дает понять, человеку какого пола адресована фраза.

Это можно пронаблюдать в примерах не только с глаголами, но и другими частями речи, у которых есть род в русском языке:

*“Don’t just go haplessly wandering about”* – «Будь осторожен, когда туда пойдешь». Здесь можно увидеть довольно много грамматических и лексических замен, которые отчасти изменяют изначальный смысл фразы. Также переводчики использовали прилагательное «осторожен», которое перевели с учетом лишь мужского обращения.

*“Bearer of the curse, if you are to be the next monarch”* – «Возможно, ты будешь следующим, кто взойдет на престол...». Причиной некорректной адаптации стало прилагательное «следующий», которое перевели дословно и не перефразировали.

*“Great Sovereign, take your throne”* – «Славный государь, займи свой трон».

В данном примере слово “Sovereign” перевели эквивалентом, не имеющим женский род. Выбранный вариант «Государь» подходит, однако если брать «Государыня» для обращения к женской героине, то оно может быть воспринято не настолько величественно в сравнении с первым вариантом, поскольку одно из его значений – это жена государя.

Тем самым, в “Dark Souls II” в локализации нет примеров, где обращение к протагонисту женского пола было бы передано корректно, с учетом категории рода.

“Dark Souls III” (2016) стала первой игрой, где есть перевод фразы с обращением к персонажу женского пола:

*“You haven't given up yet? Then you're a brasher lad/lass than I thought”* – «Ещё не сдался? Значит, ты не такой хрупкий паренёк, как я думал / Ещё не сдалась? Значит, ты не такая хрупкая девица, как я думал». В этом примере, переводчики могли опереться на то, что в оригинальной версии также присутствуют два варианта фразы, с разными обращениями.

Однако в игре встречаются реплики, которые были переведены дословно, из-за чего женский род снова не указывается. К счастью, таких примеров намного меньше по сравнению с прошлыми частями серии:

*«A-a, ещё один очнулся от бесконечного сна смерти?»* – *“Ahhh, another one, roused from the sleep of death?”*. У словосочетания “another one” не так много вариантов перевода, а поэтому сложно было бы перевести эту фразу, не обозначив пол того, кому адресовано обращение.

Следующей и пока последней игрой студии с возможностью выбора персонажа стала “Elden Ring” (2022). Локализация этой игры, несмотря на ее объем, пока что является самой качественной из всех продуктов “From Software”.

Как и в “Dark Souls III”, здесь присутствует два варианта перевода, в зависимости от пола главного героя, однако тут таких примеров можно найти гораздо больше:

*“I'd heard tell of a Tarnished hurtling about atop a spectral steed”* – «Я слышала рассказы о некой Погасшей, мчащейся верхом на призрачном скакуне / Я слышала рассказы о некоем Погасшем, мчащимся верхом на призрачном скакуне». Несмотря на то, что фраза одна, ее перевели с учетом пола главного героя, сделав два варианта.

*“A true man of reason / A true lady of reason”* – «Слова истинно мудрого мужа / Слова истинно мудрой дамы». В оригинальном тексте присутствует уже две версии одной фразы, и они обе были переведены корректно.

Еще одним приемом стало обобщение. Это значит, что есть всего один вариант перевода, но по нему нельзя сказать, говорят это женщине или мужчине:

*“Well, finally come around, have you? I knew you would. You're a lady/man of reason, through-and-through”* – «Ну наконец до тебя дошло? Я и не сомневался. Ты исключительно разумный человек» – слова “lady/gentleman” были заменены на генерализированное «человек», что не искажает изначальный смысл фразы.

Из приведенных примеров видно, что при локализации более старых игр больший упор делался на перифраз и выбор более обобщенных выражений вместо перевода двух вариантов (мужского и женского). К сожалению, не все из них были адаптированы, поэтому в некоторых случаях к персонажу женского пола все-таки обращаются в мужском роде. Однако видна положительная тенденция – “Dark Souls III” стала первой игрой, где были можно найти примеры с двумя вариантами перевода и минимальное количество некорректно адаптированных фраз. Последняя вышедшая игра студии, “Elden Ring”, продолжает эту тенденцию, благодаря чему у игроков не возникает диссонанса при прохождении за женского персонажа.

#### Литература и источники

1. Виноградов, В. А. Род [Текст] / В. А. Виноградов // Лингвистический энциклопедический словарь; гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Научное издательство «Большая Российская энциклопедия», 2002. С. 417–418.

2. Даулетов, А. С. Ономазиологические аспекты выражения категории рода в англоязычном тексте и тексте его русского перевода // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2014. С. 167–181.
3. Якунина, В.Г., Шевченко, Е.В. Лингвоиндустрия, локализация и перевод / В.Г. Якунина, Е.В. Шевченко // Наука без границ. - 2017. - Вып. 6 (11). - С. 16-20.
4. Личный опыт: как стать переводчиком игр и к каким трудностям в работе готовиться [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://netology.ru/blog/05-2022-localizer> (дата обращения: 19.03.2023).

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент кафедры романо-германской филологии Ермолаева Е. Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 81'25**

## **ЛОКАЛИЗАЦИЯ РОЛЕВЫХ ВИДЕОИГР: ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОДХОД**

**Жданова В. А.**

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[zhdanova.01@yandex.ru](mailto:zhdanova.01@yandex.ru)

**Аннотация.** В данной статье исследуются особенности адаптации игровых продуктов, а также зависимость локализации от лингвопрагматических особенностей, на примере игр жанра РПГ "DragonAge2" и "The ElderScrollsV: Skyrim". Целью исследования является выявление закономерности между лингвопрагматическими особенностями ПЯ и локализацией. К объектам исследования можно отнести: локализацию фразеологизмов, сленга и идиоматических выражений.

В работе рассматривается такой лингвистический феномен, как культурная база, ее влияние на локализацию видеоигр, а также проблема сохранения и передачи смысла оригинала. Результатом исследования является доказательство связи между лингвопрагматикой и локализацией.

**Ключевые слова:** локализация, лингвопрагматические особенности, РПГ, идиомы, сленг, фразеологизмы.

## **LOCALIZATION OF ROLE-PLAYING VIDEO GAMES: LINGUOPRAGMATIC APPROACH**

**Zhdanova V. A.**

Kemerovo State University

[zhdanova.01@yandex.ru](mailto:zhdanova.01@yandex.ru)

**Abstract.** This article explores the adaptation of video game products, as well as the dependence of localization on linguopragmatic features, using the example of RPG games such as "Dragon Age 2" and "The Elder Scrolls V: Skyrim". The aim of the study is to identify the relationship between the linguopragmatic features of the source language and its localization. The objects of the study include the localization of phraseological units, slang, and idiomatic expressions.

The article also discusses the linguistic phenomenon of cultural background, its influence on video game localization, and the problem of preserving and conveying the original meaning. The result of the study is the proof of the connection between linguopragmatics and localization.

**Key words:** localization, linguopragmatic features, RPG, idioms, slang, phraseological units.

В современном мире видеоигры переводятся на множество языков, что создает необходимость в тщательной работе переводчиков и локализаторов. Ролевые видеоигры являются одними из самых популярных жанров в игровой индустрии, и их популярность неуклонно растет.

РПГ (RPG) - это сокращение от английского термина "Role-Playing Game", что в переводе на русский язык означает «ролевая игра». РПГ - это жанр компьютерных игр, в которых игроки берут на себя роль персонажа и управляют им в виртуальном мире. Обычно в РПГ есть система прокачки персонажа, выполнение квестов и битвы с врагами. Основной акцент в РПГ делается на развитии персонажа и его способностей, а также на сюжетной линии и мире игры [Carbonell, Badia, 2018, p. 148-170].

Локализация ролевых видеоигр (РПГ) является сложным процессом, который требует учета многих факторов. РПГ часто имеют глубокий и сложный сюжет, который включает в себя много диалогов, описаний локаций и персонажей, а также игровые элементы, такие как интерфейс и меню [Локализация ролевых видеоигр: лингвопрагматический подход, 2018].

Одной из особенностей локализации РПГ является учет лингвопрагматических особенностей целевой аудитории. Например, игры, разработанные для западной аудитории, могут содержать элементы культуры, которые могут вызвать недопонимание у русскоязычной аудитории. Такими элементами культуры являются фразеологизмы, сленговые и идиоматические выражения. Целью локализации лингвопрагматических особенностей является сделать игру доступной и понятной для целевой аудитории [Garcia, 2019, p. 201-214].

Одним из примеров локализации, основанной на лингвопрагматических особенностях ПЯ, является сюжетное задание из игры "DragonAge 2"- "BaitandSwitch". В оригинале данное выражение используется как фразеологическое. Дословно переводится как «замани и подмени». Несмотря на то, что в оригинале название данного квеста в полной мере передает суть задания, русскому игроку его смысл будет непонятен из-за отсутствия ассоциативной базы. В связи с этим, локализаторам пришлось прибегнуть к поискам аналогового выражения, которое смогло бы в полной мере компенсировать смысл оригинала. Таким выражением стала фраза «Бесплатный сыр», которая ассоциативно понятна игроку и в полной мере передает смысл сюжетного задания.

Для передачи некоторых культурных особенностей языка оригинала требуется глубокое понимание контекста [Mangiron, O'Hagan, 2006, p. 306-322]. Как принято, такими культурными особенностями являются идиомы, чаще всего появляющиеся в диалогах между персонажами. Например, в диалоге между главным героем, Хоуком, и его спутницей, Изабеллой. Рассмотрим оригинальный текст и его официальную локализацию:

*Hawke/Хоук: "What'sthereasonforthemrequestingme?" – «И почему на меня столько всего навалилось?»*

*Isabella/Изабелла: "Idon'tknow. Mustbesomethinginthewater." – «Не знаю. Должно быть, это какой-то заговор».*

Фраза "must be something in the water" в переводе с английского языка означает, что в данной ситуации происходит что-то необычное или странное. Часто эту фразу используют для объяснения странного поведения людей. В целом, данное выражение подразумевает, что причина данного поведения лежит в чем-то незримом и неуловимом, что происходит среди них. Эквивалентом данной фразы является русское выражение «что-то в воздухе». Однако, в зависимости от контекста, смысл выражения может изменяться, что и произошло в русской локализации.

Следующим примером, показывающим другой лингвопрагматический аспект – сленг [O'Hagan, 2011, p. 269-292] – является сюжетное задание из игры "TheElderScrollsV: Skyrim" – "TakingCareofaBusiness". В данном задании игроку предстоит «выбивать долги» из неудобных для «Гильдии Воров» персонажей. Дословно задание можно перевести как «Забота о бизнесе», что в контексте игры является аутентичным и не противоречит смыслу

оригинала, однако в официальной локализации данный квест называется «Надежная крыша». Данное название в полной мере выполняет одну из основных целей лингвопрагматической локализации: упрощает восприятие игроком информации, дает полное представление о сюжетном задании, а также вызывает у игрока ассоциацию, которая отсылает его в 90-е годы, СССР, когда воровской жаргон был распространен.

В заключении можно отметить, что локализация ролевых видеоигр - это сложный и многогранный процесс, включающий в себя множество аспектов, среди которых важное место занимают лингвопрагматические особенности. На основе анализа примеров из игр "The Elder Scrolls V: Skyrim" и "DragonAge 2", можно сделать вывод, что учет культурной базы, использование адекватного перевода фразеологизмов, сленга и идиоматических выражений, а также сохранение и передача исходного смысла оригинала являются ключевыми аспектами успешной локализации ролевых видеоигр. Однако, следует учитывать, что каждый случай локализации уникален, и требует индивидуального подхода и анализа.

#### **Литература и источники**

1. Локализация ролевых видеоигр: лингвопрагматический подход // Научная библиотека Пермского государственного технического университета. [URL: http://elib.psu.ru:8080/jspui/bitstream/PSU/21062/1/2018\\_Klyueva\\_NV.pdf](http://elib.psu.ru:8080/jspui/bitstream/PSU/21062/1/2018_Klyueva_NV.pdf) (дата обращения: 04.03.2023)
2. Carbonell, M., Badia, T. The translation of humor in video games: A linguistic and pragmatic analysis. // The Journal of Specialised Translation. - 2018. - №29. - p. 148-170.
3. Garcia, L. Cultural adaptation in video game localization: A case study of The Legend of Zelda: Breath of the Wild. // Perspectives: Studies in Translation Theory and Practice. - 2019. - №27(2). - p. 201-214.
4. Mangiron, C., O'Hagan, M. Game localization: Unleashing imagination with "restricted" translation // Perspectives: Studies in Translatology. - 2006. - №14(4). - p. 306-322.
5. O'Hagan, M Localisation: Challenges and opportunities for translation studies // The Interpreter and Translator Trainer. - 2011. - №5(2). - p. 269-292.

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

**УДК УДК 81'25'42**

### **СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ЭВФЕМИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ**

***Каруковец Н. С.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Настоящая статья посвящена изучению эвфемизмов, функционирующих в политическом дискурсе английского и русского языков. В качестве примеров приводятся эвфемизмы, встречающиеся в политических статьях известных иностранных журналов и в выступлениях премьер-министров Великобритании. При передаче с одного языка на другой значений этих эвфемизмов чаще всего возникают трудности, что объясняется тем, что эвфемизм по природе своей экстралингвистичен, универсален и нейтрален. Исходя из этого, на основе существующих классификаций была составлена новая классификация, включающая наиболее распространенные методы их перевода. К ним относятся: калькирование, добавление, описательный перевод, уподобляющий перевод и подбор аналога.

**Ключевые слова:** политический дискурс, политкорректность, эвфемизм, политический эвфемизм, особенности перевода, приемы перевода.

## TRANSLATION TECHNIQUES OF EUPHEMISMS IN MODERN ENGLISH AND RUSSIAN POLITICAL DISCOURSE

*Karukovets N. S.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** The article is devoted to the euphemisms of Russian and English political discourses. They are mainly drawn from the political articles published in the famous foreign magazines and the speeches of British Prime Ministers. Translating these political euphemisms is a challenge for translators as they are extralinguistic, universal, and neutral. According to it, a new classification of the most common translation techniques has been made up on the basis of existing ones. The classification includes such methods as calques, compensation, descriptive translation, adaptation, and analogues.

**Key words:** political discourse, political correctness, euphemism, political euphemism, translation features, translation techniques.

В последние десятилетия в связи с широким распространением явления политкорректности, исключаящей любого рода дискриминацию, особый интерес для лингвистов стали представлять эвфемизмы. Под эвфемизмом принято понимать слово, которое используется для замены неприятного выражения на относительно более приемлемое [Гальперин, 1958]. Как показало исследование, на сегодняшний день не существует единого определения понятия «эвфемизм», что связано с многогранностью данного явления. Однако во многих дефинициях подчеркивается его экстралингвистический характер. Именно наличие лингвистического, психического и социального аспектов, согласно А.М. Кацеву, в основе значения эвфемизма является препятствием для адекватной передачи его смысла на иностранный язык [Кацев, 1988]. К другим особенностям эвфемизма, затрудняющим его перевод, относят его нейтральность и универсальность.

В результате исследования было сформулировано определение «политический эвфемизм». Под политическим эвфемизмом понимается эвфемизм, функционирующий в текстах политической коммуникации и использующийся с целью сокрытия неприятных сторон действительности [Москвин, 2001]. Кроме того, были выявлены основные приемы перевода политических эвфемизмов с английского языка на русский: *калькирование, добавление, описательный и уподобляющий перевод, а также подбор аналога.*

*Калькирование* является наиболее распространенным методом перевода политических эвфемизмов и имеет место только в тех случаях, когда в объеме значения слова отсутствуют различные культурные оттенки значений. В тексте статьи *The Economist*, посвященной международной политике, обнаруживается эвфемизм: *Georgia is drifting into the Kremlin's orbit* [The Economist, 2023], который употребляется вместо прямой номинации *to be under control of something or somebody*. Таким образом, британское правительство завуалированно говорит о том, что в международном конфликте Грузия придерживается точки зрения России. Следовательно, возможный перевод данного эвфемизма будет следующим: *Грузию затягивает в орбиту Кремля* [ИноСМИ, 2023].

Помимо калькирования, переводчики часто прибегают к такому приему, как *добавление*. Использование данного метода зависит от лексических и словообразовательных возможностей контактирующих языков, ср.: *So there is always a parking space for your electric car, so that no bin goes unemptied, no street unswept, and the urban environment is as antiseptic as a Zurich pharmacy* [Johnson, 2019]. В данном предложении из речи бывшего премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона

приведен пример использования эвфемизма *to be as antiseptic as a Zurich pharmacy*, употребленного вместо *not dirty*. В состав эвфемизма входит название швейцарского города, что может вызвать вопросы, поскольку связь между цюрихскими аптеками и улицами Великобритании не выражена эксплицитно. Дело в том, в Швейцарии хорошо развита система здравоохранения, особенно система аптечных учреждений, отличающихся своей стерильностью. Следовательно, политик завуалированно говорит о том, что сейчас на улицах Великобритании не так уж чисто, но в будущем станет также чисто как в аптеках Цюриха. Как следствие, для усиления прагматического и эвфемистического эффекта высказывания на русском языке необходимо ввести дополнительные слова, ср.: *Ни одна мусорная корзина не останется неочищенной, ни одна улица не останется не подметенной. А городская среда станет такой же безукоризненно чистой, как аптека в Цюрихе* [ИноСМИ, 2019].

Еще одним приемом, который активно используется при переводе эвфемизмов, является *описательный перевод*. Он применяется в тех случаях, когда в объеме значения эвфемизма присутствуют различные культурные оттенки значений, и поэтому для передачи значения данного эвфемизма с английского языка на русский недостаточно просто подобрать аналог, необходимо дать объяснение, ср.: *In fact it was standard poetic practice to curse the protos heurètes* [Johnson, 2019]. Как можно заметить, в данном предложении присутствует эвфемизм греческого происхождения *the protos heurètes*, маскирующий отрицательное отношение общества к первооткрывателям. Однако без знаний греческого языка невозможно это эксплицитировать, соответственно, перевод должен быть объясняющим, ср.: *На самом деле стандартом поэтической практики было ругать и проклинать первооткрывателей — тех людей, которые совершали научные или технические открытия* [ИноСМИ, 2019].

Следующий прием перевода – *уподобляющий перевод*. Он осуществляет адаптацию переводимого элемента к культуре переводящего языка (ПЯ), ср.: *Then-House Minority Leader Kevin McCarthy said in October that House Republicans would not provide a “blank-check” for support of Ukraine if his party took control of the House — which it did* [The Hill, 2023]. В этом примере употребляется эвфемизм *blank-check*, который смягчает негативный эффект высказывания лидера меньшинства в палате представителей, Кевина Маккарти. Согласно этимологическому словарю, выражение *blank-check* является калькой французского выражения *la carte blanche*. Однако при переводе на русский язык данный эвфемизм был адаптирован к культуре русского языка, сохранившего связь с первоисточником данного выражения. И, как следствие, в переведенном предложении использовано карт-бланш, а не калька данного эвфемизма с английского, ср.: *В октябре тогдашний лидер меньшинства в палате представителей Кевин Маккарти заявил, что республиканцы не станут предоставлять "карт-бланш" в вопросе помощи Украине, если его партия получит контроль над палатой, как позже и произошло* [ИноСМИ, 2023].

К выше перечисленным способам перевода следует отнести и *подбор аналога*. Этот метод обычно используют, когда в исходном языке (ИЯ) в качестве эвфемизма выступает фразеологизм, ср.: *We cannot be complacent – the fate of Ukraine hangs in the balance* [Truss, 2022]. Так, в этом предложении из речи бывшего премьер-министра Великобритании Лиз Трасс употребляется фразеологизм *to hang in the balance*, маскирующий критическое состояние Украины. При переводе на русский язык переводчик счел нужным сохранить эвфемистический эффект и использовал фразеологизм *висеть на волоске*: *Мы не можем успокаиваться — судьба Украины висит на волоске* [ИноСМИ, 2022].

В нижеприведенном предложении встречается фразеологизм *carrots and sticks*, который в данном контексте также выполняет эвфемистические функции, ср.: *We took progress for granted instead of applying the necessary carrots and sticks* [Truss, 2022]. На том основании, что в русском языке существует аналог данного фразеологизма, дан перевод: *Мы воспринимали прогресс как должное вместо того, чтобы применять необходимые кнуты и пряники* [ИноСМИ, 2022].

Проведенное исследование показало, что при передаче значений политических эвфемизмов переводчики чаще всего прибегают к таким приемам, как калькирование, дополнение, описательный и уподобляющий перевод, а также подбор аналога. Также стоит отметить, что при переводе неизбежны прагматические и содержательные потери, поэтому целью работы переводчика является минимизация данных потерь, что возможно только при одновременном рассмотрении нескольких приемов перевода.

### Литература и источники

1. Гальперин, И. Р. Очерки по стилистике английского языка. М., 1958. С. 79-80.
2. Кацев, А. М. Языковое табу и эвфемия. Л., 1988. С. 5-7.
3. Москвин, В. П. Эвфемизмы: системные связи, функции и способы образования // Вопросы языкознания. М., 2001. С. 58-70.
4. ИноСМИ.py: inosmi.ru
5. Georgia is drifting into the Kremlin's orbit // The Economist. URL: <https://www.economist.com/europe/2023/01/31/georgia-is-drifting-into-the-kremlins-orbit> (дата обращения: 24.02.2023).
6. Johnson B. PM speech to the UN General Assembly // GOV.UK. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-speech-to-the-un-general-assembly-24-september-2019> (дата обращения: 24.03.2023).
7. Neukam S. More Americans believe US provides too much support to Ukraine // The Hill. URL: <https://thehill.com/policy/defense/3837911-more-americans-believe-us-provides-too-much-support-to-ukraine/> (дата обращения: 24.02.23).
8. Truss L. The Return of Geopolitics: Foreign Secretary's Mansion House Speech at the Lord Mayor's 2022 Easter Banquet // GOV.UK. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/foreign-secretarys-mansion-house-speech-at-the-lord-mayors-easter-banquet-the-return-of-geopolitics> (дата обращения: 24.02.2023).

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

**УДК 81'25**

## МЕТОДЫ РАБОТЫ ПЕРЕВОДЧИКОВ-ЛОКАЛИЗАТОРОВ

*Комарова А. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[39sweetdevil@mail.ru](mailto:39sweetdevil@mail.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию методов работы переводчиков-локализаторов. Данная тема интересна тем, что в связи с популяризацией компьютерных игр переводчики-локализаторы становятся более востребованными, поскольку для полного погружения в сюжет игры пользователи должны понимать язык интерфейса и текста. Данным аспектам переводческой деятельности сейчас уделяется большое внимание. В статье рассматривается история локализации компьютерных игр, а также выявлена разница между понятиями «перевод» и «локализация». Для достижения поставленной цели анализируются различные виды и методы работы переводчиков, такие как машинный перевод, коллективный перевод, перевод силами фрилансеров и профессиональный переводы. Также описаны типы локализации: «коробочная», текстовая, с озвучкой, графическая и глубокая локализации.

**Ключевые слова:** игры, перевод переводческие проблемы, методы перевода, локализация, типы локализации

## THE METHODS OF WORK OF INTERPRETERS-LOCALIZERS

*Komarova A.A.*

Kemarovo State University

[39sweetdevil@mail.ru](mailto:39sweetdevil@mail.ru)

**Summary.** The article is devoted to the study of the methods of work of translators-localizers. This topic is interesting because in connection with the popularization of computer games translators-localizers are becoming more in demand, because for a better immersion in the story of the game, users must fully understand the language of the interface and text. A lot of attention is now being paid to this work. The history of localization of computer games is examined, and the difference between the concepts of “translation” and “localization” is revealed. To achieve the goal, we analyze different types and methods of translators’ work, such as machine translation, collective translation, translation by freelancers, and professional translation. Different types of localization are also described: “boxed”, text, voice-over, graphical, and in-depth localization.

**Keywords:** games, translation, translation problems, translation methods, localization, types of localization

В наши дни видеоигры являются неотъемлемой частью медиакультуры, а соответственно, и жизни большого количества молодежи. С каждым днем люди интересуются играми все больше, но поскольку компьютерные игры зачастую производятся за границей, их нужно локализовать для каждого отдельного региона, что и делают переводчики-локализаторы. К работе переводчика добавились новые задачи, такие как, изучение игрового сленга.

Видеоигра (англ. videogame) — игра с использованием изображений, сгенерированных электронной аппаратурой. Другими словами, видеоигра является электронной игрой, которая базируется на взаимодействии человека и устройства посредством визуального интерфейса, например, телевизора или монитора компьютера [Сайт «Карта слов»].

В результате исследования можно поэтапно описать работу переводчика-локализатора, но для начала нужно развести понятия «перевод» и «локализация». Локализация — процесс адаптации игры культур другой страны. Локализация может включать в себя озвучку, перерисовку и локализационное тестирование. Локализатор — переводчик, который выполняет профессиональный перевод всего внутриигрового текста. Согласно международной ассоциации стандартизации в области локализации (The Localisation International Standards Association) локализацией следует считать культурную и лингвистическую адаптацию продукта для той целевой аудитории (страны, региона, языкового ареала), которая будет использовать данный продукт» [Якунина, Шевченко, 2017, с. 16].

Первой локализацией компьютерных игр в России занимались так называемые «пираты» в 1990х годах. Пираты — лица, которые незаконно занимаются распространением информации в сети интернет. Они брали файлы игры, вынимали оттуда всю текстовую информацию и зачастую просто использовали машинный перевод, однако очень редко находились энтузиасты, которые проявляли творческий подход к переводу.

В начале 2000х годов начали появляться профессиональные локализаторы игр, занимающиеся официальным распространением продукта на территории Российской Федерации.

Многие считают, что локализация — это просто перевод внутриигрового текста, однако это в корне не так. Перевод является неотъемлемой частью локализации, но на этом процесс не заканчивается, поскольку текст нужно отредактировать и адаптировать. Перевод — вид языкового посредничества, при котором на языке перевода создается текст,

коммуникативно равный оригиналу. Таким образом, получается, что локализация включает в себя перевод и адаптацию этого перевода для реципиентов (в нашем случае это игроки).

Работа локализатора компьютерных игр начинается с ознакомления с Lockit (Localization Kit) или документацией для локализации. Документация для локализации — это файлы и документы, необходимые для перевода с учётом всех особенностей продукта. Lockit включает в себя: глоссарий терминов, предыдущие переводы, файлы, предоставляющие информацию о самом продукте, шрифты, видео, звуковые дорожки и довольно редко ранний билд (сборка, версия) самой игры.

Основной проблемой для локализаторов компьютерных игр является то, что они не всегда видят то, что они переводят, поскольку Lockit представляет собой таблицу с текстом и без определенного контекста или связи с разработчиком не всегда можно понять, как переводить то или иное предложение.

Существует несколько методов работы переводчиков-локализаторов [Сайт [habr.com](http://habr.com)]:

1.Машинный перевод. Преимущество данного метода в том, что он является самым быстрым и дешевым, однако недостатки этого метода перевешивают его низкую стоимость. В нем нет творческого подхода переводчиков, все достаточно дословно. Этот метод категорически не подходит для перевода видеоигр.

2.Краудсорсинговый (коллективный) перевод. С недавних пор стал одним из самых популярных методов перевода, поскольку никто не знает игру лучше, чем сами игроки. Этот метод подразумевает вовлечение в перевод местного сообщества игроков (например, через Discord или Reddit). Однако игроки зачастую не являются квалифицированными переводчиками, поэтому им не хватает профессиональных навыков.

3.Перевод силами фрилансеров. Такой подход довольно часто используют небольшие издатели игр. Они нанимают фрилансеров. Но такой метод содержит большое количество рисков, ведь самозанятый не является частью команды, он может быть не посвящен в работу, его навыки в сфере перевода компьютерных игр могут быть довольно низкими.

4.Профессиональная локализация. Это сотрудничество с агентством по локализации, которое позаботится не только о переводе текста, но и об управлении самим процессом. Работа с агентством даёт немало преимуществ: высокое качество перевода, наличие всех необходимых специалистов, необходимые инструменты для работы.

Выделяют следующие типы локализации [Сайт [habr.com](http://habr.com)]:

1. «Коробочная» локализация. Это самый поверхностный тип локализации в котором переводят текст с коробки или текст и скриншоты со страницы в онлайн магазине. Также может переводиться мануал в коробке игры.

2.Текстовая локализация: переводится весь текст в игре — интерфейс, субтитры, хотя озвучка при этом не затрагивается.Довольно ярким примером являются игры от “Rockstar Games”. В таких играх как “GTA” и “Red Dead Redemption” переводчики намеренно не занимались озвучкой, поскольку потерялся бы весь шарм от лексики и произношения героев разного социального статуса.Однако многие игроки не жалуются на подобный тип локализации, ведь в таких динамичных играх не всегда возможно вчитываться в субтитры

3.Локализация с озвучкой. В подобном типе локализации все переведенные диалоги озвучиваются профессиональными актерами.

4.Графическая локализация. Графическая локализация — это углубленная текстовая локализация, поскольку переводится все, вплоть до надписей на стенах и пометок в дневнике героя.

5.Глубокая локализация. Это культурная адаптация всей игры для определенного рода. В ходе глубокой локализации может изменяться сюжет, герои, модели персонажей. Такой тип локализации встречается достаточно редко,хотя известны случаи, когда игры изменялись довольно сильно.“Nier Replicant” существует в двух версиях - японской и

европейской. В японской версии игры сюжет повествует о путешествиях брата и сестры, в то время, как сюжет европейской версии повествует о путешествиях отца и дочери. Поскольку издателям показалось, что игроки не поймут таких взаимодействий между братом и сестрой, для европейского региона было решено заменить модель главного героя на более взрослую версию и переписать сюжет для воплощения данной идеи.

Таким образом, по результатам исследования был сделан следующий вывод: работа переводчика-локализатора заключается не только в переводе текста из игры, она должна соответствовать поставленной перед ним задаче — простоперевод названия игры или же глубокая локализация с изменением персонажа и сюжета.

#### **Литература и источники**

1. Якунина, В. Г., Шевченко, Е. В. Лингвоиндустрия, локализация и перевод // Наука без границ. 2017. - № 6(11).

2. <https://kartaslov.ru/значение-слова/видеоигра>

3. <https://habr.com/ru/companies/alconost/articles/527292/>

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент кафедры романо-германской филологии Ермолаева Е. Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 81'322.4**

### **РАЗВИТИЕ СИСТЕМ МАШИННОГО ПЕРЕВОДА И ПОСТРЕДАКТИРОВАНИЯ**

*Присакарь К. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[kseniaprisakar21@gmail.com](mailto:kseniaprisakar21@gmail.com)

**Аннотация.** В настоящей статье рассматриваются некоторые вопросы, связанные с тех нологиями машинного перевода, и особенности машинного перевода научного текста. Машинный перевод имеет долгую историю развития. В настоящий момент системы машинного перевода используются повсеместно как переводчиками-профессионалами, так и теми, кому по той или иной причине необходимо получить перевод текста с одного языка на другой. Машинный перевод имеет большое количество преимуществ, а именно: скорость, доступность, простота в использовании, универсальность и отсутствие затрат. Однако, эта технология не лишена и недостатков, среди которых основным является большое количество ошибок. По этой причине набирает популярность профессия постредактора – человека, который улучшает качество текста, получившегося в результате процесса автоматического перевода. Для более качественной работы постредактора необходимо выявить типичные переводческие ошибки и определить стратегии их ликвидации.

**Ключевые слова:** машинный перевод научного текста, постредактирование машинного перевода, история машинного перевода, преимущества машинного перевода, недостатки машинного перевода, переводческие ошибки.

### **MACHINE TRANSLATION SYSTEMS AND POST-EDITING**

*Prisakar K. I.*

Kemerovo State University

[kseniaprisakar21@gmail.com](mailto:kseniaprisakar21@gmail.com)

**Abstract.** This article discusses issues related to machine translation technology. Machine translation has a long history of development. Nowadays, machine translation systems are widely used by both translators and those who need to translate a text from one language to another for whatever reason. Machine translation has many advantages, namely, quickness, accessibility, ease of use and low cost. However, this technology has its disadvantages, mainly a large number of errors. For this reason, the profession of a post-editor, a person who improves the quality of an automatically translated text, is gaining popularity. In order to improve the quality of post-editing, it is necessary to identify translation errors and work out strategies for eliminating them.

**Keywords:** machine translation of scientific text, machine translation post-editing, history of machine translation, advantages of machine translation, disadvantages of machine translation, translation errors.

Уже на протяжении долгого времени люди задумывались о способе, который помог бы разрушить языковой барьер. Неоднократно предпринимались попытки разработать технологию, которая позволила бы понимать иностранные языки, не изучая их. Тем не менее, первые значительные успехи в области разработки подобных технологий перевода с одного языка на другой были достигнуты лишь в 30-х годах XX века и были связаны с изобретением первых компьютеров.

В 1933 году возникла идея машинного перевода – перевода текста с одного естественного языка на другой при помощи компьютерной программы. Советский ученый П. П. Троянский получил авторское свидетельство на «машину для подбора и печатания слов при переводе с одного языка на другой или на несколько других одновременно» [Семенов, 2008]. Однако, изобретение Троянского было на долгое время забыто. Только в середине XX века, после усовершенствования систем вычислительной техники, исследования в области машинного перевода стали быстро развиваться. В 1949 году американский ученый Уоррен Уивер сформулировал концепцию машинного перевода в своей работе «Translation». Уивер рассматривал перевод как процесс декодирования информации с исходного языка на язык перевода. Другим важным событием в развитии автоматического перевода стал Джорджтаунский эксперимент, который был проведен в Нью-Йорке 7 января 1954 года. В тот день компьютер впервые перевел шестьдесят предложений с русского языка на английский. Эксперимент дал мощный толчок развитию технологий машинного перевода. Тем не менее, этот проект вызвал неоднозначную оценку со стороны ученых, так как несмотря на высокие затраты на разработку систем машинного перевода, перевод, выполняемый автоматически, не был качественным. Первые системы машинного перевода, созданные в период с 40-х по 60-е годы XX века, характеризуются стратегией прямого перевода, при которой слово на исходном языке заменяется на его словарный эквивалент в языке перевода [Воронович, 2013]. В этот период не были созданы промышленные системы машинного перевода.

Позже, благодаря значительному прогрессу в компьютерных технологиях и всестороннему развитию теории машинного перевода, появились трансферные системы машинного перевода. Эта стратегия перевода предполагает анализ грамматической структуры текста оригинала, ее перевод на грамматическую структуру языка перевода и последующую генерацию текста на языке перевода. Трансферные системы позволяют получить достаточно точный перевод [Головко, 2020].

Поскольку стратегия прямого перевода подвергалась критике, появились интерлингвистические системы. Особенностью этих систем является то, что в переводе исходный текст преобразуется в промежуточный язык – интерлингву, которая имеет дело с абстрактным пониманием текста, независимым от грамматик языков оригинала и перевода. Интерлингвистические системы выдают относительно качественный перевод [Головко, 2020].

За последние несколько десятилетий технологии машинного перевода шагнули еще дальше. В 2016 году была представлена система нейронного машинного перевода, использующая искусственную нейронную сеть для повышения точности перевода. Основной чертой нейронной сети является ее постоянная самообучаемость и возможность использовать полученные знания для повышения качества перевода [Головкин, 2020].

В настоящее время системы машинного перевода широко используются по всему миру. Сейчас тяжело представить письменного переводчика, который бы не пользовался услугами онлайн-словарей и сервисами, осуществляющими автоматический перевод.

Использование систем машинного перевода становится значительным преимуществом при переводе текстов. Главным достоинством машинного переводчика является его скорость – программа обеспечивает перевод значительных объемов текста за короткий промежуток времени, тем самым оптимизируя работу переводчика. Другим важным аспектом в использовании систем машинного перевода является их доступность и простота – для того, чтобы получить перевод многостраничного текста всего за несколько секунд, достаточно только иметь доступ к Интернету и загрузить оригинальный текст в программу. Еще одним преимуществом машинного перевода является его универсальность – программа способна переводить тексты различных жанров и направленностей благодаря наличию словарей разных специальностей. Отсутствие затрат также часто является важным преимуществом – большинство программ, осуществляющих машинный перевод, являются бесплатными [Кочеткова, Ревина, 2017].

Однако, говоря о технологиях машинного перевода, нельзя не упомянуть и о его недостатках. Самым главным и очевидным минусом использования программ автоматического перевода является большое количество ошибок в тексте языка перевода. Зачастую после использования систем машинного перевода нарушается точность, целостность и даже логика оригинального текста. Также нередко можно встретить стилистические и языковые ошибки, связанные с неверным подбором слова или неправильным переводом фразеологизмов и идиом. Программа может не учитывать правила грамматики, орфографии или пунктуации языка перевода. С точки зрения организации текста и технических аспектов оформления текста перевода машинный переводчик также не всегда является точным. Несмотря на бурное развитие систем машинного перевода в последние годы, которое постоянно повышает качество перевода, многие специалисты в области компьютерной лингвистики считают, что машинный перевод не может сравниться в качестве с переводом, сделанным человеком. Поэтому, после перевода текста программой производится улучшение результата автоматического перевода человеком-постредактором.

Целью постредактора является улучшение перевода, выполненного машиной, до необходимого уровня качества за наиболее короткое время. На качество постредактирования машинного перевода значительно влияет предыдущий опыт постредактора. Также, важным аспектом постредактирования является ориентация на то качество, которое соответствует цели перевода – иногда целью перевода является приемлемое, а не идеальное качество перевода; тем не менее, в большинстве случаев доработанный постредактором перевод должен соответствовать переводу, выполненному профессионалом. Другой важный критерий эффективности постредактирования – соблюдение рекомендаций, необходимых для постредактирования. Так, одной из действенных рекомендаций может стать составление типологии ошибок, совершаемых машинным переводчиком, и ведение процесса постредактирования с ее учетом [Шевчук, Никифорова, 2021]. Типологизация переводческих ошибок, а также определение стратегий их ликвидации на сегодняшний день является актуальным направлением работы в области компьютерной лингвистики и переводоведения.

Определение стратегий постредактирования машинного перевода особенно актуально в области перевода научных текстов, так как благодаря стремительному развитию науки количество научных статей и публикаций постоянно растет. Тексты научного стиля имеют ряд характеристик, значительно отличающих их от текстов других функциональных стилей речи и, соответственно, влияющих на качество машинного перевода таких текстов и определение стратегий постредактирования полученного перевода.

Подводя итоги, можно сказать, что машинный перевод имеет долгую историю развития и становления как средства осуществления перевода с одного естественного языка на другой. Автоматический перевод стал частью повседневной работы письменных переводчиков по всему миру. Использование технологий машинного перевода позволяет существенно сэкономить время перевода, а также понять общий смысл оригинального текста. Однако, в процессе машинного перевода могут возникать ошибки, так как качество машинного перевода не может сравниться с качеством перевода, выполненного переводчиком-профессионалом. Поэтому, участие человека не может быть полностью исключено из переводческого процесса. По этой причине, в настоящее время набирает популярность профессия постредактора – человека, который совершенствует качество машинного перевода до необходимого уровня. Для получения более качественного результата при постредактировании текста перевода необходимо иметь определенный опыт постредактирования, а также умение выявлять типичные ошибки, которые допускает машинный переводчик, и следовать тактикам их ликвидации. Вопрос определения и разработки эффективных стратегий постредактирования и ликвидации переводческих ошибок особенно актуален в сфере перевода научных текстов, которых становится все больше благодаря интенсивному развитию науки.

#### **Литература и источники**

1. Воронович, В. В. Машинный перевод : конспект лекций для студентов 5- го курса специальности «Современные иностранные языки». Минск : Белорусский государственный университет, 2013. 39 с.
2. Головкин, Д. Р. Особенности и виды машинного перевода // Вестник Московского научно-технологического университета – Московского архитектурно- строительного института – 2020. – № 4 – С. 24–30.
3. Кочеткова, Н. С., Ревина, Е. В. Особенности машинного перевода // Филологические науки. Вопросы теории и практики (входит в перечень ВАК) – 2017. – № 6 –С. 106–109.
4. Семенов, А. Л. Современные информационные технологии и перевод : учеб. пособие для студ. перевод. фак. высш. учеб. заведений / А.Л. Семенов. - М. : Издательский центр «Академия», 2008. 224 с.
5. Шевчук, Е. В., Никифорова, Ж. А. Постредактирование и типичные ошибки в автоматизированном переводе научно-публицистических текстов // Вопросы методики преподавания в вузе – 2021. – № 39 – С. 46–54.

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

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ «СЛАВЯНСКИХ РЕАЛИЙ» В РОМАНЕ  
Л. БАРДУГО «SHADOW AND BONE», ЭКРАНИЗАЦИИ И ПЕРЕВОДАХ

*Щербакова П. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[pscherbakova2207@yandex.ru](mailto:pscherbakova2207@yandex.ru)

**Аннотация.** В данной статье представлена проблема перевода реалий в жанре фэнтези. Рассматривается термин «реалия» и классификация реалий. Изучив несколько классификаций разных лингвистов, на основе практического исследования была выделена собственная классификация реалий. В качестве материала для исследования выбраны роман Ли Бардуго «Shadow and Bone» (2012) и сериал компании Netflix по мотивам книги (2021). Были отобраны реалии, классифицированы по группам и определен прием перевода при передаче реалий. Был проанализирован перевод некоторых реалий. Проведено сравнение употребления реалий в книге и сериале. В статье указано в чем заключается трудность, с которой сталкивается переводчик при передаче реалий.

**Ключевые слова:** славянские реалии, перевод реалий, фэнтези, этнос, транскрипция, транслитерация

FEATURES OF THE TRANSFER OF "SLAVIC REALITIES" IN L. BARDUGO'S  
NOVEL "SHADOW AND BONE", FILM ADAPTATIONS AND TRANSLATIONS

*Shcherbakova P.S.*

Kemerovo State University

[pscherbakova2207@yandex.ru](mailto:pscherbakova2207@yandex.ru)

**Annotation.** This article presents the problem of translating realities in fantasy texts. The article features the term "reality" and the classification of realities. We have identified our own classification of realities based on the classifications of different linguists. We analyzed Lee Bardugo's novel "Shadow and Bone" (2012) and the Netflix series based on the book (2021). We selected slavic realities, classified them into groups and determined the translation technique when transmitting realities. This article analyzes the translation of some realities and compares the use of realities in the book and the series. The article indicates what difficulties the translator faces when transmitting realities.

**Key words:** slavic realities, translation of realities, fantasy, ethnos, transcription, transliteration

Лингвистические исследования жанра фэнтези помогают выделять особенности используемой терминологии. В основе этого жанра лежит «вторичная реальность», существующая параллельно с первичной действительностью. Семантика слова «мир» включает важные составляющие: жизнь, природа, человек, вселенная и т.д. [Сафрон, 2012, с. 11].

Каждый народ уникален и язык является отличительной чертой каждого народа. Он отражает историю, особенности местоположения страны, его уклад, формирующийся веками. В языке есть реалии, которые обозначают явления конкретного этноса [Травкин, 2017, с. 12].

Понятию «реалия» трудно дать точное определение. Это то, что отражает национальную и историческую идентичность народа. Реалиями обозначают предметы, вещи, существующие или существовавшие в прошлом, а также этнонациональные

особенности, традиции, исторические факты или события, тесно связанные с одним народом [Вражнова, 2018, с].

Реалии и их перевод являются предметом исследования в работах С. Флорина, С. Власова, Л. Бархударова, В. Виноградова, М. Вайсбурда, Е. Верещагина, И. Келлера, и многих других.

Первыми изучили данный термин в своем пособии «Непереводимое в переводе» болгарские переводчики Сергей Влахов и Сидер Флорин. Согласно переводчикам, реалиями обозначают предмет, вещь, материально существующую или существовавшую, нередко связывая по смыслу с понятием «жизнь» [Влахов, 1980, с. 7].

С. Влахов и С. Флорин классифицируют реалии по предметному, местному, временному и переводческому делению.

Л.С. Бархударов в монографии «Язык и перевод» определяет реалии как «слова, обозначающие предметы, понятия и ситуации, не существующие в практическом опыте людей, говорящих на другом языке» [Бархударов, 1975, с. 95].

Перевод реалий вызывает особую трудность, создавая проблемы практического свойства. Ученые изучают объекты в художественных произведениях авторов, чтобы максимально точно донести читателю изначальный замысел.

Материалом данного исследования послужил роман Ли Бардуго «ShadowandBone» («Тень и кость», 2012) и его перевод на русский язык (2018, А. Харченко), а также одноименный сериал компании Netflix (2021) и его перевод в дубляже студии Lostfilm (2021). Действие книги происходит в вымышленной стране Равка, где живут люди со сверхъестественными способностями – Гриши. Алина Старкова – главная героиня романа отправляется на войну и в борьбе с монстрами, Волькрами, открывает в себе способности, которые могут спасти страну.

В исследовании были проанализированы особенности перевода реалий, которые встретились в книге и сериале, и определены какие переводческие трансформации использовались при их переводе. Всего было проанализировано 76 реалий и распределено более, чем на десять групп: антропонимы, обращения, топонимы, предметы быта, еда и напитки, одежда, фантастические существа, транспорт, денежные знаки, другие: междометия; слова, передающие атмосферу.

Самую значимую часть составляют антропонимы, эта группа составляет 30% от общего количества исследуемых реалий. Например, AlinaStarkov – Алина Старкова, Mal – Мал, Dubrov – Дубров, Ryotr – Петр, Chernitsyn – Черницын, Balakirev – Балакирев, Kerskii – Керский, Darkling – Дарклинг.

Антропоним Darkling интересен тем, что за основу автор взяла слово «dark», что в переводе с английского означает «темный». Дарклинг – единственный, кто обладает темной силой, поэтому автор решила отразить это в его имени.

В эту группу также будут входить и названия групп людей, которые Бардуго придумала для придания атмосферы. Например, Grisha – Гриши, люди, обладающие магической силой; Corpogalki – Корпоралы (излечение людей); Etherealki – Этериалы (обладают природными стихиями); Materialki или Материалки (управление композитными материалами).

Otkazat'sya, или Отказниками, Бардуго назвала людей, которые лишены дара Гришей, или скрывающие этот дар. В народе такие люди считались отшельниками. В основе этой реалии глагол – отказаться. Автору не хватило знаний русского языка, и переводчику пришлось придумать самому существительное, которое отразило бы этот народ.

Большинство антропонимов переведены с помощью транскрипции (68%), а также калькирования (23%), например, подгруппы Гриш, а также применен в некоторых случаях прием описания (9%).

Следующая не менее содержательная группа – обращения (15%). Сюда включены слова, такие как madam – мадам, idiot – идиот, Sankta -Alina – Сankта Алина. В сериале,

переводчик применил способ транслитерации, и не дал перевод слову «sankta» – святая, это было сделано для создания атмосферы.

Также встретились обращения к представителям власти: tsar – царь, tsaritsa – царица. Koroleva, или королевой, называли Алину Старкову, так как она обладала уникальным «даром солнца».

При переводе были использованы транслитерация, транскрипция, а также лексический перевод.

14% от реалий составляют топонимы. Сюда входят названия городов, местоположение лагерей, земель: Poliznaуа – Полизная, Vu - Ви (широкая дорога), OsAlta – Ос Альта, Kribirsk – Крибирск. В большинстве случаев была применена транслитерация и транскрипция, потому что топонимы не подлежат полному переводу. Но в случае с Тенистым Каньоном (ShadowFold) использован метод функционального аналога.

Следующей группой являются реалии еды и напитков (4%), к которым относятся такие слова как kutуа – кутья (Равкианское блюдо), kvas – квас, vodka – водка. Самыми популярными способами передачи реалий являются транслитерация и транскрипция.

1% реалий составляют предметы быта – samovar (самовар); одежда – kefta (кефта); фантастические существа – volcra (Волькры – чудовища, живущие в Тенистом Каньоне); денежные знаки – krugе (крюге).

К группе «транспорт» относятся 6% реалий. Например, troika – тройка (лошадей), saravan – вереница, wagon – вагон (в сериале). В книге – повозка, переводчик применил конкретизацию для передачи атмосферы, чтобы акцентировать внимание на том, что это транспорт для перевозки людей.

К последней группе относятся все остальные реалии, которые трудно выделить в группы (26%). Можно выделить междометия (oi), местоимения (ti, moi, moуa), односложные ответы (da, net), и прочее (istorii – истории, odinakovost – одинаковость, nicheуeво – ничего, zabavno – забавно, nebrinite – не брините). Интересно, что переводчик решил оставить метод транслитерации с целью передачи славянской атмосферы.

Таким образом, самый популярный способ перевода реалий как в книге, так и в сериале – метод транскрипции (49%). Переводчики старались сохранить смысл слова, который вложила автор, для того чтобы русскому читателю было возможно прочувствовать всю атмосферу. В книге и в сериале совпадает 52% реалий, и большинство из них относятся к группам антропонимов и топонимов.

Сложность перевода реалий в жанре этнического фэнтези заключается в сохранении уникальной атмосферы, задуманной автором. Русские переводчики сталкиваются с определенными трудностями при переводе славянского фэнтези, написанного на иностранном языке. Зачастую это связано с тем, что автору, принадлежащему к другой лингвокультуре, не достаёт знания славянских реалий и русского языка для создания неологизмов, призванных создать славянскую атмосферу.

### Литература и источники

1. Бархударов, Л. С. Язык и перевод. – Москва: Международные отношения, – 1975. – 240 с.
2. Влахов, С., Флорин, С. Непереводимое в переводе. – Москва: Международные отношения, – 1980. – 343 с.
3. Вражнова, А. С., Царёв Д. А. Особенности перевода русских реалий на английский язык на примере рассказов Л. Н. Толстого. – Материалы X Международной студенческой научной конференции — 2018.
4. Сафрон, Е. А. Славянская фэнтези: фольклорно-мифологические аспекты семантики. – Петрозаводск, 2012. – 22 с.
5. Травкин С. В. Магическая реальность фэнтезийного мира: к вопросу о жанрообразующих признаках романа фэнтези // Вестник

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

**УДК 81`25**

**ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА МАГИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНОВ ДЖ. ХАРРИС)**

*Юдина А. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[yudarina2001@yandex.ru](mailto:yudarina2001@yandex.ru)

**Аннотация.** Данная статья посвящена жанру фэнтези и трудностям, возникающим при его переводе с английского языка на русский. В статье описывается жанр фэнтези, приводятся наиболее популярные определения данного жанра в научной литературе, раскрываются его основные признаки и особенности. Также рассматриваются переводческие проблемы, возникающие при переводе фэнтезийных романов, и поднимается вопрос безэквивалентной лексики в художественных произведениях. В качестве материала для анализа используемых при переводе переводческих трансформаций выступает роман Джоанн Харрис «Рунная магия». В статье анализируются лексические особенности данного романа, приводятся примеры использования переводческих приёмов – транскрипции, транслитерации и калькирования при переводе магической лексики.

**Ключевые слова:** фэнтези, безэквивалентная лексика, художественный перевод, переводческие трансформации.

**THE PECULIARITIES OF TRANSLATION OF MAGICAL VOCABULARY IN FICTION (BASED ON THE MATERIAL OF J. HARRIS'S NOVELS)**

*Yudina A.A.*

Kemerovo State University

[yudarina2001@yandex.ru](mailto:yudarina2001@yandex.ru)

**Annotation.** This article is devoted to the fantasy genre and the difficulties arising when translating it from English into Russian. The article describes the fantasy genre, provides the most popular definitions of it in the scientific literature, reveals its main features. Translation problems arising in the translation of fantasy novels are also considered, and the question of non-equivalent vocabulary in fiction is raised. The novel "Runemarks" by Joanne Harris serves as a material for the analysis of translation transformations used in translation. The article analyses the lexical features of this novel, provides examples of the use of translation techniques – transcription, transliteration, and calquing in the translation of magical vocabulary.

**Key words:** fantasy, non-equivalent vocabulary, literary translation, translation transformations.

На сегодняшний момент фэнтези стало одним из самых распространенных культурных явлений. Этот жанр является одним из наиболее популярных среди читателей художественной литературы. Основоположником считается профессор Оксфордского Университета Джон Рональд Руэл Толкин, создавший мир Средиземья. Он определил ключевые признаки и особенности фэнтези. Хотя основные характеристики жанра сформировались еще в середине XX столетия в Англии, фэнтезийные романы до сих пор не утратили своей актуальности и любимы читателями во всем мире.

Несмотря на большое количество исследований, посвященных фэнтези, не было дано однозначного определения данного жанра. Согласно «Словарю литературоведческих терминов», фэнтези – это «разновидность фантастики: произведения, изображающие вымышленные события, в которых главную роль играет иррациональное, мистическое начало, и миры, существование которых нельзя объяснить логически» [Белокурова].

Фэнтези граничит с такими жанрами, как миф, сказка и научная фантастика, однако отличительные особенности позволяют определить его как самостоятельный литературный жанр. К главным признакам фэнтези относятся наличие магии и волшебный, нереальный мир, сотворенный автором. Преобладание образов, традиционно присущих западноевропейскому фольклору, а также интерпретация этих образов автором является общей чертой произведений, относящихся к зарубежному фэнтези [Печагина, 2011, с. 58-63].

С каждым годом фэнтезийные романы обретают все большую популярность, в связи с этим у читателей растет спрос на произведения не только отечественных, но и иностранных писателей, что обуславливает необходимость качественного художественного перевода. **Художественный перевод** можно определить как эстетически обусловленное и равное стилистике автора перефразирование вербально-художественной информации оригинального текста, которое позволяет донести суть произведения и индивидуальный авторский стиль до читателя с другим языком и культурой [Макарова, 2004, с. 18].

Во время работы над переводом произведений жанра фэнтези у переводчика может возникнуть ряд трудностей. Прежде всего, сложность представляют следующие особенности фэнтези: выдуманный автором мир, обладающий чертами, нереальными в нашем мире, наличие волшебства и магических существ или явлений, а также неограниченная свобода автора. Такие явления, как имена собственные, топонимы, мироустройство и реалии вызывают наибольшее затруднения при переводе, поскольку данные неологизмы не имеет аналогов в реальном мире, то есть безэквивалентны [Киселева, 2007, с. 55].

Согласно определению Л. Л. Нелюбина, **безэквивалентная лексика** – это «лексические единицы, которые не имеют ни полных, ни частичных эквивалентов среди лексических единиц другого языка» [Нелюбин, 2003, с. 24].

Проблема безэквивалентности связана с проблемой переводческих трансформаций, потому что наличие такой лексики приводит к необходимости адаптировать художественный текст для иноязычной аудитории читателей. Переводческая трансформация является одним из ключевых понятий в отечественном переводоведении. Различные исследователи предлагали свои определения данного понятия. В общем виде **переводческие трансформации** рассматриваются как преобразования, используемые для перехода от единицы оригинального текста к единице переводного текста [Степанова, Мозгачева, 2017, с. 54].

Перевод художественного текста предполагает использование разнообразных переводческих трансформаций. Перевод неологизмов чаще всего сводится к использованию таких основных приемов, как транскрибирование и транслитерация, калькирование и описательный перевод. Известный теоретик перевода В. Н. Комиссаров предлагает следующие определения данных преобразований.

**Транскрипция и транслитерация** – это способы перевода исходной лексической единицы за счет воссоздания ее формы с помощью букв ПЯ. Звуковая форма воспроизводится при транскрипции иноязычного слова, а графическая – при транслитерации.

**Калькирование** – это способ перевода лексической единицы ИЯ с помощью замены составляющих ее частей (морфем или слов) соответствующими лексическими единицами ПЯ. Сущность заключается в копировании структуры оригинального слова или словосочетания при создании новой лексической единицы в ПЯ.

**Экспликация** (описательный перевод) – это замена лексической единицы ИЯ единицей ПЯ, эксплицирующей, т.е. объясняющей ее значение [Комиссаров, 1990, с. 172-185].

В фэнтезийных романах известной современной английской писательницы Джоанн Харрис встречается большое количество разнообразных неологизмов, связанных с магией и скандинавской мифологией. В данной работе рассматриваются примеры из романа «Рунная магия» (Runemarks).

При переводе имен собственных обычно переводчики прибегают к **транскрипции**, например, имя главной героини *Мэдди Смит* (*Maddy Smith*), *Нэн Фей* (*Nan Fey*), *Джо Гроусер* (*Joe Grocer*). Однако может также использоваться **транслитерация**: *Нат Парсон* (*Nat Parson*). Иногда эти два приема совмещаются, так, при переводе фамилии *Скаттергуд* (*Scattergood*) используется и транслитерация, и транскрипция.

Сюжет связан с эддическими мифами, в которых встречается большое количество богов и различных вымышленных существ. Их имена в романе зачастую переводятся с помощью транслитерации, например: *Один* (*Odin*), *Локи* (*Loki*), *Идун* (*Idun*), *Скади* (*Skadi*), *Йормунганд* (*Jormungand*).

Действия романа происходят в нереальном мире, в котором есть несуществующие топонимы и реалии. Для их перевода применяются транскрипция: *деревня Мэлбри* (*the village of Malbry*), *долина Стронд* (*the Strond Valley*); транслитерация: *Асгард* (*Asgard*). Наиболее распространенным приемом является **калькирование**: *река Сон* (*the river Dream*), *Холм Красной Лошади* (*Red Horse Hill*), *Небесная цитадель* (*the Sky Citadel*), *Черная крепость* (*the Black Fortress*), *Срединные миры* (*the Middle Worlds*), *Шепчущий* (*the Whisperer*), *Хорошая Книга* (*the Good Book*).

Важную роль в этом мире играют руны, с помощью которых можно производить магические действия. Их перевод также в большинстве случаев основан на транслитерации: *Наудр* (*Naudr*), *Иса* (*Isa*), *Ар* (*Ár*), *Ур* (*Úr*), *Ос* (*Ós*), *Хагал* (*Hagall*), *Логр* (*Logr*).

Итак, проанализировав ряд авторских неологизмов, взятых из произведения Джоанн Харрис «Рунная магия», можно сделать вывод, что основными переводческими трансформациями, применяемыми в процессе перевода, являются калькирование, сохраняющее коннотативный компонент исходной единицы, и транслитерация или транскрипция, которые нацелены на передачу внешней формы переводимой единицы. Также зачастую во время работы переводчик прибегает к объединению различных лексических трансформаций. Таким образом, присутствие безэквивалентной лексики в произведениях жанра фэнтези не является преградой для перевода.

### Литература и источники

1. Белокурова, С. П. Словарь литературоведческих терминов [Электронный ресурс] // Режим доступа <https://rus-literary-criticism.slovaronline.com> (дата обращения: 05.04.2023).
2. Киселева, И. А. Особенности перевода литературы жанра фэнтези / И. А. Киселева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. – СПб, 2007. – С. 55-58.
3. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
4. Макарова, Л. С. Коммуникативно-прагматические основы художественного перевода / Л. С. Макарова. – М.: Изд-во Московского государственного областного университета, 2004. – 256 с.
5. Нелюбин, Л. Л. Толковый переводоведческий словарь / Л.Л. Нелюбин. – М.: Флинта; Наука, 2003. – 320 с.
6. Печагина, Т. В. Категориальные концепты «Добро» и «Зло» в детской фэнтези / Т. В. Печагина. – Челябинск: РГБ, 2011. – 222 с.

7. Степанова, М. М., Мозгачева, Е. А. Обучение анализу переводческих трансформаций на материале литературы жанра фэнтези / М. М. Степанова, Е. А. Мозгачева // Вопросы методики преподавания в вузе. – СПб, 2017. – С. 53–60.
8. Харрис, Дж. Рунная магия (перевод А. Килановой) / Дж. Харрис. – М.: Эксмо, 2010. – 656 с.
9. Harris, J. Runemarks / J. Harris. – New York: Alfred A. Knopf, 2008. – 544 с.

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

**УДК 81.373.613**

## **СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА СЛОВ-РЕАЛИЙ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ЖАНРА ПУТЕВОДИТЕЛЯ)**

*Якушенко А. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[yakushenko.arina@yandex.ru](mailto:yakushenko.arina@yandex.ru)

**Аннотация.** Данная статья посвящена изучению понятия «реалия», его значимости в межкультурной коммуникации и функционировании в языке. Также в статье рассматриваются схожие с реалиями понятия, такие как «варваризм», «экзотизм», «интернационализм», и их индивидуальные черты, за счёт которых происходит разделение этих слов. В качестве материала выступили тексты на английском языке, расположенные в общедоступных электронных путеводителях по Санкт-Петербургу. Данное исследование позволило определить наиболее и наименее востребованные группы культурно-окрашенных слов в туристическом дискурсе, а также выявить способы, при помощи которых английский язык усваивает иноязычную лексику.

**Ключевые слова:** слова-реалии, заимствованная лексика, английский язык, путеводитель, туристический дискурс, лингвокультурология

## **THE SPECIFICITY OF TRANSLATION OF REALITY WORDS OF RUSSIAN CULTURE IN THE ENGLISH LANGUAGE (BASED ON THE MATERIAL OF THE GUIDE GENRE)**

*Yakushenko A. S.*

Kemerovo State University

[yakushenko.arina@yandex.ru](mailto:yakushenko.arina@yandex.ru)

**Annotation.** This article is devoted to the study of the concept of "reality", its significance in intercultural communication and functioning in language. The article also includes concepts similar to realities such as "barbarism", "exoticism", "internationalism", and their individual features, due to which these words are separated. The material was texts in English, located in public electronic guidebooks for St. Petersburg. This study let us find the most and least popular groups of cultural words in the tourist discourse, as well as to identify the ways which the English language uses to assimilate foreign vocabulary.

**Key words:** reality words, borrowed vocabulary, English language, travel guide, tourism discourse, linguoculturology

Заимствование иностранных слов – неотъемлемая часть истории любого языка. Оно возникло тысячелетия назад, когда люди стали осваивать новые территории, встречать другие народы, обмениваться с ними навыками и знаниями. Эти процессы способствовали активному сближению представителей разных народов, развитию их культур и языков.

С проблемой перевода языковых реалий «человечество сталкивалось на протяжении очень долгого времени, однако, лишь в 1950-х годах термин «реалия» начал употребляться для подчеркивания национального колорита и специфики определенного государства» [Игнатова, 2017, с. 270]. Исследованием слов, проникших в речь из другого языка, занимались как отечественные, так и зарубежные лингвисты. В частности, большой вклад в развитие данной сферы сделали Л. П. Крысин, С. Влахов, С. Флорин, Е. В. Маринова, Л. Г. Самотик.

Чаще всего заимствованной становилась лексика, называвшая неизвестные ранее реалии. В лингвистике данное понятие рассматривается следующим образом: «Реалии – это предметы и явления, отражающие особенности жизни и быта определенного народа. Реалиями называют также слова и словосочетания, обозначающие эти предметы и явления» [Романова, 2004, с. 32]. Иначе говоря, реалии – это «слова, обозначающие предметы, понятия и ситуации, не существующие в практическом опыте людей, говорящих на другом языке» [Бархударов, 1975, с. 95].

В работе мы также рассмотрели понятия «экзотизм», «варваризм» и «интернационализм», чтобы разграничить их значения. Так, варваризмом принято считать слова малознакомые или вовсе неизвестные носителям языка. Особенностью экзотизмов является то, что они не входят в активный словарный запас говорящих, пока то, что они называют, не станет частью действительности этих людей. Интернационализмы отличаются от остальных видов заимствований тем, что обозначают понятия международного значения и являются общепризнанными. Однако за основу в нашей работе было взято понятие «реалия», так как оно является базовым в изучении заимствований. Именно реалии учёные стали рассматривать с учётом их функционирования в контексте.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в современном мире языковой обмен специфической лексикой перешел на новый этап развития. Одной из главных причин стремительного сближения различных культур стал интернет. Общение в интернете имеет межкультурный характер, который позволяет знакомиться с различными реалиями других народов. В современной лингвистике заимствование лексики является одной из наиболее обсуждаемых тем.

Цель проведенного нами исследования состоит в изучении положения слов-реалий в области межкультурной коммуникации и способов их функционирования.

Для исследования слов-реалий русской культуры в английском языке нами была выбрана лексика туристического дискурса, размещенная в общедоступных электронных путеводителях «Roughguides» и «Russiau». Одним из важнейших требований к источникам являлось наличие на их платформах актуальной информации. Материал был выбран в соответствии с его культурной и фонетической принадлежностью русскому языку.

Отобранные слова-реалии в количестве 80 лингвистических единиц были распределены в таблицы по тематическим группам на основе классификации И. В. Алексеевой [Алексеева, 2004], включающей в себя три основные группы: этнографические, общественно-политические и географические реалии, а также входящие в них подгруппы. Также мы расширили данную классификацию, чтобы получить более подробные результаты анализа.

В ходе исследования выяснилось, что на сайтах в наибольшем количестве использованы слова, связанные с питанием, общественными заведениями и элементами городского пространства. Следовательно, целью авторов было предоставить основную информацию, которая будет полезна каждому путешественнику вне зависимости от его личных интересов.

Так, самой наполненной подгруппой стала «Еда и напитки», в неё вошло 23 реалии, следующей стала подгруппа «Наименования заведений и архитектуры» с 17 словами, среднее количество результатов оказалось в категории «Антропонимы» – 10 слов. Наименее востребованными темами в путеводителях «Roughguides» и «Russiau» стали подгруппы «Строения и предметы быта», «Реалии-мер и реалии-денег» – в них по 3 единицы, «Одежда

и обувь», «Термины физической географии» и «Обычаи, ритуалы, игры» – в каждую из них вошло по 2 единицы. При этом «Национальные виды деятельности и названия деятелей», а также «Мифология и культы» не были заполнены совсем.

В обоих путеводителях употребление слов-реалий опирается на определенные средства. Все слова написаны латиницей, чаще всего они переданы транскрипцией или транслитерацией, которые являются самыми распространенными способами введения заимствований в язык. Помимо этого, через запятую или в скобках встречаются пояснения значений слов, направленные на создание более точного представления о них у читателей. Значительно реже возможно наличие сравнения реалий со схожими явлениями других культур, а также указание их описательного перевода, так как данные единицы языка в лингвистике принято считать безэквивалентными.

Можно сделать вывод, что слова-реалии присутствуют в каждом языке, при этом для представителей другой лингвокультуры такие единицы всегда национально окрашены. В настоящее время обмен специфической лексикой происходит постоянно благодаря тесным межкультурным связям. В туристическом дискурсе основной задачей слов-реалий является информирование. Способы употребления слов-реалий русской культуры в англоязычном тексте неоднозначны и представлены множеством способов.

#### **Литература и источники**

1. Алексеева, И. С. Введение в переводоведение: учебное пособие / И. С. Алексеева. – М.: Academia, 2004. – 352 с.
2. Бархударов, Л. С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода / Л. С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
3. Игнатова, С. М. Понятие «реалия» в переводоведении и лингвострановедении / С. М. Игнатова // *Advances in science and technology: сборник статей* – М.: Общество с ограниченной ответственностью «Актуальность.РФ», 2017. – 270-272 с.
4. Романова, С. П. Пособие по переводу с английского на русский / С. П. Романова, А. П. Коралова. – М.: КДУ, 2004. – 176 с.

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

# ВОСТОЧНЫЕ ЯЗЫКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИЗУЧЕНИЯ

УДК 81'25:811.5

## ПРОБЛЕМА ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ КИТАЙСКИХ ФИЛЬМОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

*Аникеенко Е. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»  
[anikeenkokatereena@gmail.com](mailto:anikeenkokatereena@gmail.com)

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности перевода названий китайских фильмов на русский язык. Актуальность исследования определяется необходимостью научного изучения проблемы перевода китайских названий фильмов с точки зрения языкознания, текстологии, культурологии, лексикологии, лингводидактики и переводоведения. Источниками материала послужили интернет-сайты Кинопоиск, Kino-teatr, Dorama.club и AnimeGo. Для анализа методом сплошной выборки были отобраны 50 названий китайских фильмов, мультфильмов и сериалов. Также при анализе материала был использован сравнительный метод, предполагающий сопоставление китайских названий и их переводов на русский язык. Научная новизна исследования определяется попыткой систематизировать стратегии и приемы перевода названий фильмов, а также недостаточной изученностью проблемы перевода названий китайских фильмов, мультфильмов и сериалов на русский язык. В результате исследования установлены основные приемы перевода (буквальный перевод и целостное преобразование названия), а также варианты гибридных переводов названий фильмов при помощи одного и нескольких приемов. Частотность и универсальность данных приемов вызваны тем, что специалисты стремятся донести первоначальный посыл оригинального названия и приблизить русского зрителя к азиатской культуре, её приоритетам и бытовым ценностям.

**Ключевые слова:** кино, перевод, адекватный перевод, русский язык, китайский язык, дорама, адаптация.

## THE PROBLEM OF TRANSLATING CHINESE FILM TITLES INTO RUSSIAN

*Anikeenko E.A.*

Kemerovo State University  
[anikeenkokatereena@gmail.com](mailto:anikeenkokatereena@gmail.com)

**Annotation.** The paper discusses the peculiarities of translating the names of Chinese films into Russian. The relevance of the study is determined by the need to scientifically study the problem of translating Chinese film titles from the point of view of linguistics, textology, cultural studies, lexicology, linguodidactics and translation science. The sources of the material were the websites Kinopoisk, Kino-teatr, Dorama.club and AnimeGo. For analysis by a solid sample method, 50 titles of Chinese films, cartoons and TV series were selected. Also, when analyzing the material, a comparative method was used, which involves comparing Chinese names and their translations into Russian. The scientific novelty of the study is determined by an attempt to systematize the strategies and techniques for translating film titles, as well as an insufficient understanding of the problem of translating the names of Chinese films, cartoons and TV series into Russian. As a result of the study, the main methods of translation (literal translation and integral transformation of the name), as well as options for hybrid translations of film titles using one and more methods, were established. The frequency and versatility of these techniques are

caused by the fact that experts seek to convey the original message of the original name and bring the Russian viewer closer to Asian culture, its priorities and everyday values.

**Keywords:** movie, translation, adequate translation, Russian, Chinese, dorama, adaptation.

С каждым годом в мире всё большую популярность набирают фильмы азиатского производства, которые нуждаются в переводе на иностранные языки, в том числе и на русский. Китайские фильмы, мультфильмы и сериалы должны быть переведены профессиональными переводчиками. Для этого специалисту необходимы внимательность, начитанность и знание культуры переводимого языка, чтобы суметь сохранить звучность и значимость оригинального заголовка.

Перевод китайского кино начался относительно поздно, но в последние годы получил стремительное развитие. В связи с этим проблематика выбора стратегии перевода сохраняет значимость, что обусловлено потребностью теории и практики перевода, которые, в свою очередь, имеют достаточно устойчивую тенденцию к расширению своих междисциплинарных границ посредством привлечения лингвокультурологического, лингвофилософского, социально-этнического знания, а также историко-национальных, культурных ценностей языка перевода и оригинала с учетом их «лингвокультурного благозвучия».

На сегодняшний день адаптация как стратегия не является понятием четким, тем не менее в рамках структурно-частотного, а также контент-анализа определений данного понятия среди наиболее часто встречающихся семантических компонентов выделяют такие, как программа переводческой деятельности, общий подход переводчика, выполнение в специфических условиях коммуникативной ситуации, характер профессионального поведения переводчика в определенной ситуации.

Можно отметить, что в практике переводческой деятельности ни одна из стратегий лингвокультурной адаптации не применяется как приоритетно и однозначно выбранная для данного перевода. Использование только одной стратегии не позволяет достигать максимального диалога культур и передачи особенностей восприятия реципиентом результата перевода. Данная особенность является наиболее характерной для адаптации названия фильмов, где зритель имеет возможность наглядно воспринимать заголовки к сюжету фильма и оценивать соответствие сущности перевода.

Кино считается одной из составляющих той или иной культуры, так как с его помощью люди развлекаются, обучаются и иногда даже самомотивируются на какие-либо действия. Сама двигающаяся картинка в языковом переводе не нуждается, потому что кино обладает собственной силой коммуникации. Среди стандартных жанров кинематографа выделяются мелодрама, драма, комедия, триллер, боевик, фильм ужаса, приключенческие и фантастические фильмы.

Объектом настоящего исследования послужил перевод названий художественных кинофильмов с китайского на русский язык; предметом — формальные и смысловые стратегии перевода названий художественных кинофильмов с китайского на русский язык. Цель работы — установление связи между содержанием и названием фильмов, определение адекватности перевода названий фильмов с китайского на русский язык.

«Перевод — это вид языкового посредничества, который всецело ориентирован на иноязычный оригинал» [Комиссаров, 1990, с. 6]. Главной целью перевода является то, чтобы оригинальное название и переведенный вариант на другом языке несли в себе один и

тот же посыл, но здесь необходимо учитывать некоторые барьеры, которые существуют между культурами. К таким барьерам зачастую относится контекст, грамматика, их устойчивые выражения и т. п.

«Дорама — это фильм или сериал, снятый в азиатской стране, в том числе и в Китае. Название данного жанра дословно переводится, как “телевизионная драма”» [Dorama.wiki].

Для перевода любого кино специалисты применяют способ адаптации. «Адаптация — это метод, который помогает донести одинаковое сообщение текста как оригинала, так и переведенного варианта» [Никонов, 1999, с. 3].

Слово адаптация предполагает необходимость адаптирования оригинала текста, как части отражения социальной действительности, к социально-культурным условиям общественной реальности народа-переводчика. Такая адаптация, как социокультурная, определяет стратегию переустройства выражения, нацеленную на результат при переводе единой эквивалентности оригинала названия, а также перевода. Можно сказать, адаптация в современной теории перевода играет важную роль. Задача переводчика состоит в том, чтобы знать виды адаптации и уметь использовать их в практике, делая перевод более креативным.

Кроме того, одним из полезных принципов, применяемых в переводе, является принцип благозвучия. Семантика, которая прослеживается в именах собственных, содержит в себе национально-этнические и культурно-исторические особенности другого лингвокультурного сообщества. Принцип благозвучия предусмотрен законом практической транскрипции китайских собственных имен, которые требуется передавать через Транскрипционную систему Палладия (например, Tuì на русский язык передается как «тхуэй» или «тхой»).

Рассмотрим примеры перевода названий китайских фильмов на русский язык.

1. 杀破狼 / SPL: Sha Po Lang / Ша По Лан. Звезды судьбы (2017). С китайского языка словосочетание «杀破狼» переводится как «Убить волка». Переводчики проделали огромную работу над тщательным подбором адекватного перевода названия данного фильма. Название очень тесно связано с сюжетом, и режиссер в процессе создания названия кинокартины воспользовался понятиями, которые существуют в китайской астрологии. Если разобрать название фильма «杀破狼» по частям, проанализировать каждый иероглиф, то мы получим следующее: 杀 — убить, 破 — раскрывать (дело) / победить, 狼 — волк/хищник. Это названия трех звезд в китайской астрологии, которые обозначают факторы формирования характера человека и его судьбы. Когда человек имеет в своем «багаже» эти три составляющие, следовательно, он будет «умным, хитрым и храбрым», что заранее дает краткую характеристику каждому герою фильма. На Тайване был выбран дословный перевод, и он интригует с самого начала своим названием. Можно предположить, что, если бы русские переводчики воспользовались тоже дословным переводом, это придало бы колоритности фильму, зная, что он азиатского производства. Таким образом, перевод мог бы звучать как «Рождённый под созвездием волка». Переводчики воспользовались приемом транскрипции, сохранив звучание иероглифов в оригинале, и применили способ компенсации, написав через двоеточие пояснение.

2. 刺杀小说家 / Assassinate a novelist / Ассасин: Битва миров (2021). 刺杀小说家 — Убить писателя (дословный перевод). В английском языке был совершен буквальный перевод с китайского. Русские переводчики применили способ лексической трансформации

и компенсации. При помощи лексической трансформации специалисты заменили часть речи слова «assassinate» ‘убить’ на «ассасин» ‘убийца’. И также при помощи приема компенсации переводчики решили через двоеточие дать намек на сюжет фильма.

3. 大汉贤后卫子夫 / The Virtuous Queen of Han / Достоянная императрица (2014). 大汉贤后卫子夫 — Великий страж Хань Сиань Цзыфу (дословный перевод). В оригинальном названии присутствует прецедентное имя одного из героев данного фильма (отец главной героини — Сиань Цзыфу). В английском переводе специалисты использовали прием целостного преобразования названия и его адаптировали для европейского зрителя, например, вместо слова «императрица» они взяли привычное им «королева». Русские переводчики взяли за основу английский вариант и совершили замену со словом «virtuous» ‘доброжелательный’ на «достойный». И также в русском варианте был использован прием опущения, поскольку в переведенном названии отсутствует название китайской династии Хань («汉» / «Han»).

4. 赤壁 / Red Cliff / Битва у Красной Скалы (2008). 赤壁 — Чибь (название территории Китая, где в 208-209 гг. произошла знаменитая битва при Чибь (Красная скала). В английском переводе был использован прием функциональной замены (имя собственное «Чибь» расшифровали как «Красная скала»), поскольку про название данной территории Китая и скалы знают только сами китайцы, то переводчики решили облегчить задачу зрителю при выборе названия фильма и сделали его более «широким» по смыслу. В русском переводе был использован буквальный перевод с английского, но с добавлением компенсации при помощи слова «битва», чтобы подчеркнуть историческую составляющую сюжета.

5. 双食记 / Deadly Delicious / Смертельные деликатесы (2008). Дословный перевод фильма с китайского звучит как «Двойное питание». Данное словосочетание в русском языке имеет отношение к машинам двойного питания в области физики, или как вариант, появится ассоциация с кулинарией. Если оставить первоначальный вариант перевода, то скорее всего он приведет русского зрителя к сомнениям по поводу данного выражения. Английский перевод был создан при помощи способа контекстуального перевода, опираясь на сюжет и значение оригинального названия фильма — «Смертельно вкусный». В свою очередь, за основу русские переводчики взяли английский вариант и перевели наименование фильма на русский язык при помощи способа конкретизации и замены части речи у одного слова («deadly» (наречие) заменили на «смертельный» (прилагательное), и по созвучию подобрали слово «деликатес» (delicious). Таким образом, в русском кинопрокате появился фильм с названием «Смертельные деликатесы».

По итогам сравнительно-сопоставительного анализа названий 50 китайских фильмов и их вариантов перевода на английский и русский языки были выявлены наиболее частотные стратегии перевода. Получена следующая статистика: 25 названий (50%) были переведены при помощи только одного приема перевода (здесь берутся варианты названий на английском и русском языках). И, соответственно, 25 названий (50%) являются гибридами, то есть данные названия фильмов были переведены сразу несколькими приемами перевода. Самыми распространенными из них являются дословный перевод — 21 название (в частности, с английского на русский язык) и прием целостного преобразования названия — 12 названий (частое использование наблюдается при переводе названий с китайского на русский язык).

Гибридные варианты переводов названий китайских фильмов являются наиболее распространенной тактикой. Так происходит потому, что невозможно при помощи одного

приема перевести название фильма, мультфильма или сериала и одновременно адаптировать это же название для европейского и русского зрителя. Выбор использования сразу нескольких тактик перевода позволяет правильно донести первоначальный посыл, вложенный в оригинальный вариант названия. Также это помогает приблизить русского зрителя к азиатской культуре, понять бытовые особенности, жизненные ценности и приоритеты китайцев. В этом во всем помогают добиться данного эффекта приемы: генерализация (для обобщения понятия) — 3 названия, модуляция (для придания метафоричности названию) — 2 названия, транскрипция (для передачи имени собственного) — 7 названий, замена части речи / слова (для упрощения восприятия зрителем названия того или иного фильма) — 9 названий, контекстуальный перевод (это небольшая помощь специалистам при работе над переводом и зацепка для реципиента перед просмотром фильма) — 2 названия, перестановка (используется в тех случаях, когда необходимо правильно создать перевод для названия фильма / мультфильма / сериала и соблюсти правила грамматики в языке перевода) — 5 названий, прием компенсации (служит своего рода расшифровочным методом для передачи некоторых понятий оригинала на переведенный язык, где те или иные вещи просто отсутствуют) — 5 названий. Все эти приемы перевода используются, в частых случаях, при переводе с китайского на английский язык, и только потом появляется русский вариант при помощи английского перевода того или иного названия. Но встречаются и такие случаи, когда названия китайского кино переводятся напрямую с языка оригинала на русский язык, и тут переводчикам приходится делать работу, которую за них обычно выполняют английские специалисты, либо прибегают к самому простому способу — дословному переводу.

Таким образом, можно сказать, что использование полной лексико-семантической замены и трансформации путем опущения зачастую ведет к неадекватному переводу, тогда как прямой перевод, наоборот, в большинстве случаев является самой подходящей стратегией.

Итоги анализа позволяют сказать, что некоторые приемы перевода, используемые специалистами, позволяют сделать название привлекательнее, но не всегда удается при помощи того или иного метода перевода отразить замысел первоисточника.

В тех случаях, когда можно достичь адекватного перевода названия без трансформаций, лучше всего использовать буквальный перевод. Если же грамматическая структура оригинального названия не имеет аналога в русском языке, рекомендуется использовать лексико-грамматическую трансформацию. Для перевода имен собственных, не имеющих эквивалентов в русском языке и являющихся реалией китайского языка, стоит использовать метод транскрипции при помощи системы Палладия.

В ходе исследования были определены самые распространенные стратегии, используемые для перевода названий китайских фильмов на русский язык: прямой перевод и целостное преобразование заголовка. Выявлено, что наибольшую трудность переводчику создает несоответствие грамматических структур в исходном языке и языке перевода. Также была определена трудность перевода безэквивалентной лексики и реалий китайского языка: выявлено, что для перевода названий, содержащих безэквивалентную лексику китайского языка, используется полная лексико-семантическая замена.

По результатам исследования были разработаны рекомендации по выбору переводческой стратегии при переводе названий фильмов. Так, для перевода названий, содержащих имена собственные, лучше всего использовать прямой перевод, метод транскрипции или же полную лексико-семантическую замену. Для перевода названий, характеризующихся ограничениями грамматики языка-источника, правильнее всего

использовать прямой перевод либо лексико-грамматическую трансформацию. Для перевода названий фильмов, выраженных именами нарицательными, лучше использовать прямой перевод или трансформацию путем добавления.

### Литература и источники

1. Кинопоиск [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.kinopoisk.ru> (дата обращения 21.03.2023).
2. Кино-театр.ру [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.kino-teatr.ru/kino/movie/asia/china> (дата обращения 21.03.2023).
3. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. — М.: Высшая школа, 1990. — 253 с.
4. Никонов, В. М. Социо- и лингвокультурологические проблемы адаптации коннотативной единицы языка в тексте / В. М. Никонов // Проблемы культурной адаптации текста: Тезисы докладов междунар. науч. конф. — Воронеж: Русская словесность, 1999. — С. 73-74.
5. Dorama.live [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://doramatv.live> (дата обращения 21.03.2023).

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

**УДК 81’373.49**

### **СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА РУССКИХ СЛОВ-РЕАЛИЙ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ)**

*Ахременко Е. Ю.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[katusha2001mail@gmail.com](mailto:katusha2001mail@gmail.com)

**Аннотация.** Данная статья посвящена специфике перевода русских слов-реалий на китайский язык. Актуальность проблемы обусловлена тем, что вопрос о типах и способах перевода слов-реалий остается открытым. Цель нашего исследования заключается в выявлении тематических групп слов-реалий и описании способов их перевода. Задачи исследования: 1) изучить теоретическую базу по теме «реалия»; 2) изучить классификации слов-реалий и их способы перевода, представленные в научной литературе; 3) отобрать русские слова-реалии в китайских текстах публицистического стиля; 4) выявить и проанализировать особенности перевода отобранных русских слов-реалий. Источники исследования – периодические онлайн-издания на русском и китайском языках за 2019-2022 годы. Материал для работы – русские слова-реалии в китайских публицистических текстах.

**Ключевые слова:** слово-реалия; экзотизм; способы перевода; русский язык; китайский язык; публицистические тексты.

## THE SPECIFICS OF TRANSLATING RUSSIAN REALIA IN CHINESE (BASED ON THE MATERIAL OF PUBLICISTIC TEXTS)

*Akhremenko E. Y.*

Kemerovo State University

[katusha2001mail@gmail.com](mailto:katusha2001mail@gmail.com)

**Annotation.** This article is devoted to the specifics of the translation of Russian realia words into Chinese. The relevance of the problem is due to the fact that the question of the types and methods of translation of realia words remains open. The purpose of our study is to identify thematic groups of realia words and describe the ways of their translation. Research objectives: 1) to study the theoretical base on the topic "realia"; 2) to study the classifications of realia words and their translation methods presented in the scientific literature; 3) to select Russian realia words in Chinese texts of publicistic style; 4) identify and analyze the features of the translation of selected Russian realia words. Research sources are online periodicals in Russian and Chinese for 2019-2022. Material for the work – Russian realia words in Chinese publicistic texts.

**Keywords:** realia; exoticism; translation methods; the Russian language; the Chinese language; publicistic texts.

Данная статья посвящена анализу и выявлению особенностей способов перевода русских слов-реалий на китайский язык. В рамках нашего исследования мы обращались к текстам публицистического характера, т.е. к текстам различных интернет – изданий на китайском и русских языках. Экзотизмы, отражающие русскую культуру, являются объектом исследования в нашей работе. Несмотря на то, что многие ученые-лингвисты как отечественные, так и зарубежные, интересовались данной темой, но она до сих пор остается актуальной на сегодняшний день и не только для лингвистики, но и для ряда других наук. Актуальность проблемы обусловлена недостаточной изученностью природы реалий, ведь вопрос об их типах и способах перевода остается открытым.

Цель нашего исследования заключается в выявлении тематических групп слов-реалий и описании способов их перевода с учётом передачи национального и исторического колорита в анализируемых публицистических текстах. Для достижения поставленной цели нам было необходимо решить следующие задачи: 1) изучить теоретическую базу по теме «реалия»; 2) изучить классификации слов-реалий и их способы перевода, представленные в научной литературе; 3) отобрать русские слова-реалии в китайских текстах публицистического стиля; 4) выявить и проанализировать особенности перевода отобранных русских слов-реалий. Источниками исследования для работы выступили периодические онлайн-издания на русском и китайском языках за 2019-2022 год. Материалом для работы послужили русские слова-реалии на китайском языке, отобранные из электронных источников.

Прежде всего отметим, что мы понимаем под понятием «слова-реалии»: «иноязычные слова, употребляемые в речи для придания особого колорита, поскольку они описывают быт, реалии, явления жизни другого народа и не имеют аналогов в языке-реципиенте» [Маринова, 2013, с. 212]. Исходя из этого, выделим основные признаки изучаемого нами явления: иноязычное происхождение; обозначение реалий, символизирующих культуру других стран и народов, с целью передачи атмосферы и колорита; отсутствие эквивалента в языке-реципиенте.

Слова такого рода мы можем встретить в таких сферах нашей жизни, как устная речь и письменная речь (художественная литература, научные тексты и публицистика). Особенно нас интересует область письменной речи, а именно публицистика. Рассмотрим понятие текста в этой сфере. Публицистический текст – это «связный знаковый комплекс, сориентированный на взаимодействие автора и массовой аудитории для обмена актуальной социальной информацией, представлениями, мнениями и максимально актуализирующий

потенциал текстовой динамики» [Щелкунова, 2004, с. 11]. Экзотизмы в публицистике – не редкость. Они выполняют важные функции: отражение национальной языковой специфики; передача национального колорита с целью приближения читателя к атмосфере и языку той страны или народа, жизнь которых описывает автор. Примером может послужить статья Кристины Тучиной «Коренное население Аляски» [Тучина, 2012]. В данной статье мы можем наблюдать большое количество экзотизмов, помогающих передать колорит народов Аляски, а также «погрузить» читателя в атмосферу, как исторической, так и современной эпохи их жизни. Некоторые примеры из статьи: *алеуты, Атабаски, Анкориджа, Тлинкит*.

Говоря о переводе экзотизмов, мы скажем, что это довольно трудная задача, так как необходимо наряду с передачей семантики переводимого слова, сохранить коннотацию без потери местной и исторической окраски. Мы обратились к классификации Л. С. Бархударова [Бархударов, 1975], так как посчитали, что его способы можно применить по отношению к китайскому языку:

«1) Переводческая транслитерация и транскрипция применяются при переводе ономастической лексики: «*Кадиллак*», «*Дженерал моторс*», «*Novaya Zemlya*». Эти способы распространены в общественно-политической литературе и публицистике;

2) Калькирование – замена морфем или слов лексической единицы ИЯ на их прямые лексические аналоги в ПЯ: *небоскреб – skyscraper; Железная Леди – The Iron Lady*;

3) Описательный («разъяснительный») перевод – раскрытие значения лексической единицы ИЯ при помощи развернутого описания, которое отражает важнейшие признаки обозначаемого. Например: *landslide – победа на выборах с большим перевесом голосов; кипяток – boiling water*.

4) Приближенный перевод – поиск ближайшего аналога по значению слова ИЯ в ПЯ, не имеющего в ПЯ точных соответствий: *горсовет – Municipal Council; путевка (в санаторий) – voucher; drugstore – аптека; muffin – сдоба*;

5) Трансформационный перевод – изменение синтаксической структуры предложения, использование лексических замен с полным изменением значения исходного слова» [Бархударов, 1975, с. 97-102]. Л. С. Бархударов приводит четыре основных вида трансформации:

«1. Перестановка – это изменение порядка частей предложения в переводном тексте по сравнению с оригинальным.

2. Замена – это такой способ перевода, при котором лексические и грамматические единицы одного языка трансформируются в единицы другого с иными значениями.

3. Лексические добавления предполагают использование в переводе дополнительных необходимых лексических единиц, опущенных в ИЯ из-за отсутствия соответствий.

4. Лексические опущения – явления, обратные добавлениям. Представляют собой игнорирование избыточных для семантики слов ПЯ в процессе перевода» [Бархударов, 1975, с. 97-102].

Рабочая гипотеза исследования состоит в следующем: изучение и анализ слов-реалий в публицистических текстах на китайском и русском языках позволят выделить и описать наиболее популярные способы их перевода в соответствии с тематической группой. Источники нашего исследования – это интернет-издания на русском и китайском языках. Для подтверждения нашей гипотезы мы обратились к методу выборки русских слов-реалий из публицистических статей электронных источников, классифицировали их в соответствии с типологией слов-реалий В. С. Виноградова [Виноградов, 2001, с. 104-112], затем проанализировали их тематические группы на применение способов перевода и обобщили результаты в приведенной таблице (см. таблицу № 1).

Таблица № 1. Тематические группы слов-реалий в собранном материале

Тематическая группа слов-реалий	Общее количество единиц	Преобладающий способ перевода (количество единиц)
1. Ономастическая группа	16	Транскрипция (14)
1.1. Топонимы	9	Транскрипция (8)
1.2. Антропонимы	5	Транскрипция (5)
1.3. Названия компаний, музеев, дворцов и т.п.	2	Транскрипция и трансформация (1) Калькирование (1)
2. Единицы государственно-административного устройства	5	Калькирование (3)
2.1. Административные единицы и государственные институты	3	Калькирование (1) Описательный (1) Приближенный (1)
2.2. Основные воинские и полицейские подразделения и чины	1	Калькирование + трансформация
2.3. Гражданские должности и профессии, титулы и Звания	1	Калькирование
3. Мифологическая и этнографическая (сказочные существа)	2	Калькирование (2)
4. Ассоциативные реалии (фольклорные, исторические, литературно-книжные аллюзии)	1	Калькирование

При помощи анализа слов-реалий из интернет-источников мы выделили тематические группы экзотизмов, а затем для каждой из групп обозначили самый популярный способ перевода и количество его использований.

Мы отметили два способа перевода: калькирование и транскрипция. Первый прием оказался не самым многочисленным – 9 случаев применения из 24-х, но универсальным почти для каждой тематической группы, а именно для 3-х групп из 4-х. Второй приём, напротив, оказался весьма распространенным – 14 единиц из 24-х, но лишь в рамках группы «Ономастическая».

Таким образом, результаты эксперимента подтвердили выдвинутую нами гипотезу. Полученные результаты исследования могут быть применены в сфере межкультурной коммуникации носителей русского и китайского языков, а также в изучении вопросов, связанных с переводом реалий в публицистических текстах. Перспектива нашей работы связана с дальнейшим сбором и изучением материала из текстов публицистической сферы.

#### Литература и источники

1. Бархударов, Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с
2. Виноградов, В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. – М.: Институт общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.
3. Маринова, Е. В. Теория заимствования в основных понятиях и терминах: словарь-справочник / авт. – сост. Е. В. Маринова. – М.: Флинта, 2013. – 240 с.
4. Тучина, К. Коренное население Аляски [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ushistory.ru/populjarnaja-literatura/908-korennoe-naselenie-aljaski> (дата обращения: 28.01.2022).

5. Щелкунова, Е. С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации: специфика и функционирование: автореферат дисс. ... кандидата филологических наук / Е. С. Щелкунова. – Воронеж, 2004. – 26 с.

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

УДК 81' 316.776.4

**СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МЕТАКОММУНИКАТИВНЫХ  
ВЫСКАЗЫВАНИЙ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ (НА МАТЕРИАЛЕ  
ВИДЕОЗАПИСЕЙ ТОК-ШОУ)**

*Басалаева П. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[basalaeva.polina17@gmail.com](mailto:basalaeva.polina17@gmail.com)

**Аннотация.** Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию функционирования метакоммуникативных высказываний (МКВ) в русском и китайском языках. Объектом исследования является феномен метакоммуникации в русском и китайском языках, а предметом – метакоммуникативные выражения, позволяющие выявить функциональную специфику метакоммуникации в русском и китайском языках. Цель исследования – изучение функций МКВ на основе русских и китайских диалогов. Задачи исследования: 1) изучить теоретические основы исследования метакоммуникации; 2) сформировать исследовательский корпус языкового материала; 3) раскрыть лингвокультурную специфику собранных метакоммуникативных высказываний. В качестве источников исследования использованы диалоги, взятые из записей ток-шоу.

**Ключевые слова:** метакоммуникация; метакоммуникативное высказывание; диалог; ток-шоу; русский язык; китайский язык.

**THE SPECIFICS OF THE FUNCTIONING OF METACOMMUNICATIVE  
STATEMENTS IN RUSSIAN AND CHINESE  
(ON THE MATERIAL OF TALK-SHOW RECORDINGS)**

*Basalaeva P. A.*

Kemerovo State University

[basalaeva.polina17@gmail.com](mailto:basalaeva.polina17@gmail.com)

**Annotation.** This paper is devoted to theoretical and practical research of meta-communicative statements (MCS) in the Russian and Chinese languages. The object of research is the phenomenon of metacommunication in the Russian and Chinese languages, and the subject is metacommunicative expressions that allow to reveal the functional specificity of metacommunication in the Russian and Chinese languages. The aim of the research is to study functions of MWC on the basis of Russian and Chinese dialogues. The aims of the research are: 1) to study theoretical foundations of metacommunication research; 2) to form a research corpus of language material; 3) to reveal linguocultural specificity of the collected metacommunicative expressions. The sources of the research are dialogues taken from talk-show recordings.

**Key words:** metacommunication; metacommunicative statement; dialogue; talk show; Russian; Chinese.

В последнее время у исследователей вызывает интерес такое явление, как метакоммуникация. В лингвистике под метакоммуникацией понимается коммуникация по поводу коммуникации и относится к особому виду общения [Остапенко, 2013, с. 32]. Ее

характерная черта заключается в том, что в качестве предмета коммуникации выступает сам процесс общения. Метакоммуникация направлена на пояснение коммуникации ее же способами и средствами и позволяет взглянуть на общение со стороны и осмыслить его [Остапенко, 2013, с. 32].

В современной лингвистике наряду с терминами «метакоммуникация» существуют смежные понятия, обозначающие метакоммуникативные элементы. Поскольку исследователи изучают метакоммуникативные элементы с разных углов зрения, мы можем найти различные термины в литературе для описания единиц метакоммуникации. Например, «метакоммуникативные высказывания» и «стимулы», «метакоммуникативные конструкции» или «метатекстовые элементы», «метакоммуникативная вставная конструкция».

В нашей работе рассматривается такое понятие, как метакоммуникативное высказывание – «высказывание о высказываниях, т.е. о правилах и законах, которые подчиняются высказыванию» [Арюхина, 2006, с. 7]. Такие высказывания используются тогда, когда говорят о «способе выражения мысли, о форме изложения, об отношении собеседника к избираемому оформлению речи, о достижении взаимопонимания и о других моментах, касающихся техники ведения разговора» [Арюхина, 2006, с. 7-8]. Основание для любой метакоммуникации – появление в речи непонятных слов, двусмысленных высказываний. Во время коммуникации появляются некоторые элементы, маркеры метакоммуникативной ситуации, которые «сигнализируют коммуниканту о необходимости введения метакоммуникативного высказывания» [Гуревич, 2009, с. 150]. Эти элементы могут быть как вербальными, так и невербальными.

В диссертационной работе Е. Г. Арюхиной выделяется пять групп метакоммуникативных высказываний: 1) МКВ с интенцией побуждения к речи; 2) МКВ с интенцией требования не отклоняться от темы разговора; 3) МКВ с интенцией уточнения; 4) МКВ с интенцией смены темы разговора; 5) МКВ, выражающие заинтересованность и участие в разговоре [Арюхина, 2006, с. 8-9].

Отметим, что классификация, предложенная Е. Г. Арюхиной, базируется на английском языке. В связи с этим научный интерес представляет анализ МКВ в русских и китайских диалогах. В данной статье мы рассмотрим группы МКВ с интенцией уточнения. Такие МКВ выполняют функцию предотвращения и устранения коммуникативных неудач, возникающих в процессе общения. Эта группа имеет 2 подгруппы: 1) МКВ, уточняющие собственные коммуникативные намерения говорящего; 2) МКВ с интенцией уточнения коммуникативных намерений собеседника. Рабочая гипотеза исследования состоит в следующем: изучение метакоммуникации как лингвокультурного феномена позволит выявить общее и специфическое в функционировании МКВ в русских и китайских диалогах. В качестве **фактологического материала** выбраны видеозаписи ток-шоу: на русском языке – «Вечерний Ургант» (вып. 1563 от 19.11. 2021), на китайском языке – «金星秀» [Jīnxīng xiù] (вып. 48 от 09.10.2021). Основная единица нашего изучения – диалогическое единство (ДЕ). Всего собрано 21 ДЕ, из них 12 ДЕ – в русском языке, 9 ДЕ – в китайском языке.

Для подтверждения выдвинутой нами гипотезы обратимся к сопоставительному анализу собранного языкового материала, представленного в диалоговых репликах сравниваемых языков (см. таблицу № 1).

Таблица № 1. Сопоставительный анализ собранного материала

Вид МКВ	Пример из русского языка	Пример из китайского языка	Сопоставительный анализ
<p>МКВ с интенцией уточнения коммуникативных намерений собеседника</p>	<p>ДЕ-1</p> <p>Гость: Давай я буду говорить все, что считают люди, что я делаю. Первое, отрезала желудок.</p> <p>Ведущий: Отрезала <u>часть</u> желудка?</p>	<p>ДЕ-4</p> <p>Ведущий: 主持界来的第一位就是您 [Zhǔchí jiè lái de dì yī wèi jiùshì nín] — Вы - первый человек, пришедший из мира хостинга.</p> <p>Гость: 我是第一个是吧? [Wǒ shì dì yī gè shì ba?] — Я первый, да?</p>	<p>1. Вопросительное предложение; логическое ударение</p> <p>2. Вопросительное предложение; частица 吧 [ba], выражающая догадку или предположение</p>
	<p>ДЕ-2</p> <p>Гость: Я путешествовал с детьми один, Лейсан не ездила. У нее была работа. У меня работающая жена, приносит в дом хлеб.</p> <p>Ведущий: То есть вы <u>втроем</u> с детьми поехали?</p>	<p>— ДЕ-5</p> <p>Гость: 我说为什么他说原定的是你告诉家里, 你提前20号回来但你是昨天21号回来的。我们全家都等着你吃晚饭你晃了全家一下 [Wǒ shuō wèishéme tā shuō yuán dìng de shì nǐ gào sù jiā lǐ, nǐ tí qián 20 hào huí lái dàn nǐ shì zuó tiān 21 hào huí lái de. Wǒ men quán jiā dōu děng zhe nǐ chī wǎn fàn nǐ huǎng le quán jiā yí xià]</p> <p>— Ведущий: 你是提前了还是推迟了? [Nǐ shì tí qián le hái shì tuī chí le?] — Так ты пришла рано или поздно?</p>	<p>1. Вопросительное предложение; союз то есть для уточнения предшествующего предложения; интонация</p> <p>2. Вопросительное предложение; союз 还是 [háishi], со значением «или».</p>
<p>МКВ, уточняющие</p>	<p>ДЕ-3</p>	<p>—</p>	<p>1. Предложение, которое содержит тематический компонент.</p>

собственные коммуникативные намерения говорящего	Ведущий: А видел ты концерт комика Дениса Чужого, где он про тебя минут пятнадцать говорил? Гость: Нет. Надо посмотреть? Ведущий: Паша, ты стал героем стендапа. Я <u>вот про что говорю</u> »		2. В анализируемом материале пример не обнаружен.
--	---	--	---

Анализ примеров выявил схожее построение высказываний в сравниваемых языках. И в китайском, и в русском языке МКВ с интенцией уточнения собеседника являются вопросительными, но в русском языке чаще используется логическое ударение, а в китайском – грамматические конструкции. Анализ материала также выявил, что МКВ, уточняющие собственные коммуникативные намерения говорящего, в русском языке представлены в виде предложений, которые с точки коммуникативного синтаксиса, содержат тематический компонент. В китайском материале подобные конструкции обнаружены не были. Перспектива нашей работы связана с дальнейшим сбором материала для более точного анализа функций метакоммуникативных высказываний в сравниваемых лингвокультурах.

#### **Литература и источники**

1. Арюхина, Е. Г. Метакоммуникативные высказывания, управляющие содержательной стороной диалога и интенцией высказываний / Е. Г. Арюхина. – Белгород, 2006. – 22 с.
3. Гуревич, Л. С. Коммуникация и метакоммуникация в диалектике познания / Л. С. Гуревич // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2009. – № 2. – С. 148-155.
3. Остапенко, Д. И. К трактовке понятия «метакоммуникация» / Д. И. Остапенко // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2013. – № 1. – С. 32-35.

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

ПРОПОЗИЦИОНАЛЬНО-ФРЕЙМОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ КОНЦЕПТОВ «СУП»  
И «ЛАПША» В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ (НА ОСНОВЕ  
ЭКСПЕРИМЕНТА)

*Воробьева К. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[vorobieva.2001.k@mail.ru](mailto:vorobieva.2001.k@mail.ru)

**Аннотация.** В статье затрагиваются аспекты ментально-языковой организации концептов на основе пропозиционально-фреймового моделирования. Иллюстрации картин мира русской и китайской лингвокультур находят свое отражение в ментальных репрезентациях языковых единиц в человеческом сознании. Категоризация мира и обобщение человеческого опыта являются единением сознания и языковой формы. Работа содержит фрагмент исследования, в котором отражены результаты простого и направленного ассоциативного экспериментов. Цель настоящей статьи – на основе полученных данных эксперимента представить фреймовую структуру концептов «суп» и «лапша» двух типологически разных языков. В результате установлено, что в иерархически представленной фреймовой структуре концептов «суп» и «лапша» выявлены пересечения на уровне слотов в каждом из языков.

**Ключевые слова:** фрейм, концепт, языковая картина мира, категоризация, ассоциативный эксперимент, лингвокультура.

PROPOSITIONAL FRAME-BASED ORGANIZATION OF THE CONCEPTS  
"SOUP" AND "NOODLES" IN THE RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES (BASED  
ON EXPERIMENT)

*Vorobieva K. V.*

Kemerovo State University

[vorobieva.2001.k@mail.ru](mailto:vorobieva.2001.k@mail.ru)

**Annotation.** The article touches upon aspects of the mental-linguistic organization of concepts based on propositional-frame modeling. Illustrations of the worldviews of Russian and Chinese linguistic cultures are reflected in the mental representations of linguistic units in the human mind. The categorization of the world and the generalization of human experience are a unity of consciousness and linguistic form. The work contains a fragment of the study, which reflects the results of simple and directed associative experiments. The purpose of this article is to present the frame structure of the concepts "soup" and "noodles" of two typologically different languages based on the experimental data obtained. As a result, it was found that in the hierarchically represented frame structure of the concepts "soup" and "noodles" intersections were found at the level of slots in each of the languages.

**Key words:** frame, concept, linguistic picture of the world, categorization, associative experiment, linguistic culture.

Языковая картина мира является собой уникальный феномен для каждого народа и ее можно определить, как «исторически сложившуюся в обыденном сознании данного языкового коллектива и отраженную в языке совокупность представлений о мире, определенный способ концептуализации действительности» [Вежбицкая, 2001, с 25].

Концепты «суп» и «лапша» – лишь фрагменты, компоненты макроконцепта «Пища», представляющего собой сложное ментальное образование. Актуальность исследования определяется недостаточной изученностью феномена еды, раскрывающего огромный пласт культурной жизни того или иного народа. Цель работы заключается в выявлении и идентификации когнитивно-смысловых компонентов исследуемых концептов, отражающих

своеобразие языковых картин мира её представителей. Объектом нашего исследования являются ассоциаты, данные на слова-реакции «суп» и «лапша» в ходе эксперимента по двум языкам. Предмет исследования – когнитивные и лингвокультурологические особенности фреймовой структуры рассматриваемых концептов. К методам и методикам исследования, применимым в работе, относятся: методика пропозиционально-фреймового моделирования, метод анкетирования и описательный метод.

Описание хода эксперимента. Для моделирования фреймовой структуры двух концептов проведен ассоциативный эксперимент. Информантами выступали по 30 носителей русского и китайского языков в возрастной категории от 17 до 25 лет. Русскоязычные испытуемые – студенты 1 курса направления «Лингвистика» Кемеровского государственного университета (г. Кемерово, РФ), китайскоязычные информанты – студенты 2 курса филологического факультета Цицикарского университета (г. Цицикар, пров. Хэйлунцзян, КНР). Реципиентам двух языковых групп представлена анкета-опросник, включающая в себя стандартные параметры (пол, возраст, род деятельности, родной город / страна) и 3 вопроса: 1) При прочтении нижеуказанных слов запишите свои ассоциации, первыми пришедшие на ум; 2) Объясните значение каждого слова; 3) Какие пословицы, поговорки, фразеологизмы Вы знаете со словами "суп"/"лапша"? Аналогичная анкета была составлена и на китайском языке.

В результате проведенного ассоциативного эксперимента можно сделать вывод о том, что для представителей обеих культур слово «суп» ассоциируется с семьей, уютом, теплом и болезнями, зимнем временем года, а слово «лапша» с японским видом лапши – рамен (для носителей китайского языка 拉面 [lāmiàn]), с лапшой быстрого приготовления, спагетти, а также обе языковые группы отмечали лапшу в качестве одного из самых любимых блюд. Отличными для носителей русского языка в рамках ассоциата «суп» были реакции, обозначающие различные виды таких традиционных супов, как «борщ», «солянка», «щи», «рассольник», «уха», а также столовые приборы и посуду.

Носителями китайского языка, в свою очередь, дана такая ассоциация, как известный вид супа 佛跳牆山 fó tiào qiáng shān, который дословно переводится «Будда перепрыгивает через стену». История происхождения данного блюда весьма интересная. Существует много разных версий, но по одной из них происхождение связано с именем ученого, жившего во времена династии Цин. Как-то ученый отправился в путешествие с друзьями. Он взял с собой пищу в дорогу, которую положил в глиняный сосуд, в котором также хранилось вино. Каждый раз, когда он ел, он подогревал глиняный горшочек на открытом огне. Когда путники прибыли в провинцию Фуцзянь, ученый принялся готовить блюдо. Ароматы распространились до одного буддийского монастыря, где жили монахи. Как известно, монахам было запрещено употреблять мясо, но один из них не выдержал и перелез через стену. Один из друзей был поэтом и, увидев это, сказал: «Еда настолько вкусная, что даже Будда не удержался и перепрыгнул стену». Данное блюдо считается деликатесом, готовится из тушеных морепродуктов, мяса цыпленка, утки, свиных ножек. Все ингредиенты готовятся в керамической кастрюле.

Кроме этого, ассоциативный ряд на стимульное слово составляют также единицы: ресторанная еда, суп из корня лотоса, кукурузный суп со свиными ребрышками, лечебные виды супов, используемые в китайской медицине, например, имбирный суп при простуде.

При прочтении слова «лапша» у русскоговорящих возникал ассоциативный ряд с Китаем и азиатскими культурами, аниме, мультфильмом «Кунг-фу панда», итальянской пастой (спагетти) и гарниром к мясу или салату. У носителей китайского языка данный стимул вызывал ассоциации с очень большим разнообразием различных видов лапши, провинцией Шаньси – родиной лапши, основной едой жителей северного Китая, способами ее приготовления. Ассоциации были также связаны с домашней лапшой, которую готовила бабушка или мама.

В ходе эксперимента информантам предлагалось дать определения понятиям «суп» и «лапша». Общими ответами при определении слова «суп» для представителей обеих

лингвокультур были: вода, с добавлением различных видов овощей и мяса и других ингредиентов, согревающая жидкость. Для ассоциата «лапша» общими являлись: длинные полоски из теста, изделие из муки.

Различным при определении данных слов являлось то, что слово-стимул «суп» носители русского языка характеризовали как «некую субстанцию, жидкое блюдо и бульон», тогда как носители китайского языка описывали его как «дымящуюся воду, сваренную еду, которая согревает желудок.

Что касается ассоциативного ряда, данного на стимульное слово «лапша», то для русскоязычных информантов это «мучное изделие похожее на веревки, вид гарнира, просто вид еды». Носители китайского языка более детально и подробно описывали данное слово, называя разновидности муки, из которых изготавливается тесто, способы ее изготовления (тесто прессуют или раскатывают в листы, нарезают на широкие или тонкие полоски, вытягивают, защипывают, делят на небольшие кусочки, отбивают, тушат, жарят и т.д.), а также определяют как продукт, который долго хранится без порчи.

Согласно вопросу № 3 представленной анкеты, выявлены разные контекстуальные реакции, данные информантами обеих языковых групп. Для русскоговорящих испытуемых самыми частотными являются такие выражения, как «вешать лапшу на уши», «из плохих овощей не сварить хороших щей», «расти большой, не будь лапшой», «индюк долго думал, да в суп попал», обладающие отрицательной коннотацией.

Реакции китайскоязычных информантов более разнообразны, среди которых:

□ 汤如美酒一饮而尽,舌舔唇边回味无穷 [tāng rú měijiǔ yī yǐn ér jìn, shé tiǎn chún biān huíwèi wúqióng] – суп подобен отличному вину, выпивается залпом, а его незабываемый вкус еще долго остается на губах (примечание: так говорят об очень вкусном супе);

□ 清汤寡水 [qīngtāng guǎ shuǐ] – пустая похлебка без мяса и жира (в значении «пресное и безвкусное», «трава травой»);

□ 落汤鸡 [luòtāngjī] – курица в супе (в значении «промокнуть до нитки»);

□ 赴汤蹈火 [fùtāngdǎohuǒ] – плыть через кипяток, ступать по огню (значение: а) идти на любые жертвы; вынести любые страдания, не останавливаться ни перед чем; б) находиться в крайней опасности, на краю гибели).

Таким образом, результаты ассоциативного эксперимента показывают, что на предложенные ассоциаты «суп» и «лапша» даны как общие, так и специфические реакции. Данные реакции обусловлены лингвокультурными особенностями носителей русского и китайского языков. Материал исследования демонстрирует многогранность и уникальность мировидения двух народов. Перспективы дальнейшего исследования видятся в привлечении большего количества испытуемых обоих языков для верификации результатов, моделировании полной, разветвленной структуры рассматриваемых концептов путем сопоставления экспериментальных данных и данных лексикографических источников.

### Литература и источники

1. Бакина, А. Д. Структура и организация фрейма «bread» (хлеб) в библейской фра-зеологии / А. Д. Бакина // Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики. – 2021. – С. 12 – 17.
2. Вежбицкая, А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики / А. Вежбицкая. – М.: Языки славянской культуры, 2001. – 272 с.
3. Лунгу, И. А. Моделирование концепта с помощью фреймовой структуры (на при-мере слова «школа») / И. А. Лунгу // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2015. – № 1. – Ч. 2. – С. 129 – 132.

4. Юрина, Е. А., Балдова, А. В. Пищевая метафора в процессе концептуализации, категоризации и вербализации представлений о мире / Е. А. Юрина, А. В. Балдова // Вестник Томского государственного университета. Филология. – Томск: Изд-во НИ «ТГУ», 2017. – № 48. – С. 98 – 115.

5. Большой китайско-русский словарь. – Режим доступа: <https://bkrs.info/>

*Научный руководитель – к.ф.н., доцент кафедры стилистики и риторики  
Абдуллаева Ф.Э., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 81.373.222

## ЗООМОРФНЫЙ КОД КУЛЬТУРЫ В КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ МИФОЛОГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ СКАЗОК)

*Ворошилова З. Ю.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[voroshilova.z@inbox.ru](mailto:voroshilova.z@inbox.ru)

**Аннотация.** Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию зооморфного кода и его отражению в русской и китайской лингвокультурах. Особый интерес в нашей работе вызывает изучение зооморфного кода как лингвистического, когнитивного и культурного феномена. Предмет нашего исследования – зооморфный код в русском и китайском языке, а объект исследования – специфика его реализации в русской и китайской лингвокультурах. Целью нашей работы является изучение зооморфного кода как ключа к пониманию культуры и мышления русского и китайского народа. В качестве материала исследования использованы русские и китайские народные сказки. Результаты исследования могут быть применены в лингвокультурологии, паремиологии, лингвофольклористике.

Ключевые слова: код культуры; зооморфный код; поговорка; сказка; миф; китайский язык; русский язык; лингвокультура.

## ZOOMORPHIC CODE OF CULTURE IN CHINESE AND RUSSIAN MYTHOLOGY (BASED ON FAIRY TALES)

*Voroshilova Z. Y.*

Kemerovo State University

[voroshilova.z@inbox.ru](mailto:voroshilova.z@inbox.ru)

**Annotation.** This paper is devoted to the theoretical and practical study of the zoomorphic code and its reflection in Russian and Chinese linguistic cultures. Of particular interest in our work is the study of the zoomorphic code as a linguistic, cognitive and cultural phenomenon. Russian and Chinese zoomorphic code is the subject of our research, and the object of our research is the specifics of its implementation in Russian and Chinese linguocultures. The purpose of our work is to study the zoomorphic code as a key to understanding the culture and thinking of the Russian and Chinese people. Russian and Chinese folk tales were used as the research material. The results of the study can be applied in linguoculturology, paremiology, linguofolcloristics.

**Keywords:** culture code; zoomorphic code; paroemia; fairy tale; myth; Chinese language; Russian language; linguoculture.

Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию антропоморфного кода и его отражению в русской и китайской лингвокультурах. Определение границ и объема понятия «культурный код» до сих пор остается дискуссионным в науке. Так, доктор филологических наук В. В. Красных определяет код

культуры следующим образом: «Код культуры может быть определен как «сетка», которую культура “набрасывает” на окружающий мир, членит, категоризует, структурирует и оценивает его. Коды культуры соотносятся с древнейшими архитипическими представлениями человека. Собственно говоря, коды культуры эти представления и “кодируют”» [Красных, 2001, с. 5]. Отечественный лингвист М. В. Савицкий отмечает, что под кодом культуры может пониматься «знаковый носитель картины мира или даже сама картина мира» [Савицкий, 2019, с. 69]: «В первом случае эта характеристика, в целом верная, не может считаться определением (в нее включено только одно категориальное свойство определяемого объекта), а во втором случае термин культурный код дублирует термин картина мира» [Савицкий, 2019, с. 69]. Наиболее подходящее определение для нашей работы находим у алтайской исследовательницы Н. Р. Ойноткиновой: «культурный код – это способ выражения смысла при описании духовного и материального мира в культурном пространстве носителями языка, а также языковой способ концептуализации окружающего мира» [Ойноткинова, 2021, с.66]. Таким образом, можно сказать, что культурный код неразрывно связан с культурой и носителями языка. Также культурный код соотносится с термином «картина мира».

При классификации культурных кодов мы опираемся на концепцию, предложенную в работе В. В. Красных: «1) соматический (телесный); 2) пространственный; 3) временной; 4) предметный; 5) зооморфный; 6) духовный» [Красных, 2001, с. 8].

Научный интерес в рамках нашей работы представляет зооморфный код. В. В. Красных, один из главных исследователей зооморфного кода, называет его «биоморфным», аргументируя свою позицию следующим образом: «Биоморфный код культуры связан с живыми существами, населяющими окружающий мир. Данный код культуры отражает представления человека о мире животных, о растительном мире и о мире бестиариев, который находится в пограничной зоне, пересекаясь с двумя указанными мирами. Этот код культуры связан в первую очередь с бытующими стереотипами» [Красных, 2001, с. 12].

Наиболее эффективным инструментом описания картины мира определенного народа является методика мотивационного анализа, разработанная С. М. Толстой [Толстая, 2022, с. 114]. Применение данной методики в фольклорных текстах предложила Н. Р. Ойноткинова в монографии «Мифологическая картина мира алтайцев» [Ойноткинова, 2021]. Данным исследователем были выявлены 6 основных мотивационных моделей на материале алтайского эпоса: «1) животное → человек; 2) животное → божество; 3) животное → дух; 4) животное → артефакт; 5) животное → наименование времени; 6) животное → космическое светило» [Ойноткинова, 2021, с. 80-90].

Представленные мотивационные модели находят отражение в сюжетах сказок, мифов, легенд различных народов. Целью практической части нашего исследования является сравнение зооморфного кода китайской лингвокультуры с его аналогом в русской. В качестве базовой в работе применена методика мотивационного анализа. Материал исследования составили русские [Афанасьев, 1984-1985] и китайские народные сказки, легенды, предания [КНС], в названии которых представлен компонент-зооним.

Наиболее распространенной мотивационной моделью, реализующей в китайском и русском народном фольклоре, является модель «животное → человек». Ее воплощение находим в сказках о животных, главными героями которых выступают персонифицированные животные: «Повадки животных и птиц осмысливаются как эталонные при сравнении с поведением человека и соответствующие номинации привлекаются для характеристики морально-нравственных качеств людей» [Ойноткинова, 2021, с. 81]. Взаимодействие животных, обладающих даром речи, возможностью общения, бытовыми проблемами представлено в таких русских народных сказках, как «Три медведя», «Лиса и Котофей Иванович», «Теремок», «Волк и семеро козлят» и др. [Афанасьев, 1984-1985].

В китайской народной сказке «Слон и воробей» [КНС] главный персонаж сказки слон обладает такими чертами, как гордыня, глупость. Эти отрицательные человеческие

качества придаются осуждению в каждой лингвокультуре. В финале сказки из-за своей гордости и глупости глаза у слона становятся маленькими и узкими, рога исчезают, а уши прижимаются к голове. В китайской народной сказке «Тигр и лиса» [КНС] мы также можем увидеть реализацию мотивационной модели «животное → человек». Как известно, хитрость и изворотливость присущи человеку. Главный персонаж сказки лиса также имеет эти отрицательные качества. Ради спасения собственной жизни лисе приходится хитрить и обманывать тигра, что придает ей человеческие черты.

Таким образом, в ходе теоретической и практической части нашего исследования мы доказали, что зооморфный код представляет собой значительный культурный пласт в русской и китайской лингвокультуре. Большая часть сказок имеет поучительный характер для читателей. Мотивационное моделирование русских и китайских сказок позволяет более подробно изучить зооморфный код культуры.

#### **Литература и источники**

1. Афанасьев, А. Н. Народные русские сказки / А. Н. Афанасьев. – М.: Наука, 1984-1985. – 515 с.
2. КНС – Китайские народные сказки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [<http://skazkoved.ru/index.php?fid=1&sid=14>] (дата обращения: 12.12.2022).
3. Красных, В. В. Коды и эталоны культуры (приглашение к разговору) / В. В. Красных // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2001. – С. 5-19.
4. Ойноткинова, Н. Р. Мифологическая картина мира алтайцев: концепты, мотивы, сюжеты: монография / Н. Р. Ойноткинова. – М.: Новосибирск: ИПЦ НГУ, 2021. – 622 с.
5. Савицкий, М. В. Культурные коды: сущность, состав и функционирование в процессе общения / М. В. Савицкий // Дискурс профессиональной коммуникации. – 2019. – № 4. – С. 68-77.
6. Толстая, С. М. Мотивационные семантические модели и картина мира / С. М. Толстая. – Русский язык в научном освещении. – 2002. – № 1 (3). – С. 112-127.

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

**УДК 811.5**

#### **ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ О ЛЮБВИ И ОТНОШЕНИЯХ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

*Гордеева А. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[alina\\_gordeeva\\_2002@mail.ru](mailto:alina_gordeeva_2002@mail.ru)

**Аннотация.** Данная статья посвящена фреймовому анализу фразеологизмов о любви и отношениях в русском и китайском языках. Фразеологизмы - это наиболее специфичная часть языка, они представляют собой ценный источник знаний о культуре народа. Проблема изучения фразеологизмов является актуальной в настоящее время. Использование фразеологизмов в межкультурном общении сделает коммуникацию успешной. Фразеологические единицы о любви и отношениях часто употребляются говорящими как в русском, так и в китайском языках. Отношения мужчины и женщины составляют основу жизни и с древних времён отражаются во фразеологизмах русского и китайского народов. Вследствие этого, фразеологизмы о любви и отношениях представляют теоретический и практический интерес для науки.

**Ключевые слова:** фразеологизм, фрейм, субфрейм, слот, языковая картина мира, любовь, отношения.

## PHRASEOLOGICAL UNITS ABOUT LOVE AND RELATIONSHIPS IN THE RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES

*Gordeeva A.S.*

Kemerovo State University

**Annotation.** This article is devoted to the frame analysis of phraseological units about love and relationships in Russian and Chinese. Phraseological units, being the most specific part of the language, represent a special source of knowledge about the culture of the people. The problem of studying phraseological units is currently relevant. Knowledge of phraseological units in intercultural communication will make communication successful. Phraseological units about love and relationships are often used in both Russian and Chinese. The relationship of a man and a woman is the basis of life and has been reflected in the phraseological units of the Russian and Chinese peoples since ancient times. As a result, phraseological units about love and relationships are of theoretical and practical interest to science.

**Key words:** phraseologism, frame, subframe, slot, language picture of the world, Chinese language, love, relationship.

В современной лингвистике изучение когнитивной составляющей семантики языковых единиц представляется одним из актуальных и перспективных направлений. Использование пропозиционально-фреймового анализа при моделировании структуры и содержания исследуемого фрейма активизирует фоновые знания о стереотипных ситуациях в сознании различных народов, в том числе русских и китайцев.

Когнитивная лингвистика активно развивается не только в отечественной лингвистике, но и в зарубежной [Гусельникова, 2007]. Однако когнитивный анализ прежде всего был применён к анализу лексических единиц, лингвокогнитивный подход к анализу фразеологизмов только начинает разрабатываться в современной лингвистике [Булгакова, 2018].

В когнитивной парадигме фразеологизм понимается как микротекст, структурирующийся в ходе интерпретации носителем языка всех типов семантической информации фразеологизма в семантическом пространстве культурного знания, принадлежащего субъекту речевого общения [Ковшова, 2009, с. 19-30].

Понятие «фрейм» является ключевым словом основного анализа, применяемого в данной статье. Впервые оно было введено М. Минским в широкое научное применение. Под фреймом понимается «когнитивная структура знания (или ее представление) о типической, тематически единой ситуации, организованной в виде совокупности иерархически расположенных, взаимодействующих друг с другом субфреймов и составляющих их слотов, характеризующаяся наличием конвенционального начала и категориальным принципом организации знания» [Гусельникова, 2007, с. 19].

Внутри фреймовой структуры каждого фразеологизма выделяется ряд субфреймов. «Субфреймы – уровни во фреймовой структуре, представляющие собой набор тематически единых признаков, являющихся цепочками иерархически расположенных слотов» [Гусельникова, 2009, с. 155-162]. Слоты выстраиваются во фреймовой структуре в порядке частотности; их объединение в тот или иной субфрейм происходит по принципу тематического сходства. Каждый слот выражает определенный когнитивный признак. Несколько слотов могут отражать один признак.

Исследование фразеологизмов в аспекте фреймов позволяет по-новому взглянуть на фразеологический материал, проанализировать внутренние «глубинные» структуры фразеологизмов. Объект фреймового анализа – фразеологическое значение в любом его ракурсе и проявлении. Метод фреймового анализа исходит из теории концептуального моделирования актуального значения идиомы, исследованной Д.О. Добровольским и А.Н. Барановым. Основное положение теории заключается в том, что «в качестве источника

формирования идиоматического значения выступают не значения слов-компонентов, а связанные с ними фреймы и сценарии, в связи с чем значения идиом предлагается описывать как результат концептуальных преобразований над фреймами / сценариями и их составляющими – слотами» [Баранов, 1991, с. 3-13]. Этот вариант фреймового анализа имеет ряд преимуществ: появляется возможность разностороннего исследования системных связей внутри фразеологических единиц и описания глубинной внутренней формы фразеологизмов.

Проведенный нами фреймовый анализ русских и китайских фразеологизмов о любви и отношениях показывает, что подобные устойчивые словосочетания насчитываются в довольно большом количестве и являются разнообразными по своей структуре и организации в обоих языках. Во фразеологических единицах отражены особенности романтических отношений между мужчиной и женщиной в Китае и в России.

Каждая нация обладает присущими только ей особенностями, сформировавшимися на протяжении многих веков, традициями и обычаями, своей культурой отношений между мужчиной и женщиной, что проявляется на уровне языка в формировании специфических концептов, отражающих исключительность каждого народа. Любовь является одним из основных компонентов духовной культуры. Несмотря на то, что она обладает универсальным характером, в каждой культуре понимается и трактуется определенным образом.

Образ любви и отношений находит место в культуре русского и китайского народов. Написано много литературных, музыкальных, художественных произведений на тему любви. Ежедневно в театрах проводятся лирические спектакли. Любовные романы являются одним из самых читаемых жанров. Для музыкантов, поэтов, художников, режиссеров тема любви и отношений по-прежнему остается вдохновляющей. Мелодрамы занимают весомое место в киносфере, фильмы этого жанра получают большинство наград кинофестивалей.

Для выявления динамики использования той или иной когнитивной категории, а также для выявления специфики фреймовой организации устойчивых словосочетаний мы провели количественный анализ субфреймов анализируемых фреймов.

Наиболее часто встречающимся субфреймом в структуре фреймов русского языка является субфрейм «действие, направленное на субъект». Это говорит о том, что люди тесно взаимодействуют друг с другом. Влюблённые люди совершают действия, поступки, подвиги для своего возлюбленного. В период романтических отношений мужчины одаривают женщин подарками, цветами. Женщины поддерживают мужчин морально, заботятся и оберегают. Все действия, которые влюбленные совершают по отношению друг к другу, взаимны. Поступки бывают как положительными, так и отрицательными. В данном субфрейме выделяется слот «упадок любовного чувства», в который входят следующие фразеологизмы: **«любовь прошла, завяли помидоры»** – Упадок любовного чувства; **«любовная лодка разбилась о быт»** – Проблемы в семейных отношениях, конец романтике; **«любовный треугольник»** – В отношения вовлечены сразу три человека, один из них – третий - лишний.

Аналогично субфреймам русских фразеологизмов, в китайских фразеологизмах также доминирует субфрейм «действие, направленное на субъект». Фразеологизмы о любви и отношениях в китайском языке наполнены метафорой. Любовь сравнивается с завораживающей красотой природы, с боевым искусством. Любовь пропитана национальным духом Китая, обычаями и традициями. Посредством подобного рода внутренних понятийных структур выражаются представления человека о мире. В слот «любить» входят такие фразеологизмы, как: **干柴烈火 gāncháilièhuǒ** – Сухой валежник вспыхнул (вспыхнула любовь, страсть); **掌上明珠 zhǎngshàngmíngzhū** – Яркая жемчужина на ладони (страстная болезненная любовь).

Субфрейм «качественная характеристика действия» также часто встречается в структуре фреймов русского языка. Выделяется слот «любить страстно», содержащий

следующие фразеологизмы: «пылать любовью» – Страстно любить; «потерять голову от любви» – Безрассудно влюбиться; «любить по-русски» – Любить без оглядки, до самоотречения; «без памяти влюбиться» – любить очень сильно, страстно, до самозабвения; слот «любить слепо», в который входит фразеологизм «любовь зла – полюбишь и козла» – Чувства мешают человеку трезво смотреть на предмет своей любви. В приведенных фразеологических единицах актуализируется как положительная, так и отрицательная характеристика. Это означает, что действия влюбленных по отношению друг к другу могут доставлять разные эмоции.

В структуре фреймов китайского языка выделяется субфрейм «качественная характеристика действия». В слот «любить страстно» входят фразеологизмы: 色衰爱弛 *sèshuāi àichí* – Красота поблекла, любовь потухла (мужская страсть к новым романтическим приключениям); 故剑情深 *gùjiànqíngshēn* – К старому мечу чувства глубоки (глубокие чувства, любовь к первой жене); 爱不释手 *àibùshìshǒu* – Любить так, что не в силах рвать руки (никак не оторваться друг от друга; не в силах расстаться).

Китайские и русские фразеологические единицы о любви и отношениях во многом схожи. Во фразеологизмах обоих языков актуализируются отношения между мужчиной и женщиной посредством сравнения с элементами природы, культуры и быта. В данных выражениях прослеживается история развития любовных отношений.

Благодаря фреймовому анализу выявляются как общие, так и уникальные черты в культуре определенной нации, отраженные во фразеологической картине мира разных народов. Фреймовая структура с входящими в нее субфреймами позволяет представить языковую картину мира обоих народов, отразить их мировосприятие посредством фразеологизмов с лексическими компонентами любви и отношений.

#### Литература и источники

1. Баранов, А.Н. Концептуальная модель значения идиомы. Когнитивные аспекты лексики / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский; немецкий язык: Сб. науч. тр. Тверь: Твер. гос. ун-т, 1991. – С. 3-13.
2. Булгакова, О. А. Специфика фреймовой организации фразеологизмов русского языка с названиями блюд и продуктов питания / О. А. Булгакова // Исследования русской и славянской фразеологии в диахронии и синхронии: Коллективная монография. – Оломоуц: Univerzita Palackého v Olomouci, 2018. – С. 76-80.
3. Гусельникова, О.В. Динамика фреймовой структуры фразеологизмов с семантикой количества в обыденном сознании носителей русского языка: автореф. дис. ... канд. филолог. наук: 10.02.01/ Гусельникова Олеся Валентиновна. – Новосибирск, 2007. – 19 с.
4. Гусельникова, О.В. Когнитивный аспект изучения фразеологии [Электронный ресурс] / О.В. Гусельникова // Актуальные вопросы современной науки. – 2009. – N5-2. – С 155–162. – Режим доступа: [cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyy-aspekt-izucheniya-frazeologii](http://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyy-aspekt-izucheniya-frazeologii). (Дата обращения: 30.04.2022).
5. Ковшова, М.Л. Символ в семантике фразеологизмов: опыт исследования // Вопросы филологии. – М., 2009. – № 1. – С.19-30.
6. Маслова, В.А. Введение в когнитивную лингвистику. Изд. 3-е, перераб. М.: Флинта: Наука, 2007. – 294 с.

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

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ПЕРЕВОДА  
НАЗВАНИЙ КИТАЙСКИХ КНИГ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

*Гордеева С. О.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Работа содержит анализ стратегий и тактик перевода названий китайских книг. Выбор определенных стратегий и тактик обусловлен грамотно выполненным предпереводческим анализом текста, а также использованием профессиональных навыков самого переводчика. В работе осуществлен анализ часто используемых стратегий на конкретных примерах как современных, так и классических китайских книг. Анализ каждого названия произведения помогает выявить частотность использования каждой стратегии в процентном соотношении. В работе также предложен алгоритм предпереводческого анализа текста, который способствует грамотному, адекватному переводу и правильной адаптации названия книги на русском языке.

**Ключевые слова:** стратегия, тактика, перевод, название, китайский язык, русский язык, грамматика.

STRATEGIES AND TACTICS FOR TRANSLATING  
THE TITLES OF CHINESE BOOKS INTO RUSSIAN

*Gordeeva S. O.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** The paper contains an analysis of the strategies and tactics of translating Chinese book titles. The choice of certain strategies and tactics is due to a well-executed pre-translational analysis of the text, as well as the use of the professional skills of the translator himself. The paper analyzes frequently used strategies on specific examples of both modern and classical Chinese books. Analysis of each title of the work helps to identify the frequency of use of each strategy in percentage terms. The paper also developed and proposed an algorithm for pre-translational analysis of the text, which contributes to a competent translation and correct adaptation of the title of the book in Russian.

**Key words:** strategy, tactics, title, translation, Chinese, Russian, grammar.

Перевод – это актуальная проблема современности, ведь межкультурные коммуникации появляются во всех сферах нашей жизни, в том числе и при переводе книг. Некоторые из переводчиков часто не знают, к каким методам и стратегиям им стоит прибегнуть для выполнения грамотного перевода названия книги, который не исказил бы при этом замысел автора книги. Название произведения играет большую роль в понимании смысла произведения, поэтому очень важно уметь анализировать название и книгу для установления связей между названием и содержанием. Таким образом, очевидно, что современные переводчики нуждаются в алгоритме выбора той или иной стратегии перевода.

В работе оставлена *цель* — изучить разнообразные стратегии и тактики перевода названий китайских книг на русский язык. Для реализации поставленной цели решаются следующие *задачи*: 1) изучить понятие перевода и предпереводческого анализа; 2) изучить виды перевода и его адаптации; 3) проанализировать перевод названий различных книг с китайского языка на русский язык; 4) рассмотреть используемые стратегии и тактики

перевода названий книг; 5) разработать алгоритм выбора конкретной техники при переводе названий книг с китайского на русский язык. Материалом исследования послужили 100 названий книг на русском и китайском языках.

Название книги является одной из важнейших её частей, на которую люди обращают внимание в первую очередь. Важно понимать, что только грамотно адаптированное название сможет в полной мере привлечь потенциальных читателей и заинтересовать их для прочтения. Переводчику важно сохранить заложенный первоначально смысл, правильно передать задумку автора и сделать её понятной для носителей языка.

При переводе каждый переводчик столкнется с проблемой существенных отличий одного языка от другого, усложняющих его работу. Основные различия русского и китайского состоят в грамматике, которая в этих языках в корне отличается. Так, китайский язык является изолирующим, в то время как русский — флективным. Не стоит забывать и о том, что в китайском языке, в отличие от русского, существует четкий порядок слов в предложении, который не поддается изменению. Зная все тонкости устройства языков, переводчик может понятно и точно передать информацию с одного языка на другой, при этом не искажая первоначальный смысл предложения.

Не всегда только знания языка достаточно для правильного и красивого перевода названия произведения. Переводчики прибегают к разным стратегиям и тактикам, помогающим им подобрать тот перевод, который будет лучше всего подходить той или иной книге. Таких стратегий и тактик перевода существует большое количество, поэтому переводчику нужно знать их, чтобы воспользоваться своими знаниями в нужный момент.

На основании рассмотренных стратегий перевода, а также по итогам анализа 100 названий китайских произведений были сделаны следующие выводы.

63% названий переведены с помощью прямого перевода. Например, название китайского романа *猫城记* *māo chéng jì* «Записки о кошачьем городе» переведено при помощи прямого перевода, так как все иероглифы переведены дословно, где 猫 [māo] — кошка, кот; 城 [chéng] — город; 记 [jì] — отмечать, записывать. Также, в данном случае было использовано перемещение, так как порядок слов русского языка, в отличие от китайского, не строгий, именно поэтому при дословном переводе на русский нужно обращать внимание на то, что предложение должно быть переведено верно с точки зрения русской грамматики.

14% названий переведены с помощью лексико-семантической замены. Например, название книги *围城* *Wéichéng* «Осаждённая крепость» переведено при помощи конкретизации, так как 围 [wéi] — осаждать; 城 [chéng] — город. Как мы можем заметить, второй иероглиф переведен не дословно, а при помощи данного способа, так как «город» — слово достаточно широкого значения, но переводчики «сузили» его значение до крепости. Делается это для того, чтобы подчеркнуть сатирическую составляющую данного романа, где раскрывается бездуховная жизнь «образованного» китайского общества.

13% названий переведены с помощью лексических добавлений и опущений. Например, роман *三体II : 黑暗森林* *Sān tǐ èr: hēi'àn sēnlín* «Темный лес» переведен при помощи опущения. Как можно заметить, в русском варианте отсутствует первая часть китайского названия *三体II* [sān tǐ èr], которая демонстрирует нам то, что эта книга — продолжение другой книги этого же автора *三体* [sān tǐ] «Задача трёх тел», из-за чего некоторые потенциальные читатели могут и не узнать о существовании продолжения. В то же время, это устраняет избыточность информации в названии, так как эту информацию можно добавить в описание книги. Остальная часть заглавия переведена с помощью прямого перевода 黑暗 [hēi'àn] — темный, черный; 森林 [sēnlín] — лес, леса.

10% названий переведены с помощью транскрипции и транслитерации. Например, книга *许三观卖血记* *Xǔ Sānguān Mài Xuě Jì*, в переводе на русский имеющая название «Как Сюй Саньгуань кровь продавал». Здесь транскрипция используется для передачи

имени главного героя, а остальное название переведено дословно с использованием прямого перевода.

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что большинство названий китайских книг переводятся на русский язык посредством прямого перевода, так как 63 из 100 рассмотренных названий были переведены именно этим способом. Другие же тактики используются в тех случаях, когда название содержит лишнюю, по мнению переводчика, информацию (или же, наоборот, её отсутствие), имеют недостаточно глубокое или узкое значение слова в переводе, а также содержат неперебиваемые единицы, такие как имена и географические объекты.

Также был выявлен способ перевода, который использовался при переводе совместно с другими стратегиями, — замена части речи 改变 Gǎibiàn «*Перемены*» — (имя существительное), тогда как 改变 [gǎibiàn] — переделывать, менять, изменить (глагол).

В то же время, некоторые стратегии могли использоваться совместно, например, как 六爻 liù yáo «*Лю Яо: Возрождение клана Фу Яо*», где совместно были использованы стратегии транскрипции, а также стратегия лексического добавления.

Название одного из четырёх классических китайских романов 水浒传 shuǐ hǔ zhuàn «*Речные заводи*» переведено при помощи опущения и добавления. 水滸 [shuǐ hǔ] — заводь; 传 [zhuàn] — биография, комментарий к классическому произведению. «ЗАВОДЬ, -и, ж. Небольшой залив в реке (или озере) с замедленным течением» [Ожегов, 2008]. Переводчик использовал прием добавления, чтобы уточнить, что заводь в названии именно речная, что добавляет красочности названию, а также стратегию опущения, убрав 传 [zhuàn] из названия, так как перевод этого иероглифа был бы избыточен для заглавия произведения.

Для выбора оптимальной стратегии перевода, переводчику следует обратиться к предпереводческому анализу текста, который представляет собой поэтапный анализ исходного текста, предшествующий процессу перевода. Обобщив полученные эмпирические данные с учётом положений, представленных в работах переводоведов [Комиссаров, 1990; Алексеева, 2004; Гарбовский, 2004; Сдобников, 2011], мы разработали алгоритм выбора конкретной стратегии и тактики перевода, состоящий из четырёх этапов:

1. Сбор информации об авторе текста, времени издания и о том, в какой стране написана книга. Данная информация поможет определить, какие слова уместно будет использовать при переводе, а какие — нет.

2. Стилль написания книги. Переводчику важно понимать, в каком стиле написана данная работа, так как слова, используемые в одном стиле, будет неуместно употреблять в другом. Основные функциональные стили: официально-деловой, публицистический, научный, художественный.

3. Жанр произведения. Для того, чтобы создать грамотный перевод названия произведения, важно понимать его жанровые особенности. Так, при переводе детективного романа неуместно будет использование слов, больше подходящих к детской литературе.

4. Коммуникативное задание. На данном этапе важно определить, какую мысль или эмоцию своим текстом хотел донести его автор.

Также хотелось бы отметить, что использование той или иной стратегии определяется самим переводчиком. Проведенный анализ показывает, что большинство переводчиков используют стратегию прямого перевода. Прежде чем остановить свой выбор на какой-либо стратегии, следует провести анализ произведения и его автора, чтобы понимать, в какой стратегии лучше всего будет воплощаться выбранное оригинальным автором название произведения.

#### Литература и источники

1. Алексеева, И. С. Введение в переводоведение / И. С. Алексеева. — М.: Издательский центр «Академия», 2004. — 352 с.

2. Гарбовский, Н. К. Теория перевода / Н. К. Гарбовский. — М.: Изд-во Московского университета, 2004. — 544 с.
3. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. Н. Комиссаров. — М.: Высшая школа, 1990. — 253 с.
4. Сдобников, В. В. Коммуникативная ситуация как фактор определения стратегии перевода / В. В. Сдобников // Вестник Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова. — 2011. — Вып. 14. — С. 114-124.
5. Толковый словарь русского языка / авт.-сост. С. И. Ожегов. — М.: Оникс, 2008. — 736 с.

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

**УДК 81**

## **ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТОМ «БОГ» В РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

*Казанцева Е. Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[helllena182@mail.ru](mailto:helllena182@mail.ru)

**Аннотация.** Данная статья посвящена фразеологизмам с компонентом «бог» и их использованию носителями различных лингвокультур. Актуальность работы заключается в большом интересе современной лингвистики к проблемам когнитивного изучения фразеологизмов и их роли в языковой картине мира разных языков. Нами были рассмотрены языковые картины мира русской, английской и китайской культуры, посредством фреймового анализа были выявлены их сходства и отличия. В статье представлен фрагмент фреймового описания фразеологизмов с компонентом «бог». Данное исследование может быть полезно в межкультурной коммуникации между носителями перечисленных языков.

**Ключевые слова:** фразеологизмы, фрейм, субфрейм, фреймовый анализ, межкультурная коммуникация, языковая картина мира.

## **PHRASEOLOGISMS WITH THE COMPONENT "GOD" IN RUSSIAN, ENGLISH AND CHINESE LANGUAGES**

*Kazanceva E. E.*

[helllena182@mail.ru](mailto:helllena182@mail.ru)

**Annotation.** The article is devoted to phraseological units with the "god" component and how they are used by carriers of various linguistic cultures. The relevance of the work lies in the great interest of modern linguistics in the problems of cognitive study of phraseological units and their role in the linguistic picture of the world of different languages. The linguistic pictures of the world of Russian, England and Chinese culture were considered, their similarities and differences were also identified through frame analysis. Various frames were taken, suitable for the topic of the study, patterns were shown between idioms in the listed languages. This research can be useful in intercultural communication between these countries.

**Key words:** phraseological units, frame, subframe, frame analysis, intercultural communication, the linguistic picture of the world.

Язык – основной инструмент человека для коммуникации, он помогает ему сформировать свои понятия об окружающем его мире и отношении к нему. Язык каждого

народа отражает в первую очередь его менталитет, а фразеологизмы, которые используют носители языка, несут в себе информацию о том, как люди воспринимают окружающую их реальность.

В статье анализируются фразеологизмы с компонентом «бог». Религиозная окраска данной темы даёт нам возможность подойти к исследованию с точки зрения социально-когнитивной теории. Согласно этой теории, человек, поглощая информацию из своего окружения, семьи друзей, интернета и других СМИ, формируется как личность на протяжении всей своей жизни. Ему свойственно менять своё мнение в различных вопросах, поведение в той или иной ситуации. Также, человек формирует свою собственную «языковую картину мира».

О. М. Казакова называет явление соединения языка и культуры «живым языком». Язык, формирующийся в отдельном сообществе (семья, рабочий коллектив, одноклассники) отражает интересы, знания, мирозерцание, «запечатлевая в себе и одновременно формируя культуру своих носителей» Следовательно, всё, что получено путём развития той или иной социальной группы, этноса, конкретного индивида и выражается в их текстах, речи и т.д., является языковой картиной мира [Казакова, 2007, с. 3].

Н. Н. Гончарова предлагает обратить внимание на различия между картиной мира и языковой картиной мира. «Мир - это человек и среда в их взаимодействии. Отражение мира в сознании, представления человека о мире, информация о среде и человеке - это картина мира. Информация о среде и человеке, переработанная и зафиксированная в языке - это языковая картина мира» [Гончарова, 2012, с. 396].

Все мы воспринимаем окружающую нас реальность по-разному, поэтому в процессе изучения чего-либо у каждого будут разные представления о приобретённом опыте. «Отражая в процессе деятельности объективный мир, человек фиксирует в слове результат познания» [Абдразакова, 2016, с. 260].

Рассмотрев понятие «языковая картина мира», можно сделать вывод о том, что упомянутые в названии работы нации воспринимают, чувствуют, видят мир совершенно по-разному, что мы учитывали, проводя фреймовый анализ.

Материалом нашего исследования стали русские, английские и китайские фразеологизмы, взятые из словарей фразеологизмов.

Рассмотрим русские, английские и китайские фразеологизмы с русским фреймом «бог», английским «god» и китайским «佛» (будда) и обратим внимание на выделенные в ходе фреймового анализа субфреймы:

**Субфрейм «характеристика объекта»:** «Ни богу свечка, ни чёрту кочерга» - средний, ни на что не годный, посредственный. Россияне часто бывают недовольны чем-либо и в большинстве случаев они не побоятся заявить об этом и сделать так, чтобы их мнение было услышано.

**Субфрейм «сообщение»:** «Бог с тобой» (с ним и т.д.) - пожелание удачи; пусть всё будет удачно, благополучно, счастливо. Подобные идиомы с упоминанием бога можно услышать в лексиконе россиян, не относящих себя к какой-либо религии.

**Субфрейм «сообщение»:** «Swor me bob» видит бог! не я буду! (боб искаженное бог = so help me god)– идиома, отражающая неповторимый британский юмор.

**Субфрейм «человеческие качества»:** «God's advocate» адвокат бога - участника спора, беседы, который чаще всего высказывает суждения, положительно характеризующие обсуждаемые явления. Англичане всегда готовы к дискуссии, но принимая в ней участие, они показывают свою дисциплину и эрудицию.

**Субфрейм «человеческие качества»:** «Голова бога и лицо чёрта» 神头鬼面 shen tóu guǐ miàn - Несмотря на упоминание далеко не положительного персонажа из библии, фразеологизм явно несёт комплиментарное предназначение.

**Субфрейм «человеческие качества»:** «Нрав Будды и буддийское сердце» 佛性禪心 fú xìng chán xīn - говорится об умном, рассудительном и владеющем собой, воспитанном человеке; В китайской культуре приветствуется дисциплинированность. К примеру, если опоздать на деловую встречу с китайцем, тот воспримет это как личную неприязнь.

**Субфрейм «характеристика действия»:** «Смотреть друг на друга глазами Будды» 佛眼相看 fó yǎn xiāng kàn - доброжелательно друг к другу относиться; Китайцам несвойственно проявлять свои эмоции так ярко, как это привыкли делать россияне, поэтому тёплое отношение воспринимается как нечто возвышенное.

Итак, в ходе фреймового анализа нами были выделены субфреймы, которые по-разному представлены в каждой из представленных лингвокультур. Например, то, что принято считать негативным в одной культуре («Голова бога и лицо чёрта» 神头鬼面), может восприниматься с положительной точки зрения у другой культуры («Чёрт тебя подери!»). Субфреймы «человеческие качества» и «сообщение» представлены большим количеством фразеологизмов, что говорит о необходимости носителей языков продемонстрировать свои оценочные суждения, просьбы и т. д. С точки зрения «языковой картины мира» мы можем прийти к определённым выводам. Например: россияне привыкли открыто выражать свои эмоции, будь они позитивные или не очень, англичане подходят к жизни с юмором, а китайцы предстают перед миром более сдержанными и философскими людьми. Нравы каждого из представителей рассмотренных нами народов влияют на их речь, а также отражаются в их коммуникативных навыках. Дальнейшее исследование фразеологизмов и их анализ поможет выявить особенности каждой из лингвокультур и помочь в межкультурной коммуникации.

#### Литература и источники

1. Гончарова, Н. Н. Языковая картина мира как объект лингвистического описания / Н. Н. Гончарова // Известия Тульского государственного университета, 2012. – С. 396-405
2. Казакова, О. М. Национальный менталитет в языковой картине мира: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук / О. М. Казакова – Барнаул: Алтайский государственный университет, 2007. – 20 с.
3. Абдразакова, Г. Ш. Особенности национальной языковой картины мира / Г. Ш. Абдразакова // «Символ науки», №5, Бишкек, КНУ, 2016. – С. 259-262.

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

**УДК 811.581**

### ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РУССКОЙ ГАСТРОНОМИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ САЙТОВ)

*Калыгина А. Д.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[kalygina\\_2001@mail.ru](mailto:kalygina_2001@mail.ru)

**Аннотация.** Данная статья посвящена теоретическому и практическому изучению перевода русской гастрономической лексики в китайском языке. Особый интерес представляют способы перевода слов-реалий, представленных на туристических сайтах. Объектом нашего исследования являются слова-реалии тематических групп «Мучные изделия», «Напитки», «Закуски», «Вторые блюда», «Десерты», «Первые блюда», а

предметом исследования – способы и методы перевода данных слов-реалий с русского языка на китайский. Цель нашего исследования состоит в выявлении наиболее актуальных способов перевода слов-реалий. Задачи исследования: 1) изучение теоретической базы по данной теме; 2) описание способов перевода слов-реалий, представленных в научной литературе; 3) сбор русских гастрономических названий с туристических сайтов на китайском языке; 4) раскрытие лингвокультурной специфики собранного материала.

**Ключевые слова:** слово-реалия; туристический дискурс; гастрономическая лексика; способы перевода; русский язык; китайский язык.

## TRANSLATION FEATURES OF RUSSIAN GASTRONOMIC VOCABULARY IN CHINESE (BASED ON THE MATERIAL OF TOURIST SITES)

*Kalygina A. D.*

Kemerovo State University

[kalygina\\_2001@mail.ru](mailto:kalygina_2001@mail.ru)

**Annotation.** This article is devoted to the theoretical and practical study of the translation of Russian gastronomic vocabulary in Chinese. Of particular interest are the ways of translating words-realities presented on tourist sites. The object of our research is the real words of the thematic groups "Flour products", "Drinks", "Snacks", "Second courses", "Desserts", "First courses", and the subject of the study is the ways and methods of translating these real words from Russian into Chinese. The purpose of our research is to identify the most relevant ways of translating words-realities. Research objectives: 1) study of the theoretical basis on this topic; 2) description of the ways of translating the words-realities presented in the scientific literature; 3) collection of Russian gastronomic names from tourist sites in Chinese; 4) disclosure of the linguistic and cultural specifics of the collected material.

**Key words:** words-realities; tourist discourse; gastronomic vocabulary; translation methods; the Russian language; the Chinese language.

Каждый язык уникален, однако важно учитывать, что в результате процессов межкультурного обмена в языках так или иначе появляются иноязычные вкрапления, которые называют заимствованной лексикой. В широком понимании заимствование – это «элемент чужого языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция и т.п.), перенесенный из одного языка в другой, а также сам процесс перехода элементов из одного языка в другой» [Воробьева, 2011, с. 208]. Существует несколько классификаций, используемых для описания чужеродных слов. Выделяются универсальные и специальные типологии [Маринова, 2008, с. 35]. Универсальные типологии слов включают в себя тематическую и хронологическую типологии. Первая особенно актуальна при исследовании неологизмов, вторая из представленных типологий характеризует слова с точки зрения времени вхождения в язык-реципиент и включает в себя заимствования, пополнившие древнерусский язык (древние, ранние), и слова, пополнившие собственно русскую лексику. Специальные типологии дифференцируют слова по генетическому признаку и по степени освоенности слов. На рубеже XX-XXI веков выделяются мотивированные и немотивированные единицы. Согласно данной типологии мотивированными являются слова членимые, значения которых объясняются значениями их составляющих, а немотивированными – слова, которые представляют собой одноморфемные единицы, не имеющие в русской лексике слов с русским корнем.

По степени освоенности в составе заимствованной лексики выделяют экзотизмы, варваризмы и интернационализмы. В рамках нашего исследования научную ценность представляет термин «экзотизм». За основу возьмем следующее его определение: «Экзотизмы – национальные названия предметов быта, домашней утвари, одежды, обычаев, обрядов и верований того или иного народа, той или иной страны» [Шежева, 2016, с. 143]. Данный термин имеет ряд характерных признаков:

- 1) ярко выраженная национальная окраска;
- 2) сложность в переводе ввиду обозначения реалий, свойственных определённому народу;
- 3) неизвестность для носителей языка, для которых данные слова являются заимствованными.

В современном научном обороте синонимом к термину «экзотизм» выступает термин «слово-реалия», предложенный болгарскими учёными С. Влаховым и С. Флориным [Влахов, 2009, с. 25]. Данный термин является более удачным, поскольку ёмко отражает смысл данного понятия в современных реалиях. Именно его мы будем использовать в ходе нашей работы.

Для адаптации слов-реалий в других языках используются различные способы перевода, мы рассмотрим самые распространённые из них: калькирование, транскрипция, функциональный аналог, лингвокультурологический комментарий и описательный перевод.

Одной из основных задач нашего исследования было выявление актуальных способов перевода русских слов-реалий на китайский язык. В результате исследования, проведенного на материале, взятом с туристических сайтов Китая, мы составили итоговую таблицу (см. таблицу № 1), в которой отражены тематические группы слов-реалий и преобладающие в них способы перевода.

Таблица № 1. Тематические группы слов-реалий и способы их перевода

Тематическая группа	Общее кол-во единиц	Способ перевода, кол-во единиц
Мучные изделия	2	описательный перевод, 2/2
Напитки	5	-
Закуски	4	описательный перевод, 3/4
Вторые блюда	3	описательный перевод, 2/3
Десерты	2	-
Первые блюда	3	функциональная замена, 2/3

На основании данных, представленных в таблице, мы делаем вывод, что наиболее актуальным является описательный перевод, поскольку данный способ преобладает в большинстве тематических групп. Именно благодаря использованию описательного перевода содержание блюда становится доступным для носителей иностранного языка. Перспективы нашего исследования состоят в проведении лингвистического эксперимента по идентификации слов-реалий в русском и китайском языках.

#### Литература и источники

1. Влахов, С. И. Непереводимое в переводе / С. И. Влахов, С. П. Флорин. – Изд. 4-е. – М.: Р. Валент, 2009. – 360 с.
2. Воробьева, С. В. К вопросу о классификации заимствованной лексики / С. В. Воробьева // Лингвокультурологическая парадигма в современных исследованиях: сб. научных статей. – Гродно: ГрГУ, 2011. – № 1. – С. 208-214.
3. Маринова, Е. В. Иноязычные слова в русской речи XX – начала XXI в.: проблемы освоения и функционирования / Е. В. Маринова. – М.: Элпис, 2008. – 493 с.
4. Шеожева, Б. А. Особенности развития корпуса экзотической лексики в современном русском языке / Б. А. Шеожева, Е. А. Сокур // Вестник Адыгейского государственного университета. – Серия 2: филология и искусствоведение. – 2016. – № 4. – С. 141-147.

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

**ОБРАЗ РЕБЕНКА В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ  
ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ КОРЕЙСКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)**

*Ким Дасыль*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[ektmf8787@naver.com](mailto:ektmf8787@naver.com)

**Аннотация.** Статья посвящена изучению особенностей образа ребёнка в языковой картине мира носителей корейского и китайского языков. Исследование выполнено на материале корейской и китайской фразеологии, отражающей представления о детях в культурах Кореи и Китая. Материал получен из лексикографических источников. Структурно-семантический анализ фразеологических единиц позволил построить их классификацию. Фразеологизмы каждой группы рассмотрены отдельно. Результаты исследования позволяют нам охарактеризовать фразеологизмы и их место в языковой картине мира, а также определить особенности корейских и китайских фразеологизмов и отношение к детям в корейской и китайской культурах.

**Ключевые слова:** фразеологизмы, семантика, языковая картина мира, представления о детях, корейский язык, китайский язык, культура.

**THE IMAGE OF A CHILD IN THE LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD  
(BY THE MATERIAL OF PHRASEOLOGICAL UNITS OF THE KOREAN AND  
CHINESE LANGUAGES)**

*Kim Daseul*

Kemerovo State University

[ektmf8787@naver.com](mailto:ektmf8787@naver.com)

**Annotation.** The article is devoted to the study of the features of the image of a child in the language picture of the world of native speakers of Korean and Chinese. The study was carried out on the material of Korean, Chinese and Russian phraseology, reflecting the ideas about children in the cultures of Korea and China. The material is obtained from lexicographic sources. Structural-semantic analysis of phraseological units made it possible to construct their classification. Phraseologisms of each group are considered separately. The results of the study allow us to characterize phraseological units and their place in the linguistic picture of the world, as well as to determine the features of Korean and Chinese phraseological units and the attitude towards children in Korean and Chinese cultures.

**Key words:** phraseological units, semantics, language picture of the world, ideas about children, Korean language, Chinese language, culture.

Заявленная тема обусловлена необходимостью изучения семантики фразеологизмов, особенностей их восприятия и закономерностей употребления для осуществления успешной межкультурной коммуникации среди представителей разных лингвокультур и понимания своеобразия их языковой картины мира.

Объектом исследования в нашей работе выступает фрагмент языковой картины мира, выраженный в корейском и китайском языке через фразеологизмы о детях.

Предмет исследования – семантический аспект фразеологизмов корейского и китайского языках, отражающих представления о детях.

Цель исследования – изучение фразеологических единиц корейского и китайского языках о детях с точки зрения лингвокультурологического подхода.

Современные отечественные и зарубежные лингвисты решают вопросы отражения особенностей культуры в языке, поэтому обращаются к изучению фразеологии. Именно

фразеология раскрывает своеобразие языковой картины мира определенного этноса, его историю, традиции, ценности, взгляды, образ жизни. «Фразеологизм – это воспроизводимая значимая единица языка из двух или более ударных компонентов словного характера, целостная по своему значению и устойчивая в своем составе и структуре. Основным свойством фразеологического оборота, коренным образом отграничивающим его от свободного сочетания слов и в то же время сближающим его со словом, является воспроизводимость. Фразеологизмы не создаются в процессе общения, а воспроизводятся как готовые целостные единицы» [Попова, Стернин, 2007, с. 64]. В. Н. Телия подчеркивает, что фразеологические единицы существуют в каждом языке и используются его носителями в коммуникации в готовом виде: «Фразеологическая единица – лексически неделимое, устойчивое в своем составе и структуре, целостное по значению словосочетание, воспроизводимое в виде готовой речевой единицы» [Телия, 1996, с 514].

Материалом для исследования послужили 105 фразеологических единиц, выражающих представления о детях в корейской и китайской культурах. Эти данные были получены из различных словарей корейского и китайского языков.

В настоящей работе под языковой картиной мира понимается «совокупность зафиксированных в единицах языка представлений народа о действительности на определенном этапе развития народа» [Шанский, Иванов, 1987, с. 7]. Фразеология – одна из самых ярких и образных систем языка, которая отражает традиционную картину мира корейского народа.

Нами были отобраны корейские фразеологизмы с компонентами, обозначающими ребенка, детей (아이, 자식, 어린이), в количестве 20, и фразеологизмы, в которых компоненты «ребенок», «дети» отсутствуют, в количестве 25.

Мы распределили эти фразеологические единицы по группам в зависимости от их семантики и структурного компонента.

Корея ценит сыновнюю почтительность, отношения между родителями и детьми, поскольку корейцы следуют конфуцианству. Поэтому в их языке обнаруживаются идиомы, обозначающие поведение родителей и детей не прямо, а через использование связанных образов. Здесь мы отобрали 20 фразеологических единиц. Приведем несколько примеров: *자식도 품안에 들 때 자식이다* (он мой ребёнок до тех пор, пока находится в моих объятиях) – когда дети маленькие, их контролируют родители, но, если ребенок вырос, это означает, что родители не могут контролировать его постоянно; *부모는 자식의 거울* (родители – зеркало своих детей) означает, что родители должны быть осторожны с тем, что они говорят и делают перед детьми, потому что они подражают тому, что делают взрослые.

Среди фразеологических единиц, в которых компоненты «ребенок», «дети» отсутствуют, можно выделить четыре группы.

В первую группу следует отнести фразеологизмы, которые используются для критики взрослых, которые ведут себя как дети, хотя они уже выросли. Например: фразеологизм *欲哭逢打 욕곡봉타* означает «бить ребенка, который вот-вот заплачет, и заставить его плакать».

Ко второй группе мы отнесли фразеологизмы, которые характеризуют отношения между детьми и взрослыми. Мнение о том, что поведение взрослого человека влияет на поведение ребенка, определяет семантику данных фразеологизмов.

Так, фразеологизм *윗물이 맑아야 아랫물이 맑다* (*чистой должна быть вода в верховье, тогда и внизу она будет чистой; рыба гниёт с головы*) содержит информацию о том, что бы ни случилось, если взрослый ведет себя правильно, то дети поступают правильно.

В эту группу относятся фразеологизмы, в семантике которых заложена культурно значимая идея о том, как следует относиться к детям: *扶老携幼 부로휴유* – нужно

поддерживать стариков и вести детей; *長者慈幼幼者敬長 장자자유유자경장* – взрослые должны любить детей, а дети должны уважать взрослых.

В третью группу вошли фразеологизмы, которые используются для обозначения детских качеств (невинности, простоты и незрелости), подчеркивают важность будущего и раннего формирования детей.

Например, фразеологизм *앞 날이 창창하다* со значением «в будущее процветающий» означает, что у детей впереди будущее, поэтому они надежда родителей, взрослых.

Четвертая группа представлена фразеологизмами, которые отражают особенности жизни и развития детей. Один из фразеологизмов этой группы подчеркивает значимость пути, который проходит человек: *요람에서 무덤까지* – от рождения до смерти. В другой фразеологической единице отмечается ситуация рождения человека.

В китайском языке, как и корейском, обнаруживаются фразеологизмы с компонентами, обозначающими ребенка, детей, в количестве 22, и фразеологизмы, в которых компоненты «ребенок», «дети» отсутствуют, в количестве 38.

Среди фразеологизмов с компонентами, обозначающими ребенка, детей можно выделить три группы:

1) фразеологизмы, выражающие отношения между детьми и их родителями: *不肖子孙 [bú xiào zǐ sūn]* (дети недостойны своих предков) – не следовать чести отцов; недостойные наследники (потомки); непутевые потомки; выродившееся потомство; беспутные дети; *乌鸟私情 [wūniǎosīqíng]* (дичные чувства детей ворона) – почитание родителей; содержание родителей детьми (притча о вороне, который кормил своих родителей);

2) фразеологизмы, которые используются для обозначения детских качеств (невинности, простоты и незрелости): *少小无猜 [shàoxiǎowúicāi]* (детская непосредственность) – детская доверчивость, наивность; *小孩儿的脸-说变就变 [xiǎoháir de liǎn – shuō biàn jiù biàn]* (детское лицо) – *постоянно меняется*;

3) фразеологизмы, отражающие отношения между взрослым и ребенком: *视同儿戏 [shì tóng ér xì]* (рассматривать что-то словно детскую забаву) – несерьезно относиться к делу; считать что-то детской забавой; обращаться легкомысленно (несерьезно); *反老还童 [fǎn lǎo huán tóng]* (отбросить старость) вернуться в детство»- вторая молодость; омолодиться; помолодеть; вернуть себе силу и бодрость молодости; впасть в детство.

Через эту группу мы можем увидеть китайскую культуру, в которой ценятся отношения между родителями и детьми и взрослыми благодаря конфуцианской культуре Китая.

В Китае сохраняется преемственность поколений. Выучить детей в Китае было одной из основных семейных ценностей. Причина в том, что дети сначала получают образование дома, и они учатся у своих родителей.

Следуя этой культуре, можно выделить четыре группы фразеологических единиц, в которых компоненты «ребенок», «дети» отсутствуют:

1) фразеологизмы, выражающие отношения между детьми и их родителями: *巢毁卵破 [cháohuǐluǎnpò]* (гнездо разорено, яйца разбиты) – плохо родителям, плохо и детям; беда родителей запутала детей; *仰事俯畜 [yǎng shì fǔ xù]* (наверху – дела, внизу – хлопоты) – служить родителям, содержать жену и детей; содержать семью;

2) фразеологизмы, отражающие важность образования (дети – наше будущее): *孟母三迁 [mèng mǔ sān qiān]* (мать Мэн Цзы трижды переселяется (подальше от кладбища и рынка, но ближе к школе)) – заботиться о воспитании детей; *积习难改 [jīxínángǎi]* – сложно избавиться от старых привычек;

3) фразеологизмы для обозначения детских качеств (невинности, простоты и незрелости): 青梅竹马 [qīng méi zhú mǎ] (зеленые сливы, бамбуковые лошадки) – детские игры и забавы; детская непосредственность и чистота; детская дружба; 虎头虎脑[hǔ tóu hǔ nǎo] (голова как у тигра) – тело ребенка здоровое, надежное и милое;

4) фразеологизмы, отражающие отношения между взрослым и ребенком: 扶老携幼 [fú lǎo xié yòu] – поддерживая старых и ведя за руку малых; 少年老成 [shào nián lǎo chéng] (в молодые годы стать взрослым) – быть не по годам опытным; молодой человек без жизненных устремлений.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что фразеологические единицы корейского и китайского языков о детях представлены двумя структурно-семантическими группами и их подтипами. Также через фразеологизмы мы смогли узнать культуру, историю, традиции, ценности, взгляды и образ жизни страны. Это очень поможет нам понять культуру других стран. Фразеологизмы каждой группы раскрывают один из аспектов восприятия ребенка в культуре корейцев и китайцев, что и отражается в их языковой картине мира.

#### Литература и источники

1. Попова, З. Д. Язык и национальное сознание / З. Д. Попова, И. А. Стернин. Изд.3., перераб. и доп. – Воронеж: «Истоки», 2007. – 61 с.
2. Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с.
3. Шанский, Н. М. Современный русский язык / Н. М. Шанский, В. В. Иванов. – М.: Просвещение, 1987. – 192 с.
4. Китайско-русский фразеологический словарь / О. М. Готлиб Му Хуан, 2019. – 596 с.
5. 윤평현 국어 의미론, 2008. – 544 с. [Юн Фён-Хён. Корейская семантика].
6. 박수미, 초등국어 표현력 사전, 2019. – 392 с. [Пак Су-Ми. Элементарный языковой экспрессивный словарь].
7. 전치수 -머리에 쏙쏙 재치 가득한 어린이 속담, 2019. – 224 с. [Джен Чису Детские пословицы полны остроумия в головах].
8. 편집부 - 반드시 알아야 할 사자성어, 2008. – 320 с. [Китайское происхождение (четырёх иероглифов)].
9. 심재기, 조항범, 문금현, 조남호, 노명희, 이선영- 국어 어휘론 개설, 2016, с 292. [Сим Деги, Чо Ханвон, Мун Гмхён, Чо Намхо, Но Мёнхы, И Сон-нён Теория корейской лексики].
11. 이형란, 왕옥하- 중국어 어휘사전, 2011, 744 с. [И Хёнран, Ван Огха Китайский лексический словарь].

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

**РОЛЬ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ О ЧУВСТВАХ И ЭМОЦИЯХ В ОТРАЖЕНИИ  
ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ КОРЕЙСКИХ И КИТАЙСКИХ  
ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ)**

*Ким Хёнчжу*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Kimhyun12322@gmail.com](mailto:Kimhyun12322@gmail.com)

**Аннотация.** Данная работа посвящена изучению особенностей восприятия чувств и эмоций носителями корейского и китайского языка. Своеобразие эмоциональной сферы корейского и китайского народа изучается на материале фразеологизмов, которые получены из лексикографических источников. Цель исследования состоит в рассмотрении фразеологических единиц о чувствах и эмоциях с точки зрения культуры и общения. Объектом изучения выступает фрагмент языковой картины мира, выраженный в корейском и китайском языках через фразеологизмы о чувствах и эмоциях. Предметом рассмотрения является семантика фразеологизмов корейского и китайского языка, выражающих чувства и эмоции. Автором отмечается, что эмоции и чувства играют важную роль в человеческом общении. Выражение эмоций и чувств, которые испытывают люди, происходит в коммуникации. В ходе анализа фразеологизмов была описана их семантика, выделены группы фразеологических единиц. Результаты исследования позволяют нам охарактеризовать фразеологизмы и их место в языковой картине мира, а также определить особенности восприятия фразеологизмов, выражающих эмоции и чувства в языковой культуре Кореи и Китая.

**Ключевые слова:** фразеологизмы, семантика, языковая картина мира, эмоций и чувств, корейский язык, китайский язык, культура.

**THE ROLE OF PHRASEOLOGICAL UNITS ABOUT FEELINGS AND  
EMOTIONS IN THE REFLECTION OF THE LANGUAGE PICTURE OF THE  
WORLD AND COMMUNICATION  
(BY THE MATERIAL OF KOREAN PHRASEOLOGICAL UNITS)**

*Kim Hyeonju*

Kemerovo State University

[Kimhyun12322@gmail.com](mailto:Kimhyun12322@gmail.com)

**Annotation.** This work is devoted to the study of the perception of feelings and emotions by native speakers of the Korean language and Chinese language. The peculiarity of the emotional sphere of the Korean and Chinese people is studied based on phraseological units, which are obtained from lexicographic sources. The purpose of the study is to consider phraseological units about feelings and emotions from the point of view of culture and communication. The object of study is a fragment of the language picture of the world, expressed in the Korean language and Chinese through phraseological units about feelings and emotions. The subject of consideration is the semantics of Korean and Chinese phraseological units expressing feelings and emotions. The author notes that emotions and feelings play an important role in human communication. The expression of emotions and feelings that people experience occurs in communication. During the analysis of phraseological units, their semantics was described. This made it possible to single out two groups (positive and negative) of phraseological units. The results of the study allow us to characterize phraseological units and their place in the linguistic picture of the world, as well as to determine the features of the perception of phraseological units expressing emotions and feelings in the language culture of Korea and China.

**Key words:** phraseological units, semantics, language picture of the world, emotions and feelings, Korean language, Chinese language, culture.

В современной лингвистике значимым является решение проблемы взаимосвязи языка и культуры, поэтому многие ученые проводят исследования на материале фразеологии разных языков. Фразеологизмы создаются и закрепляются на основе истории страны, образа жизни, образ мышления, традиционной культуры, образа мыслей и т. д. «Фразеология – отрасль языкознания, в которой особенно ярко отражено национальное своеобразие языка» [Назарян, 1987, с.34]. В каждом языке есть фразеологизмы, которые, будучи раздельнооформленными языковыми единицами, обладают сложной семантической структурой. Поэтому иностранцы, живущие в других культурах и не понимающие этих элементов, могут понять поверхностную форму и лексическое значение языка этой страны. Эти устойчивые единицы отражают особенности национального менталитета и культуры. Наличие в языке фразеологических единиц можно «считать показателем этических норм, правил социальной жизни и поведения в обществе, отношения нации через её культуру и язык к миру, другим народам и культурам» [Тер-Минасова, 2000, с.148 ].

Фразеологические единицы существуют в каждом языке. Изучение фразеологизмов в Корее и Китае представляет большой интерес, и в последние десятилетия интенсивно ведутся исследования в области фразеологии. Во фразеологических единицах корейского и китайского языка отражается не только информация о мире, знания его носителей, но и эмоциональная сфера, переживания их носителей. Поэтому выбранная нами тема представляется **актуальной**.

**Объект исследования** в нашей работе – фрагмент языковой картины мира, выраженный в корейском и китайском языках через фразеологизмы о чувствах и эмоциях.

**Предмет исследования** – семантика фразеологизмов корейского и китайском языков о чувствах и эмоциях, которые значимы для коммуникации.

**Цель исследования** – изучение фразеологических единиц о чувствах и эмоциях, в том числе и с соматическими компонентами, с точки зрения культуры и общения.

**Материалом** для исследования послужили 65 корейских фразеологических единиц и 89 китайских фразеологических единиц, выражающих представления о чувствах и эмоциях в корейской и китайской культурах. Эти данные были получены из различных словарей корейского языка и китайского языка [Пак суми 2019; Гихегджидан МОИМ 2016; Юнхван Рю 2021; Гао Гедун, Гао Пэн 2006; Шэнь Цзяньхуа 2005; Сунь Чжипин, Е Миньхуа 1999].

Эмоциональные факторы играют ключевую роль в процессе принятия решений для людей в любом обществе и культуре. Коммуникация – это общение между людьми. В ходе общения они по-разному выражают чувства, эмоции и устно, и письменно. Один из способов выражения эмоционального состояние говорящего человека – это использование фразеологизмов.

Фразеологизмы, отражающие эмоциональное состояние человека в корейском языке, мы разделили на две группы: в первую группу отнесли фразеологизмы, обозначающие положительные эмоции и чувства, и во вторую группу включили фразеологизмы, обозначающие отрицательные эмоции и чувства.

Из 65 эмоциональных фразеологизмов, исследованных в корейском языке, 35 связаны с телом. Кроме того, среди 89 исследованных китайских эмоциональных фразеологизмов 33 были связаны с телом. Мы сравниваем группы эмоций, обычно идентифицируемые в корейских и китайских эмоциональных идиомах. Для положительных эмоций исследовались «радость, радость, комфортность, любовь», а для отрицательных эмоций – «печаль, беспокойство, гнев, страх, удивление». В статье

рассмотрены 154 эмоциональных фразеологизма, в составе которых представлены компоненты, связанные с телом, в корейском и китайском языках.

Рассмотрим фразеологизмы, выражающие положительные эмоции (радость, веселье, комфортность, любовь) в обоих языках.

В корейском языке обнаружен фразеологизм *입이 귀에 걸리다* – улыбаться до ушей [Гихегджибдан МОИМ, 2016, с.34], который означает, что человек находится в очень хорошем настроении и громко смеется. Фразеологизм *콧노래가 나오다* со значением «песня себе под нос» [Пак суми, 2019, с. 21] используется, когда человек в хорошем настроении и спонтанно поет; когда человек испытывает острое желание чего-либо, эта ситуация отражена в семантике фразеологизма «*마음은 굴뚝같다* (сердце похоже на дымоход)» [Там же, с. 77]. Если люди чувствуют себя обновленными без какой-либо нагрузки на ум, то им подходит фразеологизм *발걸음이 가볍다* со значением «лёгкой походкой» [Там же, с. 90].

В китайском языке мы обнаружили следующие фразеологические единицы. Фразеологизм *合不巧嘴* со значением «не могу закрыть рот» [ Гао Гедун, Гао Пэн, 2006, с.136] используется в ситуации, когда человек так счастлив, что преодолевает улыбаться и не может держать рот на замке, выражая свою радость словами «с открытым ртом». Фразеологизм *嘴头子甜*, имеющий значение «сладкий рот» [Шэнь Цзяньхуа, 2005, с. 550], содержит соматический компонент «рот». Рот здесь действует как инструмент, и он выражает чувство поедания сладкой пищи, когда вы говорите что-то, что приятно слушать. «*笑掉大牙* – моляры выпадают при смехе» [Сунь Чжипин, Е Миньхуа, 1999, с.153]. Это выражение широкой улыбки, а когда вы улыбаетесь с широко открытым ртом, это конкретное выражение «выпадения коренных зубов». Устойчивое выражение *一身轻* – все тело легкое [Шэнь Цзяньхуа, 2005, с.509] указывает на отсутствие бремени, «бремя» воплощается в виде тяжелого предмета. Интересен фразеологизм *媚眼* со значением «выдуть брови и глаза» [Там же, с.186], который используется для как метафора для передачи ласкового взгляда.

Рассмотрим фразеологизмы, выражающие отрицательные эмоции (печаль, беспокойство, гнев, страх, удивление), которые используют носители корейского и русского языков.

В корейском языке существует фразеологизм *가슴에 멍이들다* со значением «синяк в груди» [Пак суми, 2019, с.75]. Это выражение употребляется, когда случается что-то очень печальное, что невозможно стереть из сердца. Фразеологизм *혀를 차다* со значением «цокать языком» [Там же, с. 37] используется для выражения беспокойства или недовольства. Фразеологизм *손에 잡히지 않다* со значением «у него всё из рук валится» [Там же, с.56] отражает ситуацию, когда ум стал беспокойным, поэтому нет духу работать. Фразеологический оборот *배가 아프다*, обозначающий ситуацию, когда болит живот [Гихегджибдан МОИМ, 2016, с.34], используется по отношению к сварливому человеку, который не любит, чтобы у других было все хорошо.

В китайском языке мы обнаружили следующие фразеологические единицы. Фразеологизм *抹鼻子* со значением «вытирать нос» [Сунь Чжипин, Е Миньхуа, 1999, с. 47]. Это выражение употребляется во время плача, а поведение плача обычно проявляется, когда вам грустно. Фразеологизм *肚子胀/肚子鼓* со значением «желудок твердый» [Шэнь Цзяньхуа, 2005, с.164] используется для выражения гнева. Фразеологизм *脑子热* со значением «голова горячая» [Там же, с.338], обозначающий ситуацию, когда человек получает стресс, тело нагревается, и жар постепенно

поднимается к макушке. Фразеологизм 吓破心 со значением «мое сердце разрывается от неожиданности» [Там же, с. 481], который используется как метафора для удивительного и пугающего.

Фразеологизмы, связанные с телом, составили 45,2 % от общего количества материала. Тот факт, что соотношение фразеологизмов, классифицируемых как телесные, составляет почти половину, означает, что, когда люди раскрывают свои основные эмоции, соотношение выражения эмоций через тело выше, чем выражение их путем сравнения с другими предметами, кроме тела.

В корейском языке представлены эмоциональные фразеологизмы, связанные с телом, которые можно расположить следующим образом: «сердце (грудь) (13) > глаза (5) > нос, печень, рот, язык (2) > плечо, рука (1)». А в китайском языке подобные фразеологические выражения расположены в следующем порядке: «сердце (грудь) (11) > лицо, рот (3) > руки, глаза (2) > печень (1)».

Мы видим, что в культуре корейцев и китайцев сердце – очень важный орган тела человека, показывающий эмоции, чувства, которые человек испытывает по отношению к другим людям или вещам. «Глаз» – это орган, отвечающий за зрение, и он обладает способностью различать формы объекта, его характеристики. Через глаза люди могут передавать много информации и общаться более разнообразно.

Корея и Китай географически близки. Кроме того, Корея также использовала китайские иероглифы в прошлом и до сих пор использует их в небольшом количестве ситуаций и находится под сильным влиянием конфуцианской и буддийской культур. Это выражается в том, что в корейском и китайском языках существует множество соответствующих друг другу фразеологизмов. Но поскольку лингвистический, политический, исторический и социальный фон двух стран различен, существуют различия между фразеологизмами, соответствующими друг другу. Абстрактные эмоции можно выразить более конкретно и легко, выражая их через тело. Тело выступает как часть субъекта, внешне выражающая психологическую деятельность, и является каналом, непосредственно отражающим дух человека. Таким образом, эмоциональное состояние людей часто выражается через язык тела.

В настоящем исследовании делается вывод о том, что язык и культура находятся во взаимосвязи и что фразеологические ресурсы играют важную роль в формировании языковой картины мира носителей корейского и китайского языков.

#### Литература и источники

1. Назарян, А. Г. Фразеология современного французского языка / А. Г. Назарян. – М.: Высшая школа, 1987. – 288 с.
2. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М.: Слово, 2000. – 624 с.
3. 박수미, 초등국어 표현력 사전, 2019. – 392 с. 기획집단MOIM, 초등표현력 사전, 2016. – 384 с.
4. 高歌東, 高鵬, 《慣用語小詞典》, 四川辭書出版, 2006. – 555 с.
5. 沈建華, 《漢語口語習慣用語教程》, 北京語言大學出版, 2003. – 207 с.
6. 孫治平, 葉敏華, 《慣用語一千條》, 上海文藝出版社, 1986. – 142 с.

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

**ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТОМ ВРЕМЕНА ГОДА В КИТАЙСКОМ,  
АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ**

*Козлова Е. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[kkatya02@mail.ru](mailto:kkatya02@mail.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена изучению специфики фреймовой организации фразеологизмов китайского, английского и русского языков, в состав которых входят лексические компоненты, имеющие отношение к временам года. Целью статьи является определение значимости фразеологизмов с компонентом времени года в языковой картине мира китайского, английского и русского народов. Фразеологизмы являются частью языковой картины мира и передают особый взгляд на мир того или иного народа.

Данная статья вносит вклад в изучение фразеологизмов с когнитивных позиций, был проведён сопоставительный фреймовый анализ, в ходе которого были выявлены сходства и различия в речемыслительной деятельности человека, нашедшие отражение в языковой картине мира китайского, английского и русского народов.

**Ключевые слова:** фразеологизм, фразеология, языковая картина мира, фрейм, субфрейм.

**PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE SEASONS COMPONENT IN CHINESE,  
ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES**

*Kozlova E. S.*

Kemerovo State University

[kkatya02@mail.ru](mailto:kkatya02@mail.ru)

**Annotation.** The article is devoted to the study of the specifics of the frame organization of phraseological units of Chinese, English and Russian languages, which include lexical components related to the seasons. The purpose of the article is to determine the significance of phraseological units with the component seasons in the linguistic picture of the world of the Chinese, English and Russian peoples. Phraseological units are part of the linguistic picture of the world and convey a special view of the world of a particular people.

This article contributes to the study of phraseological units from a cognitive perspective, a comparative frame analysis was carried out, during which similarities and differences in human speech-thinking activity were revealed, which were reflected in the linguistic picture of the world of the Chinese, English and Russian peoples.

С каждым годом интерес учёных к изучению языковой картины мира возрастает (см. работы В. Фон Гумбольдта [Гумбольдт, 1985], А.А. Потебни [Потебня, 1993], О.А.Корнилова [Корнилов, 2003] и др.). Языковая картина мира каждого народа уникальна, так как она представлена языковым сознанием её носителей. Изучение языковой картины мира способствует познанию не только культуры и истории другой нации, но и особенностей мышления, мировосприятия. Все эти знания необходимы для успешной межкультурной коммуникации, без которой невозможно существование современного общества.

В рамках когнитивных исследований язык рассматривается как способность, обусловленная общими когнитивными механизмами; как открытая система, свойства которой определяются общими процессами концептуализации, связанными с различными областями человеческого знания [Подвигина, 2009, с.1]. Популярность когнитивных исследований в языкознании способствовала формированию нового когнитивного подхода к изучению фразеологии. Фразеологические единицы рассматривают как «достояние

языкового сознания, реальный источник информации, работающий как единица языкового кода» [Телия, 1996, с.103]. Когнитивный подход позволяет увидеть результат взаимодействия между языком, культурой и мышлением, а также описать организацию полученных знаний.

В ходе исследования было проанализировано 65 фразеологизмов китайского языка по «Китайско-русскому фразеологическому словарю» под редакцией О.М. Готлиба и Му Хуаина, 50 фразеологизмов английского языка по «Англо-русскому фразеологическому словарю» А.В. Кунина, 60 фразеологизмов русского языка по «Фразеологическому словарю русского языка» под редакцией А.И. Молоткова и «Словарю современной русской фразеологии» А.В. Жукова и М.Е. Жуковой. Сбор материала осуществлялся методом сплошной выборки. Всего было проанализировано 175 фразеологических единиц китайского, английского и русского языков.

Как известно, от погодных явлений, а также времени года зависит деятельность человека. Фразеологизмы с компонентом времени года отражают наблюдения народа над изменениями погодных условий, температуры воздуха и осадков. Они образовались в результате наблюдений человека за изменениями вокруг него, в том числе и за сменой времён года.

Сопоставительный анализ китайских, английских и русских фразеологизмов с лексическим компонентом времени года позволяет выявить сходства и различия во фреймовой структуре фразеологических единиц, которые обусловлены особенностями языковых картин мира народов, принадлежащих к противоположным культурам. Указанные выше языки относятся к разным типам языков: китайский язык является изолирующим, русский — флективным, английский — агглютинативным. Целью данной работы является анализ и выявление причин сходств и различий языковых картин мира данных народов.

Метод фреймового анализа основан на теории концептуального моделирования актуального значения идиомы, разработанной А. Н. Барановым и Д. О. Добровольским [Баранов, 1990]. Это позволяет по-новому взглянуть на фразеологизмы, выявить специфику их значения, отличающуюся от остальных лексических единиц, составляющих языковую систему. Данный метод способен структурировать фразеологические единицы. Объектом фреймового анализа является фразеологическое значение в любом его ракурсе и проявлении.

Времена года - равные периоды, на которые делится год. Каждому периоду свойственны отдельные погодные явления и изменение температуры. Времена года включают следующие лексические компоненты: осень, весна, лето, зима. Каждый сезон длится 3 месяца. В отличие от носителей английского и русского языка, представители китайского не имеют особых названий для каждого месяца в сезоне. Китайцы используют числа для обозначения месяца. Так зима 冬 включает в себя: первый месяц 一月, второй месяц 二月 и двенадцатый месяц 十二月.

Основу китайских фразеологизмов составляют следующие лексические компоненты: весна 春, солнце 日, дождь 雨, осень 秋, зима 冬, снег 雪. В английских — winter, snow, cold, ice, autumn, spring, rain, sun, hot, summer. В русских — зима, снег, лёд, мороз, весна, всходы, лето, жар, солнце, дождь, осень.

В китайской культуре наиболее употребительная лексема — весна 春. Весна 春 — изначально 春, что означает ростки травы 艹 под солнцем 日. Весна является важным сезоном в Китае. Именно весной празднуют китайский Новый год, с которого и начинается отсчёт нового года. Китайский народ считает, что весна — время рождения, всё предыдущее умирает и появляется новая жизнь. Созревает долгожданная энергия Ян,

которая зародилась ещё зимой, чтобы в будущем принести плоды и дать потомство. Весна в сознании китайского народа является исключительно положительным временем года, но, как известно, «всё хорошее быстро заканчивается», что подтверждается фразеологизмами: 春事阑珊 (весеннее время быстротечно), 雨后春笋 (быстро появляться как весенний бамбук после дождя).

Лексема лето summer играет важную роль в культуре английского народа. Лето отличается более устойчивой погодой — большую часть времени идут дожди, но английский народ не перестаёт надеяться на появление солнца: it is raining cats and dogs (льёт как из ведра); the rain comes down in torrents (льёт как из ведра), as certain as the rising sun (так же верно, как то, что солнце взойдёт).

В русском языке, как и в английском, чаще всего употребляется лексема «лето». Для русского народа лето — время плодотворной работы, чтобы иметь возможность прокормить и себя, и свою семью зимой. Весь успех работы зависит не только от человека, но и от погоды, которая бывает и солнечной, и дождливой: «чужими руками жар загребать» (недобросовестно пользоваться трудами другого человека), «ждать как дождя в засуху» (ждать с нетерпением).

Наиболее часто встречающимися субфреймами в структуре фреймов с лексемой весна (春) являются «объект сравнения» и «действие субъекта». Они представлены следующими фразеологизмами: 春冰虎尾 chūnbīnghǔwěi — «(Ступать по) весеннему льду, (наступать на) хвост тигра» (крайне рискованный поступок; рискованная, опасная ситуация); 春风化雨 chūnfēnghuà yǔ — «Весенний ветер, дождь цветов» (благотворное воспитание, влияние); 春兰秋菊 chūnlánqiūjú — «Орхидея весной, хризантема осенью» (всему свое время для упоминания и похвалы); 春蚓秋蛇 chūnyǐnqiūshé — «Весенний червь, осенняя змея» (неопрятный почерк; писать как курица лапой). Посредством подобного рода внутренних понятийных структур выражаются представления человека о мире. Во фразеологизмах английского языка с лексемой лето (summer) доминирует субфрейм «оценочная характеристика действия»: go round the sun to meet the moon — обойти солнце, чтобы встретить луну (отправляться дальним путём в близлежащее место; as certain as the rising sun — так же верно, как то, что солнце взойдёт; after rain comes fair weather — после ненастья- солнышко, после горя- радость. Это говорит о том, что народ, говорящий на английском языке, прежде всего анализирует ситуацию с холодной головой. Чаще всего в структуре фреймоврусского языка с лексемой «лето» встречается субфрейм «действие, направленное на субъект»: затмить солнце» — заслонить собою, сделать невидимым, превзойти; «чужими руками жар загребать» — недобросовестно пользоваться трудами другого человека. Во фразеологизмах преобладает отрицательное значение: превзойти, обмануть, использовать и т. д. Это говорит о том, что русский народ отрицательно относится к недобросовестным действиям людей.

Несмотря на разнообразный список внутренних понятийных структур, фреймы этих языков похожи, так как в большинстве случаев присутствуют одинаковые субфреймы: «действие, направленное на субъект», «человеческие качества», «оценочная характеристика предмета или действия». Таким образом, фреймы китайского, английского и русского языков имеют общие внутренние понятийные структуры — субфреймы, с помощью которых носители языка воспринимают мир.

Метод фреймового анализа позволил выявить и описать модели образования актуального значения фразеологизмов, в которых отражаются особенности концептуализации и классификации данных народов, по-своему формирующих языковую картину мира.

Сравнительно-сопоставительный анализ фразеологических единиц с компонентом времени года выявил общность и различия во фреймовой структуре фразеологизмов, обусловленные спецификой языковых картин мира разных народов.

#### Литература и источники

1. Баранов, А. Н. Структура знаний и их языковая онтологизация в значении идиомы / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский // Исследования по когнитивным аспектам языка: Тр. по искусственному интеллекту. — Тарту: Тартуский государственный университет, 1990. Вып. 903. — с. 20-36.
2. Гумбольдт, В. фон. Язык и философия культуры / В. фон Гумбольдт. — М.: Прогресс, 1985.— 448 с.
3. Корнилов, О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов / О.А. Корнилов.— М.: ЧеРо, 2003.— 349 с.
4. Подвигина, Н. Б. Языковая картина мира / Н.Б. Подвигина. // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. — Воронеж: ВГАСУ, 2009. Вып. 5. — с. 63-67.
5. Потебня, А. А. Мысль и язык / А.А. Потебня. — Киев: СИНТО, 1993. — 192 с.
6. Телия, В. Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурный аспекты / В. Н. Телия. — М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. — 288 с.

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

**УДК 81-22**

### **СПЕЦИФИКА ФРЕЙМОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ СОЦИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА В ОБЩЕСТВЕ, В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

*Кочетова С. Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[bulgakova.o.a@yandex.ru](mailto:bulgakova.o.a@yandex.ru)

**Аннотация.** В данной статье уделено внимание изучению русских и китайских фразеологизмов, характеризующих социальное положение человека в обществе. Целью этой статьи является выявление специфики фреймовой организации данных фразеологизмов, определение их роли в организации языковой картины мира. Для сравнения мы провели анализ, по результатам которого выявили сходства и различия устойчивых выражений, характеризующих людей в китайской и русской лингвокультурах. Результаты нашего анализа показали, что фразеологизмы в русском и китайском языках по своей структуре разнообразны. Во фразеологизмах с компонентом социального положения человека отражены и история, и обычаи, и традиции народа.

**Ключевые слова:** фразеологизмы, лексемы, лингвокультура, языковая картина мира, фреймы, субфреймы

# THE SPECIFICITY OF THE FRAME ORGANIZATION OF PHRASEOLOGICAL UNITS CHARACTERIZING THE SOCIAL STATUS OF A HUMAN IN SOCIETY IN THE RUSSIAN AND CHINESE LANGUAGES

*S. E. Kochetova*

Kemerovo State University

[bulgakova.o.a@yandex.ru](mailto:bulgakova.o.a@yandex.ru)

**Annotation.** This article focuses on the study of Russian and Chinese phraseological units that characterize the social position of a person in society. The purpose of this article is to identify the specifics of the frame organization of these phraseological units, to determine their role in the organization of the language picture of the world. For comparison, we conducted an analysis, the results of which revealed similarities and differences in set expressions that characterize people in Chinese and Russian linguistic cultures. The results of our analysis showed that phraseological units in Russian and Chinese are diverse in their structure. Phraseological units with a component of a person's social position reflect history, customs and traditions of the people.

**Key words:** phraseological units, lexemes, linguistic culture, linguistic picture of the world, frames, subframes

На протяжении многих лет ведется работа над изучением языковой картины мира. Нам известно, что важнейшим средством формирования картины мира является язык, именно поэтому во фразеологических единицах находят отражение результаты познания мира. Возникновение понятия языковой картины мира связано с идеей В. фон Гумбольдта о внутренней форме языка. Гумбольдт применял диалектический метод к языковому анализу, согласно которому «мир рассматривается как противоречивое единство противоположностей» [Гумбольдт, 1984, с. 9].

Во многие науки, такие как лингвистика, психология, философия, гносеология и культурология, уже вошло понятие картины мира, причем достаточно давно. Фразеологизмы, в свою очередь, играют большую роль в описании групповой или индивидуальной картины мира. А единицей языковой картины мира является слово. «Фразеологизмы - это душа всякого национального языка, в которой неповторимым образом выражаются дух и своеобразие нации» [Араева, 2014, с. 17].

Н.Н. Гончарова в работе «Языковая картина мира как объект лингвистического описания» отмечает: «Языковая картина мира имеет двойственную природу. С одной стороны, условия жизни людей, окружающий их материальный мир определяют их сознание и поведение, что находит отражение в их языковой картине мира; с другой – человек воспринимает мир преимущественно через формы родного языка, его семантику и грамматику, что детерминирует структуры мышления и поведения. Языковая картина мира – целостный, глобальный образ мира, который является результатом всей духовной активности человека, она возникает у человека в ходе всех его контактов с миром» [Гончарова, 2012, с. 401]. Потому как язык - это важнейший способ рождения понятий человека о мире, то и особенности языковой картины мира определены языком. Фразеологизмы в китайской культуре, как пишет Нью Юйфэн, «структурно представлены, как правило, четырьмя знаменательными элементами, редко или практически не бывают заимствованными, мотивированность их значения базируется на этимологии и истории возникновения. Семантическая вариативность таких фразеологизмов гораздо больше предопределена источником возникновения, источником заимствования, рекуррентностью функционирования, стилевыми особенностями» [Нью Юйфэн, 2018, с. 83].

Каждая нация имеет свои традиции и особенности, через которые проявляется сущность этой нации. А также каждая нация имеет свои фразеологизмы, отражающие самобытность каждого народа. Русские и китайские фразеологизмы, характеризующие социальное положение человека в обществе, становятся объектом нашего исследования.

Социальная роль человека в обществе – это модель его поведения, а точнее это то поведение, которого ожидают от занимающего определенный статус человека. В современной фразеологии есть немало фразеологизмов, которые характеризуют социальное положение человека, но каждая нация имеет свои определенные фразеологизмы, отличающиеся от других.

В ходе нашего исследования было проанализировано и рассмотрено 87 фразеологизмов русского языка, характеризующих положение человека в обществе, а также 94 фразеологизма, характеризующих положение человека в обществе в китайском языке, которые представлены в «Словаре современной русской фразеологии» под редакцией А.В. Жукова, «Фразеологическом словаре русского языка» под редакцией А. И. Молоткова, «Китайско-русском фразеологическом словаре» под редакцией О.М. Готлиба и Му Хуаина, кроме того в фразеологических словарях китайского языка электронного варианта.

Как в русском, так и в китайском языках содержатся фреймы, в определенном смысле характеризующие человека, внутри этих фреймов выделяются субфреймы. Например - фрейм «оценка социального положения» в русском языке реализуется в следующих субфреймах:

1. Субфрейм «высокая оценка социального положения»:

*Рус.* «высоко летать» – занимать видное положение в обществе; «важная птица» – занимающий высокое служебное/общественное положение человек; «птица высокого полета» – о влиятельном человеке.

*Кит.* 八斗之才 bā dòu zhī cái «Талант на восемь мер» – огромный талант, выдающиеся способности; 出类拔萃 chū lèi bá cuì «превзойти всех» – выдающийся, талантливый человек, быть на голову выше других; 高高在上 gāo gāo zài shàng «высоко-высоко в вышине» – птица высокого полёта, о влиятельном человеке.

2. Субфрейм «низкая оценка социального положения»:

*Рус.* «мелкая сошка» – человек, не играющий значительной роли, имеющий невысокий социальный статус, «последняя спица в колесе» – человек, играющий незначительную роль в какой-либо деятельности, «грош цена» – не имеет ценности, ничего из себя не стоит.

*Кит.* 附赘悬疣 fù zhuì xuán yóu «бородавка на теле» – бесполезный, никчёмный; 狗彘不若 gǒu zhì bù ruò «хуже собаки и свиньи» – ничтожество; 气儿马医 qì ér mǎ yī «Нищий и конский лекарь» – человек самого незавидного положения.

3. Субфрейм «высокое социальное положение»:

*Рус.* «не обсевок в поле» – стоящий человек, «из ряда вон выходящий» – человек, отличающийся от других, «быть на виду» – занимать в обществе видное место

*Кит.* 不言而信 bù yán ér xìn «Ничего не сказал, но заслужил доверие» – обладать высоким авторитетом, 大方之家 dà fāng zhī jiā «человек, познавший истину» – специалист, авторитет, 左辅右弼 zuǒ fǔ yòu bì «Слева – помощник, справа – помощник» – высшие сановники.

Как мы знаем, перевести устойчивое сочетание слов с одного языка на другой нельзя дословно, так как теряется смысл оригинальной фразы, поэтому необходимо искать похожие по смыслу идиомы из своего языка. И в русском языке, и в китайском есть понятие социального положения человека. Но мнения о статусе человека различаются, если для русского народа не столько важно социальное положение, сколько личные качества, то в китайской культуре все наоборот. Если ваш статус ниже статуса китайца, с которым вы хотите вести дела или открыть бизнес, то у вас это сделать, если и получится, то с большим трудом. Рассмотренные нами фразеологизмы в русском и китайском языках по своей

структуре разнообразны. Во фразеологизмах с компонентом социального положения человека отражены и история, и обычаи, и традиции народа.

В соответствии с проведённым нами анализом, можно сделать вывод, что фразеологизмы, характеризующие социальное положение человека в обществе, действительно отражают систему духовных установок русской и китайской нации. А также данные фразеологизмы в одинаковой мере распространены в китайском и в русском языках. Такое сходство в количестве фразеологизмов определено тем, что в каждом обществе индивид имеет определенный статус, и поэтому фразеологизмов, характеризующих социальное положение человека в обществе достаточно много не только в русском, но и в китайском языках.

#### **Литература и источники**

1. Арошидзе, Н. Различие языковых картин мира в клишированных образах / Н. Арошидзе. - Тбилиси.: Универсал, 2013. – 27 с.
2. Араева, Л. А. Мир во фразеологизмах мира/ Л.А. Араева// Słowo. Tekst. Czas XII. «Frazeologia w idiolekcje i systemach języków słowiańskich W 200. rocznicę urodzin Tarasa Szewczenki». - Szczecin – Greifswald, 2014. – Т.2 – С.15 – 24.
3. Баранов, А. Н. Аспекты теории фразеологии / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский. - М.: Знак, 2008. – 656 с.
4. Гумбольдт, В. фон. Избранные труды по языкознанию. / фон В. Гумбольдт. - М.: Прогресс, 1984. – 400 с.
5. Залевская, А. А. Национально-культурная специфика картины мира и различные подходы к ее исследованию / А.А. Залевская // Языковое сознание и образ мира: сборник статей. - М.: Институт языкознания РАН, 2000. – С. 39-99.
6. Малявин, В. В. Китайская цивилизация / В.В. Малявин. - М.: Изд-во Астрель, 2000. – 628 с.
7. Юйфэн, Н. Фразеологизмы китайского языка, характеризующие события в жизни человека и его деятельность / Н. Юйфэн // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики: электронный научный журнал. 2018, № 4 – С. 81-89. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologizmy-kitayskogo-yazyka-harakterizuyuschie-sobytiya-v-zhizni-cheloveka-i-ego-deyatelnost/viewer> (дата обращения: 19.03.2023).

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

**УДК 81'1**

#### **ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ С КОМПОНЕНТАМИ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ**

*Красильникова Л. К.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** В статье представлен сопоставительный анализ русских и китайских фразеологизмов, включающих в себя имена собственные. Актуальность нашей работы обусловлена интересом современной лингвистики к когнитивному изучению фразеологии и выявлению роли фразеологизмов в межкультурной коммуникации. Предмет исследования – символический потенциал имен собственных. Цель данного исследования – проанализировать фразеологизмы русского и китайского языков с компонентами имён собственных и выявить специфику их фреймовой организации. В статье приведены

результаты анализа фразеологических единицы с компонентами имен собственных, и специфика фреймовой организации фразеологизмов с имена собственными в китайском и русском языке.

**Ключевые слова:** фразеология, фразеологизм, фреймовый анализ, межкультурная коммуникация, имена собственные, специфика .

## PHRASEOLOGICAL UNITS OF RUSSIAN AND CHINESE WITH PROPER NAME COMPONENTS

Krasilnikova L. K.

Kemerovo State University

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

**Annotation.** The article presents a comparative analysis of Russian and Chinese phraseological units that include proper names. The relevance of our work is due to the interest of modern linguistics in the cognitive study of phraseology and the identification of the role of phraseological units in intercultural communication. The subject of the study is the symbolic potential of proper names. The purpose of this study is to analyze phraseological units of the Russian and Chinese languages with components of proper names and to identify the specifics of their frame organization. The article presents the results of the analysis of phraseological units with proper name components, and the specifics of the frame organization of phraseological units with proper names in Chinese and Russian.

**Keywords:** phraseology, phraseology, frame analysis, intercultural communication, proper names, specifics.

В каждой культуре есть понятие «устойчивые выражения», в которых закодирован некий опыт народа, который сохраняется и передается следующим поколениям. Из-за специфики национальной картины мира трудно передать понятия, которые заложены во фразеологизмах, эта проблема актуальна на сегодняшний день для тех, кто хочет изучать язык иной культуры и участвовать в межкультурной коммуникации. Поэтому мы поставили цель - выявить специфику фреймовой организации фразеологизмов с именами собственными.

При изучении фразеологизмов с разных сторон, выявляются особенности и специфика языка, различия и сходства языковых картин мира Китая и России. Думаю, особое виденье мира и мышления китайского народа лежит в «иероглифах», в статье С.А. Ан, О.А. Ворсина и Е.В. Песчанская указывают, что «иероглифы вырабатывают устойчивую привычку мыслить готовыми формулами, поговорками и сравнениями» [Ан, Ворсина, Песчанская, 2014, с. 219]. Также Жак Деррида говорил, что китайцы не имеют философии, они мыслят [Деррида, 2003, с. 108]. В итоге, на мировоззрение китайского народа и его ЯКМ повлияло создание своеобразной письменности, также это отразилось на ФЕ, в первую очередь на структуру, большинство выражений имеют формулу - 4 иероглифа, для упрощения восприятия информации и запоминания. Китайский язык имеет структуру иероглифического письма, которое связано с пространственно зрительным образом, поэтому нужно рассматривать ФЕ как графический пазл, смотреть отдельное значение «слова» и то, как сочетается с другим «словом», потому что «иероглиф» может существовать либо самостоятельно, либо только в структуре другого.

Чтобы понять мышление другого народа, можно использовать «фрейм» виде шаблона и инструмента в классификации китайских и русских фразеологизмов. Как писал Минский, «фрейм включает в свой состав субфрейм, а именно информацию для восстановления образа по умолчанию» [Минский, 1988, с. 320].

Также стоит отметить трудности ФЕ китайского языка М.П. Анасьева и Фан Сян в своих работах: «в китайской лингвокультуре нет четкого деления между языковыми средствами: пословицами, поговорками и фразеологизмами, скорее всего причина тому

сама специфика построений предложений, морфологии и синтаксиса в китайском языке» [Анасьева, 2016, с. 72-76]. И «данная специфика, в свою очередь связана с функциональностью самих структурных элементов высказывания», «в китайском языке значимость зависит не столько от лексической семантики, сколько от морфологической или морфемной семантики» [Сян, 2016 с. 67-70]. Почему это можно считать проблемой? Во-первых, очень трудно определить сразу на слух или письменность к какому типу принадлежит выражение, нужно либо точно знать, либо проводить полный разбор, во-вторых - формульное написание из 4 иероглифов, главная идея будет выражаться в первых двух иероглифов или на последних, в-третьих нужно точно знать какие иероглифы старые или новые, часто ли употребляются, потому что условное разделение между языковыми средствами это сам «иероглиф» и точное его значение, будет ли это простаноречье, пословицы, недоговорки, высокий стиль.

Для анализа и классификации китайских фразеологизмов, были выбраны пословицы 谚语 (уану) – «малая форма народного поэтического творчества, облаченная в краткое, ритмизованное изречение, несущие обобщенную мысль» [Сян, 2016 с. 69]. А для русских ФЕ и крылатые выражения.

В итоге как фразеологизмы с компонентом имени собственного отражает ЯКМ? Возьмем как пример субфрейм «качества, свойства субъекта» в китайском и русском языке. «Федот, да не тот», « Фома да Ерёма». В русской ЯКМ они зафиксированы как нарицательный образ человека с отрицательными характеристиками. «худощавость - 环肥燕瘦- Хуань полная, Ян худая», «красота - 掷果潘安- Забрасывать фруктами красавца Пань-ань». В китайской ЯКМ наоборот, зафиксированные имена собственные человека с положительными характеристиками. Это показывает отличие восприятие двух культур «качества, свойства субъекта» с помощью имен собственных.

В результате анализа были выявлены общие «субфреймы» в обоих языках:

1. Качества, свойства субъекта.
2. Качества, свойства объекта.
3. Состояние субъекта.
4. Состояние объекта.

В результате анализа было установлено, что фрейм «Имя собственное» в русском и китайском языках представлен как общими, так и специфическими субфреймами.

Специфическая группа субфреймов русского языка:

- 1) «Место действия субъекта» - Лукулловский пир, Авгиевы конюшни, Сады Семирамиды, Ковчег спасения, Елисейские поля.
- 2) «Субъект сравнения» - Беден, как Лазарь.
- 3) «Характеристика действия» - Во всю Ивановскую, Бочка Данаид, На Голгофу восходить, Кузькину мать показать, Тайна Мадридского двора, Мели Емеля, твоя неделя, Пиррова победа.

Специфическая группа субфреймов китайского языка:

- 1) «Межличностные отношения» - 秦晋之好 - «Дружба между Цинь и Цзинь», 玄雨巫山 - «Облака и дожди горы У», 向平之愿 - «Желания Сян Пина», 管鲍分金 - «Гуань и Бао делят золото», 肝胆楚越 - «Печень и селезенка, как Чу и Юэ названия древних царств, враждующих друг с другом», 河东狮吼 - «Рев жэдунской львицы», 秦越肥瘠 - «Цинь и Юэ, толстый и тощий».
- 2) «Время действия» - 秦楼楚馆 «Циньский терем, чуское подворье».
- 3) «Речевая деятельность субъекта» - 齐东野语 - «Байки простолюдинов Восточного Ци».

Благодаря фреймовому анализу можно изучить ЯКМ Китая и России, как они отражают свое восприятие мира в устойчивых выражениях, в мышление, в именах собственных, которые имели важность для того чтобы они сохранились в памяти народа. Поэтому изучение ФЕ помогает нам узнать культуру, что в дальнейшем даёт возможность преодолеть межкультурные барьеры.

#### **Литература и источники**

1. Ан, С. А., Ворсина О. А., Песчанская Е. В. Иероглифическая образная письменность как главная причина устойчивости китайской культурной традиции// Известие АлтГУ. 2014. – 217-221 с.
2. Анасьева, М. П. Поговорка как отдельный класс изобразительных средств во фразеологической системе современного китайского языка // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2016. № 4(58): в 3-х ч. Ч. 2. С. 72-76 .
3. Деррида, Ж. Лекции в Китае. Пекин. 2003. – 108 с.
4. Войцехович, И. В. Практическая фразеология современного китайского языка. АСТ: Восток-Запад, – М., 2007. – 509 с.
5. Фан, Сян. Морфема и слово в китайском языке и индоевропейских языках: сопоставительный анализ // Вестник БГУ. Сер 4. 2016 .№3. – С. 67-70.
6. Минский, М Остроумие и логика коллективного бессознательного // Новое в зарубежной лингвистике. - М., 1988. – 320 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Булгакова О. А., ФБГОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 81.373.222**

### **АНТРОПОМОРФНЫЙ КОД РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ МИФОЛОГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ СКАЗОК)**

*Лебедева Е. А.*

ФБГОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[lizochka.lebedeva.96@list.ru](mailto:lizochka.lebedeva.96@list.ru)

**Аннотация.** Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию антропоморфного кода и его отражению в русской и китайской лингвокультурах. Особый интерес в нашей работе вызывает изучение антропоморфного кода как языкового, когнитивного и культурного явления. Предмет нашего исследования – антропоморфный код в русском и китайском языке, а объект исследования – специфика реализации антропоморфного кода в русской и китайской лингвокультурах. Целью нашей работы является изучение антропоморфного кода как ключа к пониманию культуры и мышления русского и китайского народа. В качестве материала исследования использованы русские и китайские народные сказки. Результаты исследования могут быть применены в лингвокультурологии, паремиологии, лингвофольклористике.

**Ключевые слова:** код культуры; антропоморфный код; китайский язык; русский язык; мотивационная модель; малый фольклорный жанр.

### **ANTHROPOMORPHOUS CODE OF RUSSIAN AND CHINESE MYTHOLOGY (BY THE MATERIAL OF FAIRY TALE)**

*Lebedeva E. A.*

Kemerovo State University

[lizochka.lebedeva.96@list.ru](mailto:lizochka.lebedeva.96@list.ru)

**Annotation.** This work is devoted to the theoretical and practical study of the anthropomorphic code and its reflection in Russian and Chinese linguocultures. Of particular interest in our work is the study of the anthropomorphic code as a linguistic, cognitive and cultural phenomenon. The subject of our study is anthropomorphic code in Russian and Chinese, and the object of the exploration is the particularity of realization of the anthropomorphic code in Russian and Chinese linguistic cultures. The purpose of our work is to study the anthropomorphic code as a key to a situation the culture and intellection of the Russia and Chinese people. Russia and Chinese fairy tales were used as investigate material. The research results can be applied in linguoculturology, paremiology, linguofolkloristics.

**Key words:** culture code; anthropomorphic code; Chinese; Russian; motivational model; small folklore genre.

Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию антропоморфного кода и его отражению в русской и китайской лингвокультурах. Код культуры – базовая единица изучения в таких актуальных направлениях современной лингвистики, как лингвофольклористика и лингвокультурология [Калашникова, 2021: Каменева, 2021]. В современной лингвистике культурный код, как правило, рассматривается в сопоставительном аспекте на материале нескольких языков.

Основоположником изучения культурного кода считается В. В. Красных, предложившая следующее определение: «Код культуры может быть определен как «сетка», которую культура «набрасывает» на окружающий мир, членит, категоризует, структурирует и оценивает его. Коды культуры соотносятся с древнейшими архетипическими представлениями человека. Собственно говоря, коды культуры эти представления и “кодируют”» [Красных, 2001, с. 5]. При классификации кодов культуры мы также опираемся на работы данного исследователя, в которых разграничены следующие виды: «1) соматический (телесный), 2) пространственный, 3) временной, 4) предметный, 5) биоморфный (зооморфный), 6) духовный» [Красных, 2001, с. 8].

Научный интерес в рамках нашей работы представляет антропоморфный код, в основу которого положен принцип антропоморфизма – «наделение предметов природы, а также вымышленных мифических существ (духов, богов) человеческими обликом и свойствами» [Ойноткинова, 2021, с. 7]. Смежным для антропоморфного кода является зооморфный код, который включает в себя не только представителей животного мира, но и растительный мир, поэтому В. В. Красных в своей работе называет этот код «биоморфным» [Красных, 2001, с. 8].

Наиболее эффективным инструментом описания картины мира определенного народа является методика мотивационного анализа, разработанная С. М. Толстой [Толстая, 2022, с. 114]. Применение данной методики в фольклорных текстах предложила Н. Р. Ойноткинова в монографии «Мифологическая картина мира алтайцев» [Ойноткинова, 2021]. Данным исследователем были выявлены 7 основных мотивационных моделей на материале алтайского эпоса. Обратимся к их рассмотрению.

1) «Человек → космическое тело» [Ойноткинова, 2021, с. 72]. В алтайской лингвокультуре распространен миф о созвездии «Плеяды», в котором говорится «о семи братьях-ханах, споривших между собой, кто будет главным; чтобы спор прекратился, божество превратило их в звёзды» [Ойноткинова, 2021, с.72].

2) «Человек → божество» [Ойноткинова 2021, с. 73]. В мифологии алтайцев выделяется три основных мира: Верхний мир – это положительное пространство, которое несет в себе только доброе и положительное; Средний мир – в нём существует как положительное, так и отрицательное; Нижний мир – это пространство, содержащее только отрицательное, злое и мёртвое. Так, «женское божество Верхнего мира называют Энем – Мерген Тенгере букв. “Мать Меткое Небо”, в основе номинации лежит обожествленное небо, имеющее женские черты» [Ойноткинова, 2021, с.73].

3) «Человек → демон / злой дух» [Ойноткинова, 2021, с. 73]. В алтайских мифах

повествуется о духах-оборотнях «в виде красивых девушек с медными ногтями, которые приходят, чтобы погубить охотника» [Ойноткинова, 2021, с. 74].

4) «Человек -> дух / хозяин» [Ойноткинова, 2021, с. 74]. В алтайских мифах очень часто встречается «дух-хозяин земли, который имеет антропоморфный или зооморфный облик; он появляется в образе старца или старицы» [Ойноткинова, 2021, с. 74]. Так, в сказании «Алтай-Буучай» «Земля-мать (*Жер-Эне*) помогает богатырю» [Ойноткинова, 2021, с. 76].

5) «Человек -> животное» [Ойноткинова, 2021, с. 76]. В чалканском мифе женщина превратилась в соловья, после того, как сокрушалась о том, что не успевает вкопать себе кандыка: «Через образ старухи, выражающей недовольство тем, что она добывает себе на пропитание, и превращающейся в соловья, осуждается человеческая жадность» [Ойноткинова, 2021, с. 77]. Переход человека в животное показывает избавление первого от какого-либо присущего ему порока.

6) «Человек -> растение» [Ойноткинова, 2021, с. 78]. В мифе «Женьшень» «...целитель, не вылечивший дочь божества дьайачары, был превращен в женьшень» [Ойноткинова, 2021, с. 79]. С тех пор считается, что тот, кто выпьет отвар этого растения, может исцелиться от болезней.

7) «Человек -> артефакт» [Ойноткинова, 2021, с. 77]. Алтайцы придавали человеческие черты определенным культовым предметам: «Шаманские духи-помощники *чалу*, изображались на бубне, имели антропоморфный облик» [Ойноткинова, 2021, с.78].

Представленные мотивационные модели находят отражение в сюжетах сказок, мифов, легенд различных народов. Целью практической части нашего исследования является сравнение антропоморфного кода китайской лингвокультуры с его аналогом в русской. В качестве базовой в работе применена методика мотивационного анализа. Материал исследования составили русские и китайские народные сказки, легенды, предания. Основным критерий отбора материала – превращение в сюжете сказки животного в человека. Анализ полученных результатов помог выявить большее разнообразие и наполнение мотивационных моделей в китайской лингвокультуре в сравнении с русской.

#### Литература и источники

1. Калашникова, А. Л. Лингвофольклористика / А. Л. Калашникова // Актуальные направления современной лингвистики. Часть 1: Язык – Культура – Познание: учебное пособие / Общ. ред. О. Н. Кондратьева, техн. ред. Ю. С. Игнатова. – М.: Перо, 2021. – С. 60-78.
2. Каменева, В. А. Этнолингвистика // Актуальные направления современной лингвистики. Часть 1: Язык – Культура – Познание: учебное пособие / Общ. ред. О. Н. Кондратьева, техн. ред. Ю. С. Игнатова. – М.: Перо, 2021. – С. 18-36.
3. Красных, В. В. Коды и эталоны культуры (приглашение к разговору) / В. В. Красных // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов – М.: МАКС Пресс, 2001. – С. 5-19.
4. Ойноткинова, Н. Р. Мифологическая картина мира алтайцев: концепты, мотивы, сюжеты: монография / Н. Р. Ойноткинова. – М.: Новосибирск: ИПЦ НГУ, 2021. – 622 с.
5. Толстая, С. М. Мотивационные семантические модели и картина мира / С. М. Толстая. – Русский язык в научном освещении. – 2002. – № 1 (3). – С. 112-127.

*Научный руководитель – к. ф. н., доцент Денисова Э. С., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ НА КИТАЙСКИЙ  
ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ МУЛЬТФИЛЬМА С СУБТИТРАМИ)**

*Ляуш С. Д.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию слов-реалий в китайском и русском языках. Объект нашего исследования – слова-реалии русской культуры, а предмет исследования – специфика их перевода на китайский язык. Цель исследования – изучение особенностей кино/видеоперевода русских слов-реалий на китайский язык. Поставленная цель требует решения следующих задач: изучить теоретические основы исследования слов-реалий в отечественной и зарубежной лингвистике; рассмотреть способы кино/видеоперевода слов-реалий, описанные в научной литературе; установить приемы, используемые при переводе русских слов-реалий на китайский язык. Материалом исследования выступили русские анимационные фильмы, сопровождающиеся китайскими субтитрами. Полученные результаты исследования могут быть использованы в теории и практике перевода.

**Ключевые слова:** слово-реалия; кино/видеоперевод; субтитр; русский язык; китайский язык; анимационный фильм.

**THE SPECIFICITY OF TRANSLATION OF RUSSIAN CULTURAL REALITIES  
INTO CHINESE LANGUAGE (BY THE MATERIAL OF A CARTOON  
WITH SUBTITLE)**

*Lyauush S. D.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** This work is devoted to a theoretical and practical study of the translation of the realities of Russian culture into Chinese. Of particular interest within the framework of the problem posed is the study of the translation of Russian realities that did not previously exist in Chinese culture, such as historicisms and archaisms. At present, Russian culture has become widespread in China, with the help of Russian cinema. Particular attention is paid to the translation of cartoons with the help of subtitles. The subject of our research is film/video translation of words-realities, and the object of research is the specifics of Chinese-Russian cinema/video translation. The purpose of our work is to study the translation of Russian realities into Chinese and to identify its specifics. To achieve this goal, such tasks were set as: studying the theoretical basis of the realities of Russian culture; the specifics of translating the realities of Russian culture into Chinese. The material for the work was Russian cartoons with Chinese subtitles. The results of the study can be applied in the field of intercultural communication.

**Key words:** Russian realities; translation; subtitle; Russian language; Chinese; cartoon.

Начиная с XIX века, отношения между языком и культурой являются одной из важнейших тем исследований в лингвистике. Слова-реалии как способы отражения колорита начали рассматриваться в начале 50-х годов XX века [Влахов, 1980, с. 5]. Хотя термин «слова-реалии» используется достаточно давно в лингвистической традиции, однако до сих пор «ни в лингвистике, ни в методике, ни в переводоведении нет четких критериев определения реалий и совершенно не изучена специфика языковых единиц, которые обозначают эти реалии» [Томахин, 1988, с. 10]. Между тем не вызывает сомнения тезис о том, что изучение слов-реалий позволяет получить более точное представление об историческом и социальном развитии той или иной страны. Кроме того, слова-реалии не

имеют точных аналогов в других языках, поэтому процесс перевода требует особого подхода.

Существует достаточно большое количество реалий, обладающих своеобразными лексическими, фонетическими и морфологическими особенностями. Следовательно, существует и развитая система их классификации по различным признакам. В нашей работе было рассмотрено три таких классификации, но наиболее точной считается классификация С. Влахова и С. Флорина [Влахов, 1980, с. 51-77], которая позволяет рассмотреть реалии с разных точек зрения, распределить их по коннотативным значениям. Во внимание принимаются местный (национальный, региональный) и временной (исторический) колорит. Реалии, являясь лексическими единицами, вербально выражают специфические черты национальных культур, которые называют уникальные предметы и явления, характерные для жизни, быта, культуры одного народа, и чуждые другому.

В современной России рынок кино/видео перевода (КВП) занимают иностранные киноленты. Обычно таким переводом в России занимаются внештатные сотрудники телеканалов. Под термином «кино/видео перевод» в научной литературе понимается «перевод художественных игровых и анимационных фильмов, а также сериалов» [Матасов, 2009, с. 3]. Сложность кино/видео перевода заключается в том, что результат работы переводчика определяет восприятие картины зрителем, и в процессе работы профессионал сталкивается с необходимостью адаптироваться не только к техническим ограничениям, но и к культурному контексту. Крайне важно при этом учитывать языковые компетенции носителя целевого языка, языковую среду, окружающую реципиента, его фоновые знания. Слова-реалии воспринимаются представителями чужих лингвокультур по-разному. Сложность этой задачи заключается в том, что в языке, на который нужно перевести слово, может не быть названия реалии, описанной в оригинальном тексте. При этом важно не только передать образными средствами саму реалию, но и сохранить ее колорит и уникальное значение.

Фильм с субтитрами является одним из самых популярных форм просмотра иностранных фильмов, так как создание субтитров – самый быстрый, дешевый и технически простой способ перевода. Субтитрирование – это процесс выведения на экран синхронизированных надписей диалога фильма или телепередачи.

Во многих отношениях киноперевод при дублировании похож на письменный перевод. Поскольку перевод художественных фильмов – это особый вид художественного перевода, к нему применимы и качества, необходимые для перевода художественной литературы. Необходимость соблюдения хронометража при переводе определяет сохранение еще одной характеристики дублированного перевода – синхронности (соответствия между речью актера и переведенным диалогом). Для достижения этой цели переводчику приходится идти на большие вольности, чем при письменном переводе, полагаясь на синтаксические уподобления, добавления и опущения, которые в некоторых случаях могут исказить смысл оригинального текста: «Перевод кино/видео материалов – сочетает черты синхронного, последовательного и письменного перевода в зависимости от цели и характера работы (перевод на аудиторию, для дубляжа, озвучивание и пр.)» [Нелюбин, 16, с. 53].

Рабочая гипотеза нашего исследования состоит в том, что анализ, сопоставление и оценка собранного нами материала позволят выявить специфику перевода реалий русской культуры в китайском кино/видео переводе.

В ходе практической части нами была разработана модель анализа художественного фильма, включающая следующие этапы работы с ним: 1) отбор субтитров с реалией на китайском языке; 2) сравнение субтитра с оригинальным русским аудиальным текстом; 3) поиск значения реалии в «Толковом словаре русского языка» [ТСРЯ, 1994] и его слова-замены в «БКРС» [БКРС]; 4) определение тематической группы слова-реалии и слова-замены; 5) оценка лингвокультурологической ценности слова-реалии и слова-замены; 6) идентификация использованного способа перевода (транслитерация; аналог;

лингвокультурологический комментарий; нулевой перевод; описательный перевод); 7) соотношение количества реалий в русском аудиальном тексте и китайских субтитрах; 8) установление валидности перевода (точный / неточный / ошибочный).

Таким образом, при кино/видеопереводe реалий возникают определенные трудности. При их переводе нужно помнить, что реалии несут культурную информацию, которая может быть неясной, поэтому переводчик должен тщательно изучить предмет с лингвострановедческой позиции. Перспективой нашей работы является апробация предложенной в результате исследования модели описания слов-реалий на более широком языковом материале, включающем кинофильмы и сериалы.

#### Литература и источники

1. БКРС – Большой китайско-русский словарь [Электронный словарь]. – Режим доступа: <http://www.bkrs.info/> (дата обращения: 22.02.2023).
2. Влахов, С. Непереваемое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М.: Международные отношения, 1980. – 342 с.
3. Матасов, Р. А. Перевод кино-/видеоматериалов: лингвокультурологические и дидактические аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / Р. А. Матасов. – М., 2009. – 23 с.
4. Нелюбин, Л. Л. Толковый переводоведческий словарь / Л. Л. Нелюбин. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 318 с.
5. Томахин, Г. Д. Реалии-американизмы: Пособие по страноведению / Г. Д. Томахин. – М.: Высшая школа, 1988. – 238 с.
6. ТСРЯ – Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова; Российская АН, Ин-т рус.яз., Российский фонд культуры. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Азъ, 1994. – 907 с.

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

УДК 811.161.1

### ОТНОШЕНИЕ ДЕТЕЙ К ИГРОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ АНКЕТИРОВАНИЯ)

*Павлова К. М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[kseniyap2001@gmail.com](mailto:kseniyap2001@gmail.com)

**Аннотация.** Данная работа выполнена в русле идей онтолингвистики и психоллингвистики. Статья посвящена рассмотрению игровой деятельности современных детей с точки зрения психологии процесса игры и формирования языковой личности в процессе игры. Объектом изучения являются представления детей об игре в русской и китайской лингвокультурах. Предметом изучения выступают особенности восприятия игры русскими и китайскими детьми. Цель исследования состоит в выявлении отношения современных детей к игровой деятельности, ее видам и атрибутам. Материалом послужили результаты анкетирования взрослых информантов – представителей русской и китайской лингвокультур. Анализ материала показывает тенденцию к становлению и развитию языковой личности современных детей, принадлежащих разным лингвокультурам, то есть, как цифровизация влияет на формирование познавательного и речевого инпута детей, их отношения к нецифровым играм.

**Ключевые слова:** онтолингвистика, психоллингвистика, игровая деятельность, анкетирование, детская речь, русская и китайская лингвокультуры.

**CHILDREN'S ATTITUDE TO THE GAME ACTIVITIES IN RUSSIAN AND  
CHINESE LINGUOCULTURES  
(BASED ON THE RESULTS OF THE QUESTIONNAIRE)**

*Pavlova K. M.*

Kemerovo State University  
[kseniyap2001@gmail.com](mailto:kseniyap2001@gmail.com)

**Annotation.** This work is carried out in line with the ideas of ontolinguistics and psycholinguistics. The article is devoted to the consideration of the game activity of modern children from the point of view of the psychology of the game process and the formation of a linguistic personality during this process. The object of study is children's ideas about the game in Russian and Chinese linguistic cultures. The subject of the study is the peculiarities of the perception of the game by Russian and Chinese children. The purpose of the study is to identify the attitude of modern children to play activities, its types and attributes. The material was the results of a survey of adult informants - representatives of Russian and Chinese linguistic cultures. The analysis of the material shows a tendency towards the formation and development of the linguistic personality of modern children belonging to different linguistic cultures, that is, how digitalization affects the formation of the cognitive and speech input of children, their attitude to non-digital games.

**Key words:** ontolinguistics, psycholinguistics, game activity, questioning, children's speech, Russian and Chinese linguistic cultures.

Игра, как известно, является основной деятельностью, в которую дети включаются с самого их рождения. Именно посредством игры ребенок начинает познавать окружающую действительность, учиться необходимым навыкам, а также развивать свою языковую личность. Не зря на ранних ступенях образования детей игра остается ведущим способом обучения, потому что так им проще и нагляднее воспринимать новую сложную информацию.

Игровая деятельность давно привлекает внимание ученых, поскольку она является неотъемлемым элементом культуры разных народов. Вопросами игровой деятельности детей дошкольного возраста с точки зрения психологии занимались отечественные психологи, педагоги Л. С. Выготский, К. Д. Ушинский, Д. Б. Эльконин, А. Н. Леонтьев. А. Н. Леонтьев подчеркивает, что, в отличие от понимания игры взрослыми, когда игра должна приводить к результату, то есть выигрышу или проигрышу, для детей «мотив лежит в самом процессе» [Леонтьев, 1996, с. 19].

Также сейчас активно развивается такое молодое научное направление, как онтолингвистика, которое обозначает предметом своего исследования ход освоения детьми родного языка. Основоположником этого направления языкознания является А. Н. Гвоздев, который определил временные рамки формирования грамматических структур и морфемных моделей слов в сознании ребенка [Гвоздев, 1981]. А продолжают развитие направления С. Н. Цейтлин и ее ученики [Цейтлин, 2004]. Так, игровая деятельность служит еще и сферой становления и реализации языковой личности детей.

Однако в условиях современной жизни, где даже у детей смартфоны и другие предметы цифровых технологий находятся в легком доступе и постоянном использовании, предпочтения в игре быстро меняются. А вместе с тем меняются интересы детей, что может приводить к смене парадигмы развития детской речи, то есть появлению новых слов посредством лингвокреативной деятельности [Голованова, 2015, с. 53]. Поэтому мы провели анкетирование, чтобы узнать, меняются ли интересы современных детей к традиционной игре из-за присутствия в их жизни предметов высоких технологий.

Цель нашего исследования – определить отношение современных русских и китайских детей к игровой деятельности посредством анализа реакций, полученных в ходе анкетирования взрослой аудитории.

Объектом изучения являются представления детей об игре в русской и китайской лингвокультурах.

Предметом изучения является особенности восприятия игры русскими и китайскими детьми через выявление их ценностного отношения к ее возможностям, видам и вариантам проведения в условиях цифровизации.

В качестве материала исследования выступают результаты анкетирования взрослых информантов в рамках русской и китайской лингвокультур в количестве 30 и 28 соответственно. Были опрошены родители и студенты, у которых есть младшие братья/сестры или племянники/племянницы. Испытуемым были предложены 5 вопросов, которые связаны с возрастом ребенка, его предпочтениями в свободное время и во время игровой деятельности, а также со способностью воссоздания им в процессе игры событий, в которых он участвовал дома, в дошкольном учреждении или встречал в мультфильмах, книгах.

Анализ ответов на вопрос о возрасте ребенка показал, что в опросе участвовали родители детей дошкольного (4–6 лет) и младшего школьного (7–12) возраста. Эти ответы означают, что дальнейшие результаты данного исследования покажут процесс формирования интересов современных детей до подросткового возраста, когда предпочтения сменятся с детских на более серьезные взрослые темы.

На второй вопрос «Что предпочитает делать Ваш ребенок в свободное время? с вариантами ответов: «смотреть мультфильмы», «гулять на улице», «играть с игрушками», «играть в телефон/компьютер» и «другое» со своим вариантом ответа) были получены следующие результаты. Русские респонденты чаще выбирали «играть в телефон/компьютер» (55,6 %), далее вариант «гулять на улице» (44,4 %), «смотреть мультфильмы» (38,9 %), «играть с игрушками» (27,8 %) и другие варианты «рисовать и лепить» (11,6 %). А среди китайских респондентов наибольший процент 57,2 % набрал ответ «гулять на улице», тем самым опередив ответ «играть в телефон/компьютер» на несколько процентов (55,9 %).

Следующий вопрос «Есть ли у Вашего ребенка любимая игра? Если да, то какая?», который отражает игровые предпочтения детей. У русских информантов были повторяющиеся ответы, среди которых были предложены такие примеры активных игр, как прятки, игры с машинками, а также настольные игры – шахматы и пазлы. Также были указаны и примеры компьютерных игр: «роблокс», «Garden Skapes», «майнкрафт». Китайскими информантами были предложены настольные игры (нарды и пазлы), активные игры (прятки, игры с детскими игрушками, игры с мячом). И также были названы стратегические компьютерные игры «和平精英» и «王者荣耀», сутью которых является нападение на вражескую территорию и разрушение сооружений, а также защита своей территории.

Четвертый вопрос, который отражает, каким именно видам обычной игры отдают предпочтение дети, звучал так: «В какой вид игры любит играть Ваш ребенок? (с вариантами ответов: «настольно-печатные», «подвижные», «сюжетно-ролевые», «дидактические», «театрализованные» и «словесные»)). Русские респонденты чаще всего выбирали варианты «подвижные» (55,7 %) и «словесные» (55,4 %), что показывает желание детей быть участниками не только активных игр, но и интеллектуально-творческих, в процессе которых развивается мышление и словарный запас ребенка. Среди китайских респондентов самыми популярными были варианты «подвижные» (51,2 %) и «сюжетно-ролевые» (50,9 %). Эти результаты отражают предпочтение детей перенимать на себя определенные роли взрослых, осуществлять в рамках выбранной роли соответствующие действия, благодаря чему формируются социокультурные ценности уже в детстве.

Последний закрытый вопрос «Отражает ли ребенок в своей игре события, которые происходят дома, в садике или в мультфильме?» показал следующие результаты. Как русские, так и китайские информанты дали положительный ответ, что говорит о том, что детям в обеих лингвокультурах свойственно запоминать и пропускать тот опыт, который они получили в разных ситуациях взаимодействия со взрослыми или другими детьми, через призму игровой деятельности, тем самым выделяя для себя ключевые моменты в процессе становления личности.

Конечно, полученные на данный момент результаты не отражают целостную картину происходящих изменений отношения детей к игре. Однако на данном этапе можно отметить, что ситуация в лингвокультуре России не совпадает с ситуацией в лингвокультуре Китая из-за разных предпочтений в игровой деятельности. Как было отмечено ранее, дети в России сейчас больше интересуются компьютерными игровыми платформами, нежели активным отдыхом и прогулкой на улице, как дети в Китае. Но не может не радовать тот факт, что дети в обеих странах по-прежнему погружены в традиционные игры, которые способствуют развитию их воображения, фантазии, словарного запаса и усвоению ими культурных ценностей. Тем более, что ответные реакции на последний вопрос говорят нам о том, что дети отражают в своей игре не только события, происходящие во внешней среде, но и языковой опыт, полученный в разных ситуациях, который также проходит внутренний анализ в их сознании. Помимо сюжетов игры на базе этих ситуаций дети вербализуют приобретенный самостоятельно опыт, что способствует формированию их собственной языковой личности.

### Литература и источники

1. Гвоздев, А. Н. От первых слов до первого класса. Дневник научных наблюдений / А. Н. Гвоздев. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1981. – 206 с.
2. 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.
3. Леонтьев, А. Н. Психологические основы дошкольной игры / А. Н. Леонтьев. – Психологическая наука и образование. – 1996. – № 3. – С. 19–32.
4. Цейтлин, С. Н. Детская речь как предмет лингвистического исследования / С. Н. Цейтлин. – Санкт-Петербург: Наука, 2004. – С. 275–278.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент кафедры стилистики и риторики  
Проскурина А.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 81

## СЕМАНТИКА ЦВЕТОВ В РУССКОМ, КИТАЙСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ НА МАТЕРИАЛЕ СВОБОДНОГО АССОЦИАТИВНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА

*Пепелова Л. Ф.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»  
[pepelova.love@mail.ru](mailto:pepelova.love@mail.ru)

**Аннотация.** Данная статья посвящена лингвокультурным различиям в семантике цветов русского, английского и китайского языков на материале психолингвистического эксперимента. В статье мы рассмотрели, как образ цветка представлен в разных лингвокультурах и какое значение он имеет для представителей того или иного народа в реалиях современной глобализации, которая несомненно повлияла на развитие культур, но не лишила их уникальности, обусловленной территориальными и историческими различиями. Носители китайского языка имеют своеобразный взгляд на мир, отличный от носителей английского и русского языков, что обусловлено уникальной культурой Китая, не подвергающейся на протяжении многих веков влиянию других культур из-за закрытости страны и веры китайцев в особую роль Китая как «центра мира».

**Ключевые слова:** межкультурная коммуникация, психолингвистика, лингвокультура, свободный ассоциативный эксперимент, ассоциации, культурный феномен.

**SEMANTICS OF COLORS IN RUSSIAN, CHINESE AND ENGLISH  
ON THE MATERIAL  
FREE ASSOCIATION EXPERIMENT**

*Pepelova L. F.*

Kemerovo State University

[pepelova.love@mail.ru](mailto:pepelova.love@mail.ru)

**Annotation.** This article is devoted to linguistic and cultural differences in the semantics of flowers in Russian, English and Chinese on the basis of a psycholinguistic experiment. In the article, we examined how the image of a flower is presented in different linguistic cultures and what significance it has for representatives of a particular people in the realities of modern globalization, which undoubtedly influenced the development of cultures, but did not deprive them of their uniqueness due to territorial and historical differences. Chinese speakers have a peculiar view of the world, different from English and Russian speakers, which is due to the unique culture of China, which has not been influenced by other cultures for many centuries due to the closed nature of the country and the belief of the Chinese people in the special role of China as the "Center of the World".

**Keywords:** intercultural communication, psycholinguistics, linguistic culture, free associative experiment, associations, cultural phenomenon.

Язык является отражением народа. Характер людей, склад мышления, их самобытность и неповторимость – всё это таит в себе язык. Язык формируется и видоизменяется вместе с народом в ходе исторических событий. Это не просто набор языковых знаков, это неотъемлемая часть жизни и быта людей. В. фон Гумбольдт в своих работах писал о том, что «язык – это мир, лежащий между миром внешних явлений и внутренним миром человека» [Гумбольдт, 1984, с. 304]. Исходя из этого, мы можем сказать, что разные языки отображают разные миры и разные видения людей, которые формируются посредством наложения друг на друга внешних и внутренних факторов.

В свою очередь, взаимосвязь языка и культуры, их неразрывность отражается в таком понятии, как лингвокультура. В работах В. В. Красных этот термин трактуется как «культура, воплощенная и закреплённая в знаках языка, явленная нам в языке и через язык» [Красных, 2012, с. 68], то есть посредством языка мы можем узнать культурные особенности определённого народа, которые будут уникальны во всём своём проявлении. Эти культурные особенности играют значимую роль в процессе межкультурной коммуникации, а их знание способствует улучшению общения между носителями разных языков, большему пониманию между ними, а также налаживанию межкультурных связей, что в век глобализации имеет важное значение.

В целях выявления культурологических различий мы провели эксперимент на наличие ассоциативных связей с семантикой цветов в сознании носителей китайского, русского и английского языков. Информантами выступили 25 человек с китайской стороны, 30 с русской и 25 с англоязычной. Р. М. Фрумкина в своей работе пишет, что «как феномен ассоциативная связь определена именно культурой во всем ее многообразии – всеми знаниями, опытом, в том числе чувственным опытом, но при этом таким опытом, в котором мы не отдаем себе отчета» [Фрумкина, 2003, с. 224]. Изучая ассоциации в свободном ассоциативном эксперименте, мы можем определить круг культурно-значимых понятий, а также феноменов, характерных для представителей разных культур. Семантика слов, которую также можно отнести к культурным феноменам, приобретает человеком по мере его овладения языком и культурой.

Цветочная культура начала развиваться сотни лет назад и стали неотъемлемой частью жизни человека. Сначала цветы использовали в качестве еды, затем как один из способов украшения, а после как элемент повседневности в виде орнаментов. Постепенно цветы стали отображать эстетическую сторону жизни человека, а также использоваться для

выражения чувств. Безусловно, цветы заняли одну из важнейших ниш в жизни человека и стали частью его повседневности, что говорит нам о том, что их восприятие тем или иным человеком и даже народом стало играть значимую роль.

Результаты эксперимента показали, что ассоциации, которые возникли у представителей китайской, русской и английской лингвокультур с разными видами цветов, имели как сходства, так и различия. Так, королева цветов – роза – ассоциировалась у всех информантов с одними и теми же реалиями. Это прежде всего красный цвет, любовь, страсть, что подтверждает статус розы как самого популярного цветка для выражения чувств человека. Лаванда, в свою очередь, у русских и англоговорящих информантов имела внешние ассоциации, такие как аромат и всем известная область в Париже - Прованс. Однако большая часть представителей китайской лингвокультуры этот цветок соотносили со способом выражения любви, а также с ожиданием любви и романтики. Нарцисс, известный во всём мире своей легендой о происхождении, у информантов русской и английской лингвокультур ассоциировался с такими человеческими качествами, как самовлюблённость и эгоистичность. В то время как у китайских информантов возникли с этим цветком ассоциации тоски по кому-либо и воспоминания о тесном семейном кругу. Хризантема у представителей русской лингвокультуры была связана с бабушкой, дачей, 1 сентября. В китайской и английской лингвокультуре хризантема вызвала отрицательную коннотацию, ассоциируясь с осенью и смертью. Символ 8 марта и весны в России – тюльпан - в английской лингвокультуре также связывался с весной и Голландией, а в китайской лингвокультуре со знатным человеком и неприступной любовью.

Помимо полных и частичных совпадений, результаты опроса показали нам и различия в восприятии цветов носителями разных лингвокультур. Так, легкая и нежная ромашка в русской лингвокультуре превратилась в негибкую и сильную перед лицом невзгод в китайской. Представители англоязычной части информантов ассоциировали этот цветок с чаем. Знаменитая гвоздика, имеющая ассоциации у русских с грустью, 9 мая и Днём Победы, у китайских информантов стала выражением любви к матери. В английской лингвокультуре гвоздика по большей части упоминалась как ингредиент для приготовления еды. Русская нежная и женственная лилия у китайцев вызвала ассоциации с вечной любовью и пожеланием счастья, а у американцев и англичан с водой и озером.

Таким образом, мы можем увидеть индивидуальность каждой из лингвокультур, обусловленную их историческим развитием. Однако ввиду тенденции глобализации, мы видим и их сходства. Розы стали всеобщим символом выражения любви, легенда о нарциссе распространилась по всему миру, а такие цветы как ромашка, гвоздика, лилия так и остались уникальным отображением взгляда определённого народа. Результаты эксперимента показали, что представители китайской лингвокультуры имеют своеобразные взгляды на мир. Они носят глубинный, эстетический характер. Возможно, это обусловлено многовековой изоляцией Китая от других стран в ходе истории, а также устоявшимся мнением китайцев о том, что Китай является центром мира. Всё это послужило причиной отсутствия влияния других культур на культуру Китая. В то же время ассоциации с цветами у русских и англоговорящих информантов имели значительные сходства, связанные характеристиками цветов (форма, цвет), а также с местом произрастания или легендами о происхождении. Причиной такого сходства могла стать тенденция европеизации культуры России, а, следовательно, и взглядов на мир её представителей в последние несколько веков.

#### **Литература и источники**

1. Гумбольдт, В. фон. Избранные труды по языкознанию/В. фон Гумбольдт. - М.: Прогресс, 1984. - 398с.
2. Красных, В. В. Культура, культурная память и лингвокультура: их основные функции и роль в культурной идентификации/В. В. Красных// Вестник ЦМО. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. 2012. №3. - С. 67-73.

3. Фрумкина, Р. М. Психоллингвистика: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений/Р. М. Фрумкина. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 320 с.

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

**УДК 81-2**

## **ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СУПЕРФРЕЙМА «ПРИПРАВЫ» В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

*Плешкова В. О.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Vladavp11@gmail.com](mailto:Vladavp11@gmail.com)

**Аннотация.** В статье анализируется лексика, являющаяся наименованием различных видов приправ русского и китайского языков в аспекте пропозиционально-фреймового моделирования. В работе также отражены результаты свободного и направленного ассоциативного экспериментов. Изучение языковой способности и фоновых знаний языковой личности через применение экспериментальных методик – важная задача. Моделирование суперфрейма «приправы» представляет собой лишь фрагмент языковой картины мира, весьма значимый для культуры двух народов, поскольку в данном фрагменте отражены как общие, так и специфические черты мировидения. Категоризация мира и обобщение человеческого опыта являются собой единение сознания и языковой формы.

**Ключевые слова:** фрейм, языковая картина мира, китайский язык, свободный ассоциативный эксперимент, направленный ассоциативный эксперимент, лингвокультура.

## **EXPERIMENTAL STUDY OF THE SUPERFRAME “FLAVOURING” IN RUSSIAN AND CHINESE**

*Плешкова В. О.*

Kemerovo State University

[Vladavp11@gmail.com](mailto:Vladavp11@gmail.com)

**Annotation.** The article analyzes the vocabulary, which is the name of various types of spices in the Russian and Chinese languages in the aspect of propositional frame-based modeling. The research also reflects the results of free and directed associative experiments. The study of the language ability and background knowledge of a linguistic personality through the use of experimental techniques is an important task. The modeling of the superframe “flavouring” is only a fragment of the language picture of the world, which is very significant for the culture of the two peoples, since this fragment reflects both general and specific features of the worldview. The categorization of the world and the generalization of human experience are the unification of consciousness and linguistic form.

**Keywords:** frame, linguistic picture of the world, Chinese, free associative experiment, directed associative experiment, linguistic culture.

В данной статье анализируется семантика суперфрейма «приправы» в двух языках. В качестве материала исследования методом сплошной, а затем целенаправленной выборки выделены общие для данных языков наименования специй: 醋 *cù* / уксус, 蒜 *suàn* / чеснок, 盐 *yán* / соль, 辣椒 *làjiāo* / перец, 葱 *cōng* / лук, 香草 *xiāngcǎo* / ваниль, 辣根 *là gēn* / хрен.

Методика пропозиционально-фреймового моделирования позволяет наиболее эффективно проанализировать структуру каждого из вышеперечисленных фреймов,

составляющих суперфрейм «приправы». Кроме этого, для изучения языковой картины мира двух народов в работе применяются комплексный экспериментальный метод, заключающийся в проведении простого и направленного ассоциативного экспериментов. Иллюстрация языковой картины мира дает возможность выявить особенности ментально-языковой организации, выраженной в речемыслительной деятельности человека, а также дальнейшей ее реализации.

Основной для любой культуры является конкретный способ мировосприятия и категоризации действительности. Специфика подобного способа предопределяется шифрованием культурно-значимых представлений и понятий, систематизирующих внутренний и внешний миры носителя языка.

Одной из важнейших составляющих проявления национальной самобытности является гастрономическая деятельность человека. Роль национальной кухни незаменима: она позволяет изучать культуру и традиции, взгляды и представления того или иного народа. При помощи кулинарного кода человек концептуализирует мир.

Пропозиционально-фреймовый анализ позволяет моделировать структуру определенной части человеческого опыта, знаний, отраженных в значениях языковых единиц, способы “активации” общих знаний, которые обеспечивают понимание в процессе языковой коммуникации. Данные фреймы способствуют иллюстрации языковой картины мира носителей китайской и русской лингвокультур.

Проведение ассоциативного эксперимента позволило определить, какое значение данные приправы имеют для носителей представленных в работе языков. Цель простого ассоциативного эксперимента заключалась в исследовании индивидуального и коллективного языкового сознания носителей того или иного языка, а также в построении ассоциативного поля для данного стимула и последующей семантической интерпретации той или иной лексемы.

**Описание хода эксперимента.** Для моделирования фреймовой структуры двух концептов проведен ассоциативный эксперимент. Информантами выступали по 30 носителей русского и китайского языков в возрастной категории от 17 до 25 лет. Русскоязычные испытуемые – студенты 1 курса направления «Лингвистика» Кемеровского государственного университета (г. Кемерово, РФ), китайскоязычные информанты – студенты 2 курса филологического факультета Цицикарского университета (г. Цицикар, пров. Хэйлунцзян, КНР). Реципиентам двух языковых групп представлена анкета-опросник, включающая в себя стандартные параметры (пол, возраст, род деятельности, родной город / страна) и 3 вопроса: 1) При прочтении нижеуказанных слов запишите свои ассоциации, первыми пришедшие на ум; 2) Объясните значение каждого слова; 3) Какие пословицы, поговорки, фразеологизмы Вы знаете с данными словами? Аналогичная анкета была составлена и на китайском языке.

В результате проведенного ассоциативного эксперимента выявлено, что для представителей обеих культур слово «уксус» ассоциируется с кислотой, жидкостью, имеющей сильный запах, «чеснок» – с горечью и сильным ароматом, «соль» соотносится с незаменимой приправой, белым цветом и морем (морской солью), «перец» – с остротой, жжением и черным цветом, «лук» – с горечью и супом, «ваниль» – с духами, ароматной выпечкой и цветами, «хрен» – с горечью и неприятным вкусом. Участники обоих экспериментальных групп слово «хрен» определили, как один из нелюбимых и неупотребляемых в пищу приправ.

Специфичными реакциями в пределах стимульного слова «уксус» являются ассоциации с консервированием и заготовками на зиму и маринадом для шашлыка у русских респондентов. Носители китайского языка, в свою очередь, называли такие ассоциации, как суши и роллы, а также винный, белый и рисовый уксусы.

В пределах слова-стимула «чеснок» выявлены такие ассоциации русскоязычных информантов, как *борщ* и *соленое сало*. Для носителей китайского языка характерной

реакцией является ассоциация чеснока с китайским блюдом – 鱼香虾 yú xiāng xiā / креветки в чесночном соусе.

В пределах стимула «соль» носителями русского языка дана ассоциация *соленое сало* – приправа с блюдом, характерным для русской культуры. Примечательно, что китайские информанты слово «соль» соотносили с медицинским солевым раствором. Данная ассоциация обусловлена с профессиональной деятельностью опрошенного, так как он является медицинским работником.

В пределах слова-стимула «перец» характерными только для носителей русского языка являются ассоциации с определенным видом перца – болгарским. К специфическим реакциям также относятся ассоциации с Индией, что может быть обусловлено связью с родиной кайенского молотого перца – Южной Индией. Носители китайского языка ассоциировали перец с часто используемой приправой, что обусловлено национальной спецификой китайской кухни.

Относительно ассоциата «лук» носителями русского языка даны реакции *фарш, шашлык* и *маринованный лук*, тогда как носители китайского языка охарактеризовали данное стимульное слово ассоциацией *блины с луком*.

В пределах ассоциата «ваниль» выявлены специфические при сопоставлении реакции русскоязычных респондентов: *душистое органическое вещество*. Носители китайского языка, в свою очередь, охарактеризовали «ваниль» как *ванильное мороженое* и *десерт*.

Стимул «хрен» вызвал следующий ряд ассоциаций у носителей русского языка: *огород, овощ* и *сорняк*. Носители китайского языка определили «хрен» как *отличающаяся неприятным вкусом приправа, не употребляемая в пищу*.

В результате проведенного направленного ассоциативного эксперимента установлено, что в пределах стимула «уксус» активно функционирующими в языковом сознании носителей русского языка являются следующие устойчивые сочетания, фразеологические единицы: *на халяву и уксус сладкий* (в значении «все хорошо, что дается даром»), *уксус хрена не слаще* (в значении «одно другого не лучше»). Носители китайского языка, в свою очередь, используют наименование «уксус» в следующих выражениях:

- 添«油加醋 tiānyóu jiācù – добавить масло, добавить уксус (в значении «приукрашивать, привирать»);
- 吃醋 chīcù – пить уксус (в значении «ревновать»);
- 拿糖作醋 ná táng zuò cù – выдавать сахар за уксус (в значении «строить из себя, важничать»).

В пределах слова «чеснок» носителями русского языка дана реакция – пословица «Ешь чеснок и лук – не возьмет недуг», используемая в прямом значении. Примечательно, что предложенное стимульное слово 蒜 suàn / чеснок у носителей китайского языка не вызвало никаких реакций в виде контекстов (устойчивых словосочетаний, пословиц, ФЕ и пр.). Хотя в китайском языке существуют пословицы и идиомы с компонентом «чеснок», например: 鸡毛蒜皮 jīmáo suàn pí / куриный пух и чесночная шелуха; выеденного яйца не стоит (обр. о мелком, неважном деле); мелочь, пустяк, сущий пустяк [БКРС].

Ассоциации русскоязычных респондентов в пределах стимула «соль»: *в этом вся соль* (в значении «в этом вся проблема»), *не сыть мне соль на рану* (в значении «не расстраивать, не напоминать о плохом»), *съесть пуд соли* (в значении «хорошо знать кого-либо»). Ассоциативный ряд китайскоязычных информантов менее разнообразен: *我吃过的盐比你走过的路多 wǒ chīguò de yán bǐ nǐ zǒuguò de lù duō* / я съел соли больше, чем ты прошел (в значении «наличие жизненного опыта»), *油盐不进 yóu yán bù jìn* / без масла и соли (в значении «упрямый»).

Превалирующими в ассоциативном ряду на стимул «перец» в русском языке являются реакции: *добавить перчинку* (в значении «добавить чего-то необычного, интересного в определенную жизненную сферу»), *крутой перец* (в значении «хороший

человек»), *модный перец* (в значении «модный человек») и *стильный перец* (в значении «человек, обладающий чувством стиля»). Отметим, что русскоязычные испытуемые использовали наименование «**перец**» для описания лица мужского пола, тогда как носители китайского языка выражением 辣妹 làmèi описывают лицо женского пола (дословно «горячая девушка», то есть красивая, страстная девушка).

Ассоциативный ряд на стимул «**лук**» в русском языке составляет выражение *горе луковое* (в значении «неудачный, жалкий»), в китайском языке – 你算哪根葱 nǐ suàn nǎ gēn cōng – какой ты зеленый лук (в значении «никчемный человек»).

«**Ваниль**» использована русскоговорящими информантами в выражении «ванильный» (в значении «романтичный»), носителями китайского языка – в выражении с негативной коннотацией 香草丫头 xiāngcǎo yātou / ванильная девушка (в значении «девушка легкого поведения»).

Ассоциации русскоязычных информантов, данные на стимул «**хрен**»: *хрен тебе* (в значении «ничего тебе»), *хрен его знает* (в значении «неизвестно»), *хрен редьки не слаще* (в значении «одинаково неподходящий»). Все выражения относятся к сниженному (разговорному) стилю речи. Реакций на данный стимул в анкетах китайскоязычных респондентов не выявлено.

Таким образом, на материале наименований приправ можно выявить как общие, так и специфические черты ЯКМ русских и китайцев. Языковая картина мира отражает обиходно-эмпирический, культурный, а также исторический опыт определенного языкового коллектива. **Перспективы** дальнейшего исследования видятся в привлечении большего количества испытуемых обоих языков для верификации результатов, моделировании полной, разветвлённой структуры рассматриваемых фреймов путем сопоставления экспериментальных данных и данных лексикографических источников.

#### Литература и источники

1. Абдуллаева, Ф. Э. Проявление эмотивности в семантике бионимов (на материале русского и китайского языков / Ф. Э. Абдуллаева // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2015. Т. 13, вып. 4. С. 37–43.
2. Лунгу, И. А. Моделирование концепта с помощью фреймовой структуры (на примере слова «школа») / И. А. Лунгу // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2015. – № 1. – Ч. 2. – С. 129 – 132.
3. Юрина, Е. А., Балдова, А. В. Пищевая метафора в процессе концептуализации, категоризации и вербализации представлений о мире / Е. А. Юрина, А. В. Балдова // Вестник Томского государственного университета. Филология. – Томск: Изд-во НИ «ТГУ», 2017. – № 48. – С. 98 – 115.
4. Большой китайско-русский словарь. – Режим доступа: <https://bkrs.info/>

*Научный руководитель – к.ф.н., доцент кафедры стилистики и риторики Абдуллаева Ф.Э., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 81'1

**СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ «ВНУТРЕННЕГО БАГАЖА»  
ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР НА  
МАТЕРИАЛЕ ПЕЙОРАТИВНОЙ ЛЕКСИКИ**

*Покасова А. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[poksanna21@gmail.com](mailto:poksanna21@gmail.com)

**Аннотация.** В данной статье исследуется пейоративная лексика, представленная в текстах различных Интернет-ресурсов. Предметом исследования является «внутренний багаж» представителей русской и китайской лингвокультур, а именно – их социальные верования, ценности, аттитюды и знания. Цель данной работы обуславливается исследованием языкового сознания носителей различных культур с выявлением общего и различного в культурном контексте коммуникации двух народов. Данные, полученные в ходе исследования, могут быть использованы в этнопсихолингвистике, коммуникативистике, социолингвистике.

**Ключевые слова:** пейоративная лексика, внутренний багаж, русский язык, китайский язык.

**COMPARATIVE ANALYSIS OF THE "INTERNAL BAGGAGE" OF  
REPRESENTATIVES OF RUSSIAN AND CHINESE LINGUOCULTURES ON THE  
MATERIAL OF PEJORATIVE VOCABULARY**

*Pokasova A.S.*

Kemerovo State University

[poksanna21@gmail.com](mailto:poksanna21@gmail.com)

**Annotation.** This article examines the pejorative vocabulary presented in the texts of various Internet resources. The subject of the study is the "internal baggage" of representatives of Russian and Chinese linguistic cultures, namely, their social beliefs, values, attitudes and knowledge. The purpose of this work is due to the identification of common and different in the cultural context of communication between the two peoples, as well as the study of linguistic consciousness of different cultures. The data obtained in the course of the study can be used in ethnopsycholinguistics, communication studies, sociolinguistics.

**Key words:** pejorative vocabulary, internal baggage, Russian, Chinese.

В основе мировидения и мировосприятия каждого народа лежит своя система предметных значений, социальных стереотипов и когнитивных схем, поэтому сознание человека всегда этнически обусловлено.

Пейоративная лексика – это понятие, напрямую связанное с культурой, историей, религией и географией нации, с бытующими в ней реалиями и отношением к ним носителей языка, что обуславливает её вписанность в рамки этнопсихолингвистики, межкультурной коммуникации и коммуникативистики. Исследования пейоративной лексики приносят большой вклад в изучение природы языка, его связи с мышлением и экстралингвистическими факторами, а также дают возможность проанализировать характер этой взаимосвязи. Так, пейоративная лексика – это слова и выражения, которые мы можем охарактеризовать не только на основе их лексического значения, но и с учётом этнопсихолингвистических аспектов языка, в которых проявляется «внутренний багаж» представителей лингвокультур.

Как отмечает Н.Р. Гейко: «пейоратив - слова и выражения, содержащие крайне отрицательную уничижительную, неодобрительную характеристику предметов, явлений,

человека» [Гейко, 2013, с. 4]. Пейоративная лексика формируется у индивида только в результате коммуникативного опыта и активного взаимодействия с действительностью, так он получает возможность сопоставлять различные реалии и, как следствие, формировать «внутренний багаж» для будущей коммуникации.

Материалом исследования послужила китайская и русская пейоративная лексика в контекстах новостных каналов. Пейоративы были условно разделены на группы, объединяющие лексемы с одной семой. Рассмотрим некоторые из них:

1. Аспект «яйцо».

«这个王八蛋竟然趁我喝醉酒把我弄成这样子!» (Это черепашьё яйцо сделало меня таким, когда я был пьян!), «有一次在学校有人骂她“笨蛋”, 朱玲再也压制不住委屈, 回家抱着妈妈痛哭许久, 眼泪擦干后, 她安慰自己: “你不能改变别人, 但可以改变自己.» (Однажды в школе кто-то назвал ее «глупое яйцо», Чжу Лин больше не могла сдерживать своей обиды. Она пошла домой и долго плакала с матерью. После того, как слезы высохли, она утешала себя: «Ты не можешь изменить других, но можешь изменить себя.»), «一次他出现在中央电视台, 有人高声喊, «你这个坏蛋» !» (Однажды он появился на канале видеонаблюдения, и кто-то крикнул: «Ты плохое яйцо!»), «金豆你这混蛋, 你爷多疼你, 你都不来看看你爷爷……» (Джиндо, смешанное ты яйцо, твой дедушка так тебя любит, а ты даже не пришел к нему...).

Вышеуказанные примеры формируют пейоративную лексику китайского языка с семой «яйцо», например, 笨蛋 (bèn dàn, глупое яйцо) и 混蛋 (hún dàn, смешанное яйцо), означающие «дурак» и «подлец». Причина пейорации слов с семой «яйцо» обусловлена «внутренним багажом» представителей китайской лингвокультуры, а именно- 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, т.к. китайская культура сосредоточена на патриархальных установках, сформировавшихся ещё в третьем тысячелетии. Другая теория объясняет, что выражение 王八蛋 (wángbādàn), которое дословно переводится на русский язык как «черепашьё яйцо», произошло от 忘八端 (wàng bā duān) «забыть восемь добродетелей». «Восемь добродетелей» — это одна из важных философских концепций конфуцианства, и человек, который их забыл, может быть приравнен к богохульнику. Таким образом, проанализировав пейоративы с семой «яйцо», мы можем охарактеризовать «внутренний багаж» китайцев следующим образом: семья — это ценность, доктрины конфуцианства — это верование и мировоззрение.

2. Аспект «бедность».

«损他们说:“你们这些土包子! 不会唱歌,就会唱《两只老虎》. (Они сказали: «Земляной пельмень! Если не умеешь петь, можешь спеть «Двух тигров»), «国家还很穷, 农民的生活还没有得到大的改善, 我不能接受优厚待遇» (Страна по-прежнему очень бедна, жизнь простолюдин существенно не улучшилась! Я не могу позволить себя дорогое лечение.)

Вышеуказанные примеры пейоративов формируют группу пейоративной лексики китайского языка со значением «бедный, неблагополучный, деревенский человек». Пейорация данных слов обусловлена негативным отношением китайцев в отношении бедности, а также их опытом и знаниями о финансовом неблагополучии. В градации китайских ценностей богатство традиционно занимает весьма значимое место, это связано с тяжёлой историей личного богатства китайцев. Назвать кого-то 农民 (nóngmín, крестьянин) значит указать на несостоятельность и бедность человека. Таким образом, мы видим, как данные пейоративы отражают «внутренний багаж» китайцев с позиции их веры в сакральность богатства и с позиции вознесения денежного благополучия как одной из важнейших ценностей человека.

Рассмотрим некоторые группы пейорации в русской лингвокультуре.

1. Аспект «собака».

«Для меня обладатель крапового берета был богом, все мифические боги, Марсы, Зевсы, Тор — это щенки перед бойцом в краповом берете.», «Так у нас депутаты, сука, ездят! Пьяные в хлам!», «Он обратил внимание, что в последнее время эта роль отведена и Чехии, однако именно Польшу, по его мнению, традиционно называют «цепной собакой Вашингтона».

Проанализировав вышеуказанные выражения, мы выявили пейоративную лексику языка с семей «собака». Причина пейорации слов с семей «собака» объясняется культурными и историческими факторами. Так, собака в Библии представляется как средоточие самых омерзительных качеств - подлости, жадности, бесстыдства, трусости и ненасытности, корысти, грязи, разврата, что сформировало у людей негативное отношение к данным животным. Таким образом, пейорация слов с семей «собака» в русском языке объясняется не объективными признаками животного, а общим этнопсихолингвистическим отношением носителей русского языка к такому предмету действительности как собака, а также «внутренним багажом», в который входят христианское мировоззрение, негативная социальная установка на подлость и корысть людей.

## 2. Аспект «сельскохозяйственные животные».

«Если ты не со мной, то ты полный осел, и я тебе это еще припомню. Не хочешь участвовать, не надо. Но если ты согласен, то надо пошевеливаться», «В Камбрии скот напал на 82-летнюю женщину с собакой», «Соловьев очень хотел, скотина. Кто, говорит, заткнет их поганые рты? Нашлись добровольцы».

Проанализировав вышеуказанные выражения, мы выявили пейоративную лексику русского языка с семей «сельскохозяйственные животные». Оскорбление «осёл» могло произойти от выражения «буриданов осёл», которое пришло в современный русский язык из старинной притчи. В притче образ осла используется как пример нерешительности, безволия, нежелания сделать выбор.

Таким образом, пейорация слов с семей «сельскохозяйственное животное» в русском языке помогает охарактеризовать «внутренний багаж» представителей русской лингвокультуры- народ имеет конкретные знания и представления о животном, народ табуирует безволие и нерешительность, следовательно, ценит свободу и смелость.

Исходя из выявленных пейоративов можно сделать вывод, что представители различных наций зачастую воспринимают, понимают и интерпретируют одни и те же факты окружающей действительности достаточно схоже, осуждая одни и те же явления, например, глупость (дурак; 二百五 èrbǎiwǔ, двести пятьдесят), распущенность (свинья, 公共汽车 gōng gòng qì chē, публичный транспорт), однако ассоциируют осуждаемые предметы по-разному, что связано с «внутренним багажом» носителей языков, с которым они смотрят на мир и входят в коммуникацию.

Изучение пейоративной лексики носителей русской и китайской лингвокультур позволяет выявить специфические черты «внутреннего багажа» каждой культуры, такие как:

1) хранящиеся в памяти знания о сложной истории личного богатства у представителей китайской лингвокультуры (土包子 tǔbāozi, земляной пельмень; 农民 nóngmín, крестьянин);

2) негативные аттитюды о Второй мировой войне у представителей русской лингвокультуры (фашист);

3) патриархальные социальные установки в ментальности китайцев (三八 sānbā, 3-8; 笨蛋 bèndàn, глупое яйцо);

4) влияние верований на освоение действительности у представителей русской лингвокультуры (собака, щенок, сука);

5) влияние верований на освоение действительности у представителей китайской лингвокультуры (слова с семей «яйцо» берут корни из конфуцианских представлений).

По результатам исследования выявляются индивидуальные и общие черты «багажа» двух лингвокультур. Общими в обеих лингвокультурах являются ценность ума,

искренности, свободы, целомудрия, семьи; негативная установка на подхалимство, богохульство, маргинальное поведение; а индивидуальными – стремление к богатству в китайской культуре, негативная установка к определённым животным в обеих культурах, отрицательный аттитюд о немцах в русской лингвокультуре, разные верования и мировоззрения обеих наций.

Проведя исследование отобранных Интернет-статей, мы можем сделать вывод, что использование пейоративной лексики представителями различных лингвокультур является отражением объективных сведений о культуре (физических, биологических, поведенческих и прочих характеристик). Данное исследование помогает определить ценностные характеристики каждого народа, позволяет сравнить «внутренний багаж» лингвокультур, оценить влияние исторических, культурных, географических, религиозных факторов на формирование инвективной лексики и её использование в коммуникации. Исследование в данном ключе может быть продлено, для чего потребуется представить более объёмный материал.

#### **Литература и источники**

1. Гейко, Н. Р. Пейоратив публицистического дискурса / Н. Р. Гейко. Челябинск: Вестник ЧелГУ, 2013.
2. Желвис, В. И. Злая лая матерная / В. И. Желвис. Москва: 3-67 Ладомир, 2005.
3. Медуза [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://meduza.io/> (дата обращения: 10.05.2021).
4. China News Net [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ecns.cn/> (дата обращения: 02.12.2020).
5. CQ News [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://english.cqnews.net/> (дата обращения: 15.04.2020).
6. LENTA [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lenta.ru/> (дата обращения: 10.05.2021).

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

**УДК 81.373.222**

### **РЕЧЕВОЙ ЖАНР ПОХВАЛА В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

**Торик А. А.**

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[al.t95@mail.ru](mailto:al.t95@mail.ru)

**Аннотация.** Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию речевого жанра похвала в китайской и русской лингвокультурах. Объектом исследования являются языковые особенности похвалы русского и китайского языков. Цель исследования – определить типичные способы выражения похвалы русской и китайской лингвокультур. Задачи исследования: 1) Проанализировать особенности похвалы в русском и китайском языках; 2) Проанализировать границы речевого жанра похвала; 3) Перечислить цели и функции похвалы в двух лингвокультурах; 4) Описать образы автора и адресата. Фактологической базой исследования является художественная литература русской и китайской лингвокультур.

**Ключевые слова:** похвала, русский, китайский, речевой жанр, лингвокультура

# SPEECH GENRE PRAISE IN RUSSIAN AND CHINESE LINGUOCULTURES: A COMPARATIVE ASPECT

*Torik A.A.*

FGBOU VO "Kemerovo State University"

[al.t95@mail.ru](mailto:al.t95@mail.ru)

**Annotation.** This work is devoted to theoretical and practical research of the speech genre praise in Chinese and Russian linguistic cultures. The object of the study is the linguistic features of the praise of the Russian and Chinese languages. The purpose of the study is to identify typical ways of expressing praise in Russian and Chinese linguistic cultures. Research objectives: 1) Analyze the features of praise in Russian and Chinese; 2) Analyze the boundaries of the speech genre praise; 3) List the goals and functions of praise in two linguistic cultures; 4) Describe the images of the author and addressee. Fiction literature of Russian and Chinese linguistic cultures was used as research sources.

**Keywords:** praise, Russian, Chinese, speech genre, linguistic culture

В наши дни все больше времени уделяется речевому воздействию, а такой речевой жанр как «похвала» является одним из самых необходимых средств речевого воздействия. Похвала содействует оптимизации речевой и письменной коммуникации в целом. Невозможно проигнорировать тот факт, что в наши дни похвала в общении является одним из самых необходимых факторов, который способствует развитию отношений между людьми в положительном направлении. Социальные отношения также регулируются благодаря похвале. Она помогает людям достичь гармонии в их взаимодействии. В данной работе подробно рассматривается жанр «похвала» в сопоставительном аспекте. Для сопоставления данного жанра выбраны две лингвокультуры: русская и китайская.

Само понятие жанра является одним из ключевых понятий в описании языка. В последнее время теория речевых жанров (ТРЖ) является, несомненно, очень значимым и актуальным направлением в дискурсивной лингвистике. История ТРЖ на пути понимания языка достигла ряда важных результатов в целом. Как считает В.В. Дементьев, речевой жанр (РЖ) – это единица столь высокого уровня, где границы между языком и речью размыты [Дементьев 2010: 92]. С одной стороны, РЖ являются только формой общения, с другой стороны, РЖ являются и формой речи.

Образ автора. Представляется участник общения, носитель коммуникативного намерения, информация о котором заложена в типовом проекте речевого жанра. Можно сказать, что для него самым важным является его отношения с адресатом.

Образ адресата представляется исполнитель просьб, принимающий совет и пр.

Разграничим смежные РЖ при помощи описания инвариантной модели высказываний–похвалы, высказываний–лести и высказываний–комплиментов, а также их особенности в реализации, обусловленных лингвистическими факторами: образом поступка, образом автора и образом адресата.

Высказывание, которое содержит в себе положительную оценку поведения, поступка или внешнего вида адресата, а также содержит в себе корыстные цели, ложь и личные цели, рассчитывая на положительную реакцию адресата – это лесть.

Высказывание, которое содержит в себе положительную оценку поведения, поступка, заслуги или личного качества адресата, а также содержит в себе мотивацию и одобрение, рассчитывая на положительную реакцию или мотивацию адресата – это похвала.

Важно понимать, что при высказывании похвалы автор опирается на нормы «хорошего» и «плохого», которые приняты в обществе, а не только на свое личное мнение.

Комплимент – это такое высказывание, в котором говорящий, с целью выражения своего одобрения к адресату, выражает положительную оценку внешнего вида или личных качеств, рассчитывая на его положительную эмоциональную реакцию.

Основная цель похвалы – положительное оценивание адресата или его личных качеств, поступков, сообщая при этом о добрых намерениях.

Выделяются наиболее частые группы похвалы по цели:

Контактоустанавливающая цель, выражение восхищения и одобрения каких-либо поступков адресата. Мотиватором такой похвальной реплики чаще являются умственные способности:

*Ты же обещал приготовить деньги через два дня.*

– *Я приготовил.*

– *Приготовил? – он быстро посмотрел на меня.*

– *Ай, какой молодец. Неси скорее сюда.*

– *Я приготовил их неделю назад. Как ты просил* (Геласимов, Ты можешь).

Мотивирующая цель, выражение восхищения и одобрения поступков адресата. Мотиватором такой похвальной реплики чаще являются поступки адресата.

*А между тем я слышала твоё пение, и оно ещё звучит, оно никогда не смолкнет; ведь твои речи, твоё молодое лицо, твой взор, всё это звучит звуками, звучащими в будущем* (Волконский, О декабристах).

Цель получение выгоды, выражение восхищения и одобрения поступков адресата с намерением осуществить личную просьбу.

– *Умница! Поможешь? Проверь ты шкаф, а я – вешалку* (Белоусова, Второй выстрел).

Здесь важно понимать отличие похвалы с целью достижения своей личной просьбы с лестью. Лесть – это ложь, спровоцированная своим желанием получить выгоду. Похвала с целью достижения своей личной просьбы – это, искреннее высказывание адресату слов похвалы, но с желанием получить выгоду.

Основная цель китайской похвалы такая же, как у русской похвалы – это положительное оценивание адресата или его личных качеств, поступков, сообщая при этом о добрых намерениях. В китайской похвале выделяются те же наиболее частые группы похвалы по цели, что и в русской похвале:

Контактоустанавливающая цель – это выражение восхищения и одобрения каких-либо поступков адресата. Мотиватором такой похвальной реплики чаще являются умственные способности.

– *你做得很好 继续照稿讲吧*

*У тебя всё отлично, придерживайся речи* [Чжоу Даньдань 2006].

Мотивирующая цель – это выражение восхищения и одобрения поступков адресата. Мотиватором такой похвальной реплики чаще являются поступки адресата.

– *开始新的一天吧 你做得很好*

*Начинай день, ладно? Ты отлично справляешься* [Чжоу Даньдань 2006].

Цель получения выгоды, выражение восхищения и одобрения поступков адресата с намерением осуществить личную просьбу. Здесь так же, как и в русской похвале, нужно помнить, что похвала с целью достижения своей личной просьбы отличается от лести.

– *你做很好, 能请你帮我吗?*

– *Вы хорошо справляетесь, не могли бы вы мне помочь?* [Ло Юэхун 2008].

Образ автора китайской похвалы по-разному проявляется в разных ситуациях общения. В условиях общения между автором и адресатом лично автор похвалы должен быть либо более высокого статуса, чем адресат, либо иметь тот же статус. Китайцев крайне заботит их лицо, поэтому отношения сверху вниз характерны в основном для дидактической сферы. В данной сфере используются, как правило, перформативные высказывания, которые, в свою очередь, придают речи официальный оттенок.

– *您的决定得到了上级的批准.*

– *Ваше решение было одобрено начальством* [Чжоу Даньдань 2006].

В ситуации, когда автор и адресат – это учитель и ученик, китайцы также употребляют высказывания, которые реализуют только один элемент оценочной структуры

– это предикат: *Хорошо. Правильно*. В связи с этим, при общении с подростками или детьми более уместно будет в качестве похвалы использовать экспликацию норм поведения.

– 好就是好学习。

– *Хорошо – значит хорошо учиться* [Жэнь Цзяцзя 2010].

Высказывание такого типа, нельзя точно квалифицировать, ведь в них есть некие черты императива. В общении китайцев не «с глазу на глаз» ограничения из-за статуса автора и адресата перестают быть необходимыми. Хвалить за спиной можно кого угодно и за что угодно. Из чего можно заключить, что китайская лингвокультура ради успешного проведения коммуникации действует исходя из своих коммуникативных намерений и ролевых признаков. В Китае образ адресата похвалы обязательно в глазах адресанта предстает в положительном (хорошем) свете. Исследователи РЖ выделяют несколько типов адресатов: единичный, коллективный, массовый и квазиадресат. При коммуникации «с глазу на глаз» чаще всего встречается единичный адресат, который по иерархии или ниже автора или равным ему, но никак не выше. Коллективный адресат тоже возможен при общении напрямую, но в таком случае присутствуют некоторые ограничения на содержание и форму высказываний. Например, коллективного адресата можно похвалить.

– 学生做得很好。

– *Студенты очень хорошо справились с работой* [Чжоу Даньдань 2006].

Если рассматривать языковое выражение, то по мере ухода от первичной формы диалога индивидуальная свобода отбора языковых средств становится все более ограниченной. Что касается массового адресата его имеют в виду, если говорят о средствах массовой коммуникации, например: СМИ. Похвалить массового адресата невозможно, ведь его нельзя обидеть или обрадовать.

#### Литература и источники

1. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин. Москва: Искусство, 1979. 206 с.
2. Безменова, Л.Э. Функционально-семантические и прагматические особенности речевых актов: Диссертация кандидата филологических наук / Л. Э. Безменова. Самара, 2016. 174 с.
3. Безменова, Н. А. Некоторые проблемы теории речевых актов / Н. А. Безменова, В. И. Герасимова // Языковая деятельность в аспекте лингвистической прагматики. Сб. обзоров. М.: ИНИОН, 2016. С. 50–62.
4. Волюнкина, С. В. Роль репертуар оценочного жанра похвалы / С. В. Волюнкина // Вестник Нижегородского университета им Н. И. Лобачевского. 2018. № 2. С. 96–107.
5. Серебрякова, Р. В. Похвала в коммуникативном поведении мужчин: диссертация кандидата филологических наук / Р. В. Серебрякова. Воронеж, 2002. 202 с.
6. Словарь русского речевого этикета / авт.–сост. А. Г. Балакай. М.: АСТ–ПРЕСС, 2001. 672 с.
7. Тань Аошуан. Китайская картина мира: Язык, культура, ментальность / Тань Аошуан. Москва: Языки славянской культуры, 2004. 240 с.
8. Формановская, Н. И. Употребление русского речевого этикета / Н. И. Формановская. М.: Русский язык, 2016, 193 с.
9. Цзя Юйсинь. Межкультурное общение. Шанхайское издательство по обучению иностранным языкам. 2008.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, профессор кафедры стилистики и риторики Рабенко Т. Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

## НЕОЛОГИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА В ИНТЕРНЕТ-СФЕРЕ

*Федосеев М. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[mark.fed.00@mail.ru](mailto:mark.fed.00@mail.ru)

**Аннотация.** В данной работе рассматривается влияние пользователей интернет-среды на неологию русского языка. Интерес для исследования представляют явления и тенденции, появившиеся внутри всемирной паутины под влиянием событий реального мира и мира сети, ведь интернет и действительность в двадцать первом веке неразрывно связаны. Этот тезис подтверждается любым событием, получившим даже малый общественный резонанс. Материал, представленный нами, взят из интернета, но в статье также присутствуют данные, полученные путём опроса, контент-анализа текстов, наблюдения. В статье представлено пятнадцать от общего массива в сорок интернет-неологизмов. Информация, представленная в статье, может в дальнейшем быть использована в прочих исследованиях, связанных с изучением преобразований лексики русского языка и его неологии. Далее рассмотрим, какие явления и тенденции появляются под влиянием интернет сферы.

**Ключевые слова:** неология, лексика, русский язык, неологизмы, семантика, типология неологизмов.

## NEOLOGY OF THE RUSSIAN LANGUAGE IN THE INTERNET SECTOR

*Fedoseev M.I.*

Kemerovo State University

[mark.fed.00@mail.ru](mailto:mark.fed.00@mail.ru)

**Annotation.** This research examines the influence of Internet users on the neology of the Russian language. The objects to study are phenomena and trends that have appeared within the World Wide Web under the influence of events in the real world and the world of the network, because in the twenty-first century the Internet and reality are inextricably associated. This thesis is confirmed by any event that received even a small public outcry. The material presented by us is taken from the Internet, but the article also contains data obtained through a survey, content-analysis of texts, and observation. The article considers ten percent of the total array of Internet neologisms that were found. The information presented in the article can be further used in other studies related to the study of the transformations of the vocabulary of the Russian language and its neology. Let's consider what phenomena and trends appear under the influence of the Internet sector.

**Key words:** neology, vocabulary, Russian language, neologisms, semantics, typology of neologisms.

Статья посвящена явлениям неологии русского языка в интернет-среде и в ней объяснено значение каждого из ниже приведенных слов. Были выбраны именно эти неологизмы, так как, по нашему мнению, они наиболее ёмко раскрывают специфику словообразования и словоизменения в сети. Гипотеза исследования – интернет-сфера связана с языком так же, как и другие сферы, где он используется, при этом она способна оказывать ощутимое влияние на вокабуляр пользователей сети, а следовательно и на их общение в жизни за пределами компьютера. Задача исследования – изучить неологизмы интернет-сферы, объяснить их значение, классифицировать. Актуальность работы на сегодняшний момент остаётся высокой, так как язык, являясь открытой и динамической системой, продолжает наполняться различного рода феноменами и явлениями, поэтому

будет разумным предположить, что вероятность появления еще большего количества необъяснённых неологизмов велика.

Многие неологизмы спустя короткий период времени становятся общеупотребительными. Сегодня даже старшее поколение может отличить «троллинг» от «краша», но со временем новообразования семантически становятся сложнее и без определённых знаний о ситуации происхождения неологизма понять его смысл является затруднительным. Некоторая часть лексических единиц после значимого для комьюнити события начинает изменять своё значение в зависимости от языкового контекста, то есть слово получает добавочную семантику и становится семантическим неологизмом, другая часть слов в некоторых случаях может полностью утратить своё когда-то актуальное значение, но получить принципиально новую дефиницию.

По нашим наблюдениям, большая часть неологизмов интернета образована поколением подростков, значительное число слов из этой части – англицизмы. Причиной тому является широкая распространённость английского языка, продиктованная его востребованностью в современном мире и интернетом. Можно заявить о сохранившейся тенденции появления неологизмов в русском языке из английского – тенденции заимствования. Например: *копипаста* – текст для копирования и вставки на различных форумах и в социальных сетях. Основная цель *копипасты* – троллинг, провокация читающего. Слово появилось путём сложения английских «сору» и «paste», что на русском звучит как «скопировать» и «вставить». В интернет-чатах часто встречается такая форма, как «*рейджить*», происходящее от английского «rage» или «ярость», а близкое по смыслу «*агриться*» появилось уже от русского «агрессия». Эти два слова являются синонимами, описывающими агрессивное и импульсивное поведение индивида.

Большую роль сегодня в интернет-неологии играет такое понятие, как «неография». Неография в данной сфере чаще проявляется в виде «локальных» неологизмов, то есть новых слов, для понимания которых требуется быть осведомлённым о каком-то определённом мотивационном факторе. Пользователи искажают исходное слово, чтобы выразить недовольство, высмеять или затроллить человека, то есть уже изменённые лексические единицы несут в себе семантику провокационного характера. В большинстве случаев подобные лексемы появляются из никнеймов медийных личностей, например: стримеров, ютуберов, тиктокеров и т.д. Стоит отметить, что в некоторых примерах словообразование происходит не только посредством слияния двух основ или изменения одной, но и с помощью присоединения числа к слову или его основе.

Большой популярностью сегодня пользуются прямые эфиры на различных стриминговых сервисах. Один из стримеров с достаточной аудиторией – *Leha2077*. В основном на его прямых трансляциях можно увидеть прохождение компьютерных игр. В ситуациях, когда стример не справляется с задачей, поставленной в игре, в чате можно увидеть зрителей, искажающих его никнейм. В зависимости от ситуации никнейм может выглядеть следующим образом: если подвела стрельба в игре-шутере – *стрелок2077*; когда не сработал чётко сформулированный план – *планировщик2077*. Таким образом, число «2077» в данном контексте имеет семантику с негативной коннотацией, поэтому может быть добавлено к любой лексической единице для отражения оценочного оттенка высказывания. После выявления подобного рода феноменов, появилась идея предложить ввести в научный оборот понятие «локальных» неологизмов, так как они известны и понятны изредка увеличивающемуся, но всё же ограниченному кругу лиц. Также можно отметить тесную связь данного явления с понятием жаргона.

На основе описанных выше примеров интернет-неологизмов, нами составлена следующая типология:

1) Заимствованные неологизмы – новые лексические единицы, пришедшие в русский язык из других языков, а чаще всего из английского. В общей типологии новых слов заимствованные включают в тип лексических неологизмов. «Лексический неологизм – лексема, образованная на базе уже существующих языков, либо заимствованная из другого языка» [Федосеев, 2020, с.14], но в данной типологии рассматриваются именно неологизмы интернета, поэтому она может отличаться, ведь составлена на основе других критериев. Примеры: *комьюнити, визуал, хайп, плейлист, майнинг*.

2) Семантические неологизмы – слова, получившие новое значение, утратив старое или получившие добавочную семантику, сохранив старую. Примеры: *рейд, дефолт* (раньше «дефóлт» обозначало только невыполнение договора займа и использовалось в основном в сфере финансов, но сегодня лексема получила добавочное значение в виде «стандарта» и «обычности», то есть стала синонимом фразы «как обычно», часто упоребляется в случаях неудач с целью поиронизировать), *тяги* (в значении «обувь»).

3) Жаргонизмы или локальные неологизмы – новые слова, появившиеся и используемые в ограниченном, но изредка пополняющемся круге людей в интернет-среде. В некоторых случаях подобные лексеммы могут выглядеть не как обычные слова: *планировщик2077* (пример описан выше).

4) Лексические неологизмы – слова, образованные по имеющимся в языке моделям: *агриться* (агрессировать), *шпилить* (играть), *редачить* (редактировать).

Таким образом, типология, выведенная нами, поможет отделить несловарные слова, например, локальный неологизм с числом «2077», от новых лексем, которым необходимо закрепление в словарях.

Проведя данное исследование, мы обнаружили, что в русском языке сохраняется тенденция заимствования слов из других, а чаще всего из английского. В словарях такие неологизмы появляются не сразу, поэтому подобные исследования необходимы для более ранней расшифровки таких явлений. Мы подтвердили, что интернет-сфера может оказывать такое же влияние на язык, как и другие сферы, где он используется, при этом затрагивая разные его составляющие, от морфологии и грамматики до механизмов словообразования.

### Литература и источники

1. Кондрашева, Е. В.; Тинина, А. О. Новая лексика языка интернета: способы образования, причины – 2019
2. Костюкова, А. Интернет-неологизмы, или Почему мы говорим на «полуанглийском» // [https://talk-on.ru/materials/tolk-radio/Internetneologizmy\\_ili\\_Pochemu\\_my\\_govorim\\_na\\_poluangliyskom/](https://talk-on.ru/materials/tolk-radio/Internetneologizmy_ili_Pochemu_my_govorim_na_poluangliyskom/)
3. Горбатенко, О. 120 русских слов, заимствованных из английского // <https://englex.ru/english-borrowings-in-russian/>
4. Новые слова в русском языке // <https://wordsonline.ru/lexis/neologisms.html>
5. Булатова, А. Р., Жукова, В. В. Использование неологизмов в интернет коммуникациях. – Омск, 2019.
6. Федосеев, М. И. Влияние пандемии на национальную языковую картину мира // Сборник эссе студентов и учащихся школ по итогам Международных конкурсов эссе от 10.10.2020 / Бузинный Г., Афанасенко Р., Платонова А., Кудимов Г., Матвиенко В. и др./ НОО Профессиональная наука, 2020 – 251 с. [www.interclower.ru](http://www.interclower.ru) Редактор Н.А. Краснова, 2020

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. – 411 с.

*Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор кафедры стилистики и риторики Лебедева Н. Б., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 81'1**

**ЭТИКЕТНЫЕ СОБЫТИЯ КАК ЯВЛЕНИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУР НА  
МАТЕРИАЛЕ (РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР)**

**Чудинов А. В.**

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Chudinov\\_andrew01@mail.ru](mailto:Chudinov_andrew01@mail.ru)

**Аннотация.** Данная работа посвящена рассмотрению этикетных событий и поведению их участников в аспекте русской и китайской лингвокультур.

**Ключевые слова:** этикетные события, этикетные формулы, конвенциональный, контекстуально-ситуативный, лингвокультура, межличностная коммуникация

**ETIQUETTE SITUATIONS AS PHENOMENON OF LINGUISTIC CULTURES  
ON THE MATERIAL OF  
(RUSSIAN AND CHINESE LINGUISTIC CULTURES)**

**Chudinov A. V.**

Kemerovo State University

[Chudinov\\_andrew01@mail.ru](mailto:Chudinov_andrew01@mail.ru)

**Annotation.** This work is devoted to the consideration of etiquette events and the behavior of their participants in the aspect of Russian and Chinese linguistic cultures.

**Keywords:** Etiquette events, etiquette formulas, conventional, contextually-situational, linguistic culture, interpersonal communication.

В данной работе объектом исследования являются этикетные события в русской и китайской лингвокультурах. Целью исследования является выявление особенностей поведения участников этикетных событий, а также выбора языковых средств, в зависимости от принятых в данных культурах норм поведения. Гипотезой исследования является положение о том, что использование этикетных формул в определённых этикетных событиях, а также особенности поведения их участников, проявляющиеся в межличностной коммуникации, обусловлены культурой данного народа. Исследование показало, что культурные особенности и традиции двух разных народов имеют большое влияние на то, как их представители будут себя вести в определённых этикетных событиях и каким образом этикетные формулы будут ими реализованы. Методами исследования послужили описание и сравнение. Материалом исследования послужили 3 этикетные ситуации, собранные из научных статей, посвященных речевому этикету в русской и китайской лингвокультурах.

Этикетные события – это определённые ситуации, в которых коммуниканты используют этикетные формулы. Для выявления национально-культурных особенностей

участников, которые проявляются в этикетных событиях, можно рассмотреть следующие ситуации. В повседневной жизни носители русского языка за какие-либо незначительные проступки, неловкость или же бестактное поведение на работе, общественных местах или же на улице, привыкли использовать различные вариации этикетных формул извинения, например: извините, простите, извиняюсь, приношу глубокие извинения и т.д. Данное действие является общепринятым и обязательным для каждого, поскольку так принято в нашей культуре. Это делается для того, чтобы показать себя вежливым человеком, знакомым с нормами и правилами поведения в обществе. В Китае же традиционно не принято публично приносить извинения в таких ситуациях. Например, если человек нечаянно кого-нибудь толкнул или же наступил на ногу в транспорте, в магазине или на улице, он может не извиняться, и это не будет считаться некультурным с его стороны. В данном примере хорошо отображается то, как различаются представления о том, как нужно себя вести в одинаковых этикетных событиях у представителей разных культур. Это обусловлено, прежде всего, культурными особенностями народа.

В следующем примере представлены этикетные события, в которых реализуются этикетные формулы обращения. В русской культуре при использовании этикетных формул обращения к собеседнику в официальной обстановке, чтобы проявить уважение, принято назвать собеседника по имени и отчеству. Например, *Алексей Владимирович, когда вам нужно прислать отчёт?* Такой формулировки обращения будет вполне достаточно для того, чтобы показать себя как культурного человека, знающего нормы этикета и вежливо обратиться к собеседнику. В культуре китайского народа при обращении принято использовать только фамилию и официальную должность. Например, *профессор Ван, когда у нас пройдет итоговая работа по данной теме?* Если же при обращении к собеседнику в официальной обстановке говорящий не станет упоминать его должность, то это будет нарушением общепринятых норм.

В следующем примере этикетных событий мы можем увидеть, как представители разных лингвокультур выражают благодарность. Было выявлено, что большинству китайцев, в отличие от русских, при выражении благодарности за хороший поступок свойственно прибедняться, скромничать или же давать отрицательную оценку своим действиям, потому что так принято в их культуре. Допустим, русский человек, прощаясь с хозяйкой дома, у которой был в гостях скажет, что-то наподобие: *Спасибо за прекрасный вечер. Все было очень вкусно. Мы приятно провели с Вами время!* Как правило, в таких ситуациях представителям нашей культуры свойственно прибегать к конвенциональному типу благодарности. Человек выражает различные комплименты и даёт некие положительные оценки, стремясь выразить одобрение адресату. В аналогичной ситуации китаец скажет, что-то наподобие: *сегодня Вы устали, я причинил Вам много хлопот, мне так неудобно.* Ведь для представителей китайской культуры свойственно использовать контекстуально-ситуативные методы благодарности. Данные способы выражения благодарности требуют характерной дополнительной реплики и вынуждают адресата определенным образом реагировать на речевое поведение автора благодарности. Во всех вышеприведённых примерах видно, что поведение человека, а также выбор способа выражения этикетных формул напрямую зависит от национально-культурных особенностей и ценностей народа, которые формируются у людей с раннего возраста и передаются из поколения в поколение. Поэтому, при рассмотрении каких-либо этикетных событий нельзя выявить формулу идеального поведения, которая будет служить примером для всех участников этикетных событий. Это всё достаточно индивидуально и очень сильно зависит от национальности человека. Ведь то, что для представителей одного народа будет являться образцом правильного и приличного поведения, которое будет красить человека со стороны, то для представителей другого народа, такое поведение в подобной ситуации попросту недопустимо и будет являться признаком дурного тона.

### Литература и источники

1. Сюн Ц. Речевой этикет в русской и китайской лингвокультурах (на примере обращения и приветствия) // LITERA, 2021. № 5 – с.47-58
2. Ван Цуйцуй, В. Китайское и русское обиходно-бытовое и деловое общение: формулы речевого этикета / В. Ван Цуйцуй, Н. Б. Руженцева // Педагогическое образование в России. – 2016. – № 10. – С. 31-37. – DOI 10.26170/ro16-10-06. – EDN XACBRV.

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

УДК 811.5

### ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ О РАБОТЕ И ТРУДЕ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

*Шошина Д. Д.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[dashashoshina5@gmail.com](mailto:dashashoshina5@gmail.com)

**Аннотация.** Данная статья посвящена исследованию фразеологизмов русского и китайского языка, содержащих компоненты «труд», «работа», «сила». Цель статьи заключается в определении роли фразеологизмов в определении языковой картины мира русского и китайского языков о работе и труде. Проблема изучения фразеологизмов с разной семантикой является актуальной в настоящее время. В каждом языке мира используются фразеологизмы, связанные с трудом и работой, следовательно, любой народ имеет свои устойчивые выражения для определения труда. Каждый язык имеет собственные фразеологизмы и фразеологические обороты, которые, в свою очередь, являются средствами выразительности речи, передают культуру народа, его историю, традиции, обычаи, национальные особенности.

**Ключевые слова:** фразеологизм, фрейм, субфрейм, слот, языковая картина мира, труд, работа, фразеологизм.

### PHRASEOLOGICAL UNITS ABOUT WORK AND LABOR IN RUSSIAN AND CHINESE

*Shoshina D.D.*

Kemerovo State University

[dashashoshina5@gmail.com](mailto:dashashoshina5@gmail.com)

**Annotation.** This article is devoted to the study of phraseological units of the Russian and Chinese languages containing the components "labor", "work", "strength". The purpose of the article is to determine the role of phraseological units in determining the linguistic picture of the world of the Russian and Chinese languages about work and labor. The problem of studying phraseological units with different semantics is currently relevant. Every language of the world uses phraseological units related to labor and work, therefore, any nation has its own stable expressions for defining labor. Each language has its own phraseological units and phraseological turns, which, in turn, are the means of expressiveness of speech, convey the culture of the people, its history, traditions, customs, national characteristics.

**Keywords:** frame, subframe, slot, language picture of the world, Chinese language, labor, work, phraseology.

В современной лингвистике изучение когнитивной составляющей семантики языковых единиц представляется одним из насущных и очень перспективных направлений лингвистики. Лингвисты все чаще и чаще обращают свое внимание на изучение фразеологизмов. В когнитивной парадигме фразеологизм подразумевается как микротекст, который структурируется в результате интерпретации носителем языка всевозможных типов семантической информации фразеологизма в пространстве культурного знания, фразеологизмы в свою очередь принадлежат субъекту речевого общения. В центре внимания исследователей, которые занимаются проблемами когнитивных элементов устойчивых словосочетаний, находятся такие аспекты, как выделение полей разных лексико-фразеологических единиц, когнитивные основы национально-культурной специфики фразеологизмов и т. п.

Одним из основных понятий нашей работы является фрейм. Возникновению понятия фрейм предшествовали ряды схожих понятий гештальт-психологии, теории прототипов, логико-философского анализа значения, реализованного Дж. Ст. Миллем; в лингвистике существовали схожие термины в теории лексических полей Й. Трира. Сам термин 'фрейм' был введен в широкий научный обиход М. Минским, когда вышла в свет его книга «Фреймы для представления знаний» [Минский, 1979, с.151].

Внутри фреймовой системы любого фразеологизма выделяется ряд субфреймов. «Субфреймы – уровни во фреймовой структуре, представляющие собой набор тематически единых признаков, являющихся цепочками иерархически расположенных слотов» [Гусельникова, 2009, с. 155–162].

Фреймовый анализ предоставляет возможность интерпретировать структуру конкретной части человеческого опыта, некоторых познаний, отраженных в значениях лингвистических единиц, методы «активации» общих знаний, которые обеспечивают осознание в процессе языковой коммуникации. Объект фреймового анализа – лексическое значение в любом его виде и проявлении. Основной смысл теории заключается в том, что «в качестве источника формирования идиоматического значения выступают не значения слов-компонентов, а связанные с ними фреймы и сценарии, в связи с чем значения идиом предлагается описывать как результат концептуальных преобразований над фреймами/сценариями и их составляющими – слотами» [Гусельникова, 2009, с 155–162].

Нами было выделено три основных фрейма: «труд», «мастер» и «работа» их можно увидеть в таких фразеологизмах, как: «*работа и труд все перетрут*», «*горит в руках*», «*мастер на все руки*», «*топорная работа*», «*работать до седьмого пота*», «*вкалывать на работе*», «*работать за троих*». В данных фразеологизмах отчетливо прослеживается связь работы и труда в виде очень трудного занятия. В результате анализа фразеологизмов русского языка нами были обнаружены наиболее распространенные лексические элементы в составе фразеологизмов с семантикой труда: труд, упорство, старание, работа, усталость, руки, сила.

Строение каждого субфрейма имеет свои различия, это можно объяснить тем, что присутствует слишком большой спектр значений и использований фразеологизма в той или иной ситуации. В китайской культуре фразеологизмы используются чаще всего в художественной литературе и в учебных пособиях. В устной речи использование фразеологизмов замечается реже всего.

Если проанализировать отношение россиян и китайцев к работе, можно заметить, что россияне расценивают работу скорее как механизм зарабатывания денег, а не деятельность, которая полезна для саморазвития или карьерного роста у работающего. Это можно подтвердить такими фразеологизмами, как: *работать спустя рукава* (неохотно), *палец о палец не ударить* (ничего не делать для совершения и достижения поставленной цели и задачи), *ждать у моря погоды* (ожидать, что все решится само собой без затруднений).

Китайский язык – является одним из очень древних языков, которые существуют в настоящее время, и один из самых популярных на планете по числу говорящих на нем людей, а также среди людей, которые хотя выучить иностранные языки. Во фразеологизмах заключается отношение к труду и устройство жизни китайского народа, его быт, национальный характер. Фреймовый анализ фразеологизмов китайского языка помогает исследователям сопоставить прямое и переносное значение того или иного устойчивого словосочетания. Фразеологизмы китайского языка специфичны тем, что несут в себе свою национальную самобытность. В китайском языке насчитывается пять типов фразеологизмов: Чэньюй, Яньюй, Сехоуэй, Гуанюньюй, Суюй. В данной статье мы будем использовать Чэньюй.

Было выделено несколько основных фреймов в китайском языке: «труд», «сила», «руки», «жизнь».

Фразеологизмы: «жить в нищете, бедно и голодно» – «十米九糠» *shí mǐ jiǔ kāng*, «爷羹娘饭» *yé gēng niáng fàn* – жить на чужие деньги (родителей, семьи), 手无缚鸡之力 *shǒu wú fù jī zhī lì* досл. в руках закончилась вся сила, чтобы связать курицу, не осталось и капли сил, чтобы сделать что-то полезное для себя или семьи.

В китайском языке основное значение фразеологизмов заключается в том, что если лениться и не работать, то жизнь будет тяжелой и голодной. «Раз постараться (быть в напряжении) и век не иметь никаких дел и забот» - 一劳永逸 *yī láo yǒng yì*, «安居乐» *ānjū lèyè* —жить в мире и благоденствии; «сытно и богато».

Уникальным для китайского языка является слот: делать больше возможного: «凡事都应量力而行» *fánshì dū yìng liàng lì ér xíng* - все должно быть сделано в ваших силах, сделать столько, сколько это возможно.

Уникальным для русского языка являются слот: пользоваться чужим трудом. Пользоваться плодами чужого труда для достижения своих целей – «чужими руками жар загребать» - пользоваться чужим трудом, чтобы получить свою выгоду.

Фразеологизмы русского и китайского языков, которые содержат в себе компонент труд, используются для обозначения данного процесса, который в свою очередь направлен на объект как преодоление сложностей.

Необходимо заметить, что в русском языке применяется большое количество фразеологизмов о труде, в которых зооним представляет собой главный структурный компонент. В русских фразеологизмах, как правило, образ лошади или пчелы используется для обозначения напряжённости, изнурительного труда, сложной работы - «работать как лошадь», «жужжать как пчелка», «работать как пчела».

Интересно, что во фразеологизмах русского языка четко просматривается противопоставление «работать с применением своих собственных сил и умений — использовать постороннюю силу и труд». «Работать не покладая рук» - самостоятельно, «чужими руками жар загребать» - использовать кого-то.

Таким образом, языковая картина мира русского и китайского языков олицетворяет мыслительную работу человека, находящегося в этой культуре. Отношение к труду всегда было и есть одним из показателей морального и нравственного здоровья всей нации, так как труд - это существование любого народа в целом. Но всегда имеются граждане, которые будут иметь отличия от большинства населения, даже среди упорных китайцев имеются совсем не трудолюбивые и даже ленивые.

В результате проведенного сопоставительного анализа русских и китайских фразеологических единиц и оборотов с компонентами труд и работа были выявлены как общие, так и национально-культурные черты фразеологии, такие черты принадлежат только одному лишь языку и народу. Данная работа помогает исследователям сформировать представление о том, как носители двух языков описывают свое отношение и рвение к труду и работе, и с помощью каких конкретно языковых единиц это выражается.

### Литература и источники

1. Булгакова, О. А., Кузнецова, А. А. Специфика фреймовой организации фразеологизмов русского, китайского и телеутского языков с названиями блюд и продуктов питания // Экология языка и коммуникативная практика. 2017. № 2. - С. 54–65.
2. Гусельникова, О. В. Динамика фреймовой структуры фразеологизмов с семантикой количества в обыденном сознании носителей русского языка: автореф. дис. ... канд. филолог. наук: 10.02.01/ Гусельникова Олеся Валентиновна. – Новосибирск, 2007. – 19 с.
3. Гусельникова, О. В. Когнитивный аспект изучения фразеологии [Электронный ресурс] / О.В. Гусельникова //Актуальные вопросы современной науки. – 2009. – N5-2.– С 155–162. – Режим доступа: cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyu-aspekt-izucheniya-frazeologii. (Дата обращения: 30.04.2022).
4. Минский, М. Фреймы для представления знаний [Текст] / Пер. с англ. О.Н. Гринбаума ; Под ред. Ф.М. Кулакова. - М.: Энергия, 1979. - 151 с.

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

УДК 81'255

### СПЕЦИФИКА КИНО/ВИДЕОПЕРЕВОДА РЕАЛИЙ КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЫ НА РУССКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ФИЛЬМОВ)

*Юминова Д. Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[yuminova16@mail.ru](mailto:yuminova16@mail.ru)

**Аннотация.** Данная работа посвящена теоретическому и практическому исследованию реалий в китайском и русском языках. Объектом исследования в нашей работе являются слова-реалии китайской культуры, а предметом исследования – специфика перевода китайских слов-реалий на русский язык. Цель исследования – изучение особенностей кино/видеоперевода китайских слов-реалий на русский язык. Данная цель требует решения следующих задач: изучить теоретические основы исследования слов-реалий в отечественной и зарубежной лингвистике; ознакомиться со способами кино/видеоперевода слов-реалий; проанализировать приемы, используемые при переводе слов-реалий с китайского языка на русский. Материалом исследования выступили исторические художественные фильмы и сериалы на китайском языке. Полученные результаты исследования могут быть использованы в теории и практике перевода.

**Ключевые слова:** слово-реалия; кино/видеоперевод; художественный фильм; китайский язык; русский язык; лингвокультура.

### THE SPECIFICITY OF CINEMA/VIDEO TRANSLATION OF THE REALITIES OF CHINESE CULTURE INTO RUSSIAN LANGUAGE (BY THE MATERIAL OF FEATURE FILMS)

*Yuminova D. E.*

Kemerovo state University

[yuminova16@mail.ru](mailto:yuminova16@mail.ru)

**Annotation.** This work is devoted to theoretical and practical research of realities in the Chinese and Russian languages. The object of research in our work is the words-realities of Chinese culture, and the subject of the study is the specificity of the translation of Chinese words-

realities into Russian. The purpose of the study is to study the features of film / video translation of Chinese realia words into Russian. This goal requires the solution of the following tasks: to study the theoretical foundations of the study of words-realities in domestic and foreign linguistics; to get acquainted with the methods of film / video translation of words-realities; analyze the techniques used in translating realia words from Chinese into Russian. The material of the study was historical feature films and serials in Chinese. The results of the study can be used in the theory and practice of translation.

**Keywords:** word-reality; film/video translation; Feature Film; Chinese; Russian language; linguoculture.

В современной лингвистике вопрос о приемах перевода реалий на русский язык остается открытым, так как существуют определенные трудности, с которыми сталкиваются переводчики при переводе того или иного объекта. Реалия – это часть какого-либо языка, культуры и народных особенностей, которая не поддается переводу. В реалиях содержится национальный колорит, именно они формируют неповторимую языковую картину мира носителей языка. Реалии находятся в тесной взаимосвязи с культурой своего народа и характеризуются общеупотребительностью.

По определению С. Влахова и С. Флорина, «реалии – это слова (или словосочетания) народного языка, представляющие собой наименования предметов, понятий, явлений, характерных для географической среды, культуры, материального быта или общественно-исторических особенностей народа, нации, страны, племени, являющиеся, таким образом, носителями национального, местного или исторического колорита» [Влахов, 1980, с. 5]. В лексикографических источниках реалии определяются как «предметы или явления материальной культуры, национальные или этнические особенности, обычаи, факты, которые обычно не имеют лексического эквивалента в других языках» [Николюкин, 2001, с.863].

Существует огромное количество видов реалий, обладающих своеобразными лексическими, фонетическими и морфологическими особенностями. Следовательно, существует и развитая система их классификации по различным признакам. В нашей работе было рассмотрено три таких классификации, но наиболее обширной считается классификация, представленная С. Влаховым и С. Флориным [Влахов, 1980, с. 51-77], которая позволяет рассмотреть реалии с разных точек зрения, распределить их по коннотативным значениям. Во внимание принимаются местный (национальный, региональный) и временной (исторический) колорит. Реалии, являясь лексическими единицами, вербально выражают специфические черты национальных культур, которые называют уникальные предметы и явления, характерные для жизни, быта, культуры одного народа, и чуждые другому.

Сложность кино/видеоперевода реалий состоит в том, что от результата работы переводчика зависит восприятие картины зрителем, причем в процессе работы профессионалу приходится сталкиваться не только с ограничениями технического характера, но и с необходимостью адаптации культурологического фона. Крайне важно при этом учитывать языковые компетенции носителя целевого языка, языковую среду, окружающую реципиента, его фоновые знания. Слова-реалии воспринимаются представителями других лингвокультур по-разному. Трудность работы заключается в том, что в языке перевода может отсутствовать наименование реалии, упомянутой в оригинальном тексте. Кроме того, важно не только образными средствами передать саму реалию, но и сохранить её национальный колорит, уникальное значение.

Рабочая гипотеза нашего исследования состоит в том, что анализ, сопоставление и оценка собранного нами материала позволят выявить специфику перевода реалий китайской культуры в кино/видеотексте. Для подтверждения выдвинутой гипотезы нами был проведен сбор материала, а также дальнейший его анализ в соответствии с разработанной моделью, нацеленной на выявление особенностей перевода слов-реалий, а также оценку полноты передачи лингвокультурологического контекста.

Особенности кино/видеоперевода не позволяют нам исключать те черты, которые отличают его от художественного перевода. Проблема демонстрации предмета, обозначаемого словом-реалией, стоит не так остро, поскольку он может присутствовать на экране. Однако, как уже упоминалось ранее, если слово-реалия передает некий культурный концепт или описывает реалию, не показанную на экране, переводчик сталкивается с рядом трудностей. Поскольку слово-реалия описывает предмет, явление, чуждое языку перевода, важно передать употребленное в оригинале слово так, чтобы, с одной стороны, оно было понятно читателю, с другой, чтобы оно сохранило свой колорит. В таком случае проделанную переводчиком работу можно считать успешной.

В ходе практической части нами была разработана модель анализа художественного фильма, включающая следующие этапы работы с ним: 1) отбор субтитров с реалией на русском языке; 2) сравнение субтитров с оригинальным китайским аудиальным текстом; 3) поиск значения реалии в «БКРС» [БКРС] и его слова-замены в «Толковом словаре русского языка» [ТСРЯ, 1994]; 4) определение тематической группы слова-реалии и слова-замены; 5) оценка лингвокультурологической ценности слова-реалии и слова-замены; 6) идентификация использованного способа перевода (транслитерация; аналог; лингвокультурологический комментарий; нулевой перевод; описательный перевод); 7) соотношение количества реалий в китайском аудиальном тексте и русских субтитрах; 8) установление валидности перевода (точный / неточный / ошибочный).

Анализ собранного материала позволяет нам прийти к следующим выводам:

1. Наиболее часто используемым способом перевода исторических реалий стал перевод способом транскрипции, который позволяет легко вписать в кинотекст слова-лакуны, не имеющие аналога в русском языке и культуре. В рассмотренном нами отрывке кинотекста подобные случаи перевода представлены такими единицами, как 校尉 [xiàowèi] – *воевода*, 丞相 [chéngxiàng] – *канцлер*, 太守[tàishǒu] – *начальник префектуры*, 万户侯 [wànhùhóu] – *князь*. С точки зрения точности и передачи реалий такой способ можно считать эффективным, однако если контекста будет недостаточно, зрителю может потребоваться дополнительное пояснение. В данном случае наилучшим решением представляется включение исторического комментария с пояснением.

2. Основные ошибки допущены переводчиками при работе над фрагментами, содержащими культурологические метафоры. Например, в следующем отрывке: 人中吕布马中赤兔 [réngzhōng lǚbù mǎzhōng chītù] «*Говорят, Люй Бу – лучший среди людей, «русый заяц» среди лошадей*». Выражение 赤兔 [chītù] имеет двойное значение: в мифологии Китая – это “красный, кумачевый кролик, предвестник счастья и добрых вестей”, но также и “отличный, выдающийся конь”. Перевод данного фрагмента неточен и путает зрителя.

3. Еще один востребованный в данном кинотексте способ перевода – подбор синонимичного аналога. Так, для передачи реалий 天子 [tiānzi] – *император / сын неба* и 天下 [tiānxià] – *страна / Поднебесная* переводчики выбирают более нейтральные варианты – *император* и *страна* соответственно. Аналоги способны передать смысл, заложенный в тексте, однако его культурная составляющая нейтрализуется.

Таким образом, стоит отметить, что при кино/видеопереводе с китайского языка на русский необходимо не только знание слов-реалий, но и владение различными способами их перевода, чтобы максимально эффективно передать основную идею оригинального фильма, сохранив культурную и семантическую составляющие кинотекста. Перспективой нашей работы является апробация предложенной в результате исследования модели описания слов-реалий на более широком языковом материале, включающем анимационные фильмы.

#### Литература и источники

1. БКРС – Большой китайско-русский словарь [Электронный словарь]. – Режим доступа: <http://www.bkrs.info/> (дата обращения: 29.03.2023).

2. Влахов, С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М.: Международные отношения, 1980. – С. 51-77.
3. Николюкин, А. Н. Реалия / А. Н. Николюкин // Литературная энциклопедия терминов и понятий / Под ред. А. Н. Николюкина. – Институт научной информации по общественным наукам РАН: Интелвак, 2001. – С. 863.
4. ТСРЯ – Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова; Российская АН, Ин-т рус.яз., Российский фонд культуры. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Азъ, 1994. – 907 с.

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

## СИСТЕМЫ ЦЕННОСТЕЙ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

*Гут ова А. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[a.gutova2001@mail.ru](mailto:a.gutova2001@mail.ru)

**Аннотация.** Данная статья посвящена сравнению систем ценностей китайской и русской лингвокультур. Своеобразие нашей работы заключается в выявлении ценностных ориентиров, которые способствовали выделению основных ценностных установок двух культур, характеризующихся особым социальным развитием, но имеющих некоторые исторические сходства. Для получения материала исследования был применен метод анкетирования. Внимание также уделяется возможным предпосылкам формирования ценностей, лежащих в основе культуры и влияющих на социальную сферу обоих народов. Данное исследование позволило определить общие различия в ценностных системах русских и китайцев, а также приблизило к пониманию процесса становления системы ценностей.

**Ключевые слова:** ценности, лингвокультурология, аксиологема, лингвокультура, ценностный ориентир, ценностный компонент.

## VALUE SYSTEMS IN RUSSIAN AND CHINESE LINGUOCULTURES: COMPARATIVE ANALYSIS

*Gutova A.A.*

Kemerovo State University

[a.gutova2001@mail.ru](mailto:a.gutova2001@mail.ru)

**Annotation.** This article is devoted to the comparison of the value systems of Chinese and Russian linguistic cultures. The peculiarity of our work is to identify the value orientations that have contributed to the identification of the main values of the two cultures, characterized by a special social development, but with some historical similarities. To obtain the research material, the questionnaire method was used. Attention is also paid to the possible prerequisites for the formation of values that underlie culture and affect the social sphere of both peoples. This study allowed us to identify the general differences in the value systems of Russians and Chinese, and also brought us closer to understanding the process of the formation of the value system.

**Key words:** values, cultural linguistics, axiologeme, linguoculture, value reference, value component.

В данной работе представлен анализ результатов анкетирования, посвященного системам ценностей китайской и русской лингвокультур. Были сформулированы вопросы, затрагивающие следующие ценностные ориентиры: семья, власть и богатство, счастье, добро и зло. В анкетировании приняли участие 25 русских и 25 китайских респондентов в возрасте от 18 до 29 лет.

Ценностная картина мира является субстратом и в то же время концентратом культуры, которая выражается в представлениях человека о мире в целом и об оценке себя самого, что может оказаться проблемой в межкультурной коммуникации.

В лингвокультурологии одним из важнейших и ярчайших компонентов является ценностная картина мира, которая имеет свое особое, отдельное на каждую культуру и язык влияние. Ценности формируются путем оценивания реальности, расставления ожиданий от этой реальности под воздействием исторического опыта и событий в социальной сфере народа. Именно поэтому каждая культура имеет свое особое ценностное содержание и ценностные ориентации. Ценностные ориентации - это важнейшие элементы внутренней структуры личности, закрепленные жизненным опытом, которые позволяют отделять значимое от незначимого [Ильичев, 198, с. 764].

Во время исследования наше внимание было обращено на Китай и Россию, страны, имеющие разные условия развития. Их отличный опыт отразился на том, как жители этих стран воспринимают обыденность, как они её оценивают, какие жизненные установки считают наиболее приоритетными и актуальными.

Самыми частыми ответами на вопрос о счастье было: «общение с близкими людьми», «свобода», «саморазвитие», однако китайцы также часто отвечали «еда». Такая языковая репрезентация аксиологических смыслов является аксиологемой, которая является семиологическим механизмом, порождающим и хранящим уникальную культурную информацию [Казыдуб, 2009, с. 134]. Аксиологема «еда» нашла отражение в системе китайского языка в виде способа справляться о делах другого человека, спрашивая о его последнем приеме пищи.

Китайские и русские респонденты давали разные ответы на ситуацию, где они должны были выбрать, следовать мнению семьи или следовать своему решению. Китайцы чаще всего давали ответ «сделаю, как скажет семья» и «попробую убедить в своей правоте, в случае неудачи последую их словам» в то время, как самым частым ответом русских было «буду придерживаться своего решения». Таким образом, было выяснено, что у русских и китайцев разное восприятие авторитета семьи. В российских семьях отношения между родителями и детьми более равноправные, чем в китайских. Причиной этому может быть конфуцианство, которое имело и до сих пор имеет огромное влияние на ментальность и уклад жизни китайского общества, которому свойственна тенденция особо трепетного отношения к старшим поколениям и предкам [Кузьменко, 2015, с. 99-102]. Российским семьям также свойственно почитание и уважение старших. В России и Китае культивирование традиционных семейных ценностей активно происходит через средства массовой коммуникации и систему законов, однако в Китае эти меры более эффективны.

Следующим важным компонентом системы ценностей было выделено отношение к жизненным приоритетам. При анализе полученных ответов была замечена закономерность, заключающаяся в том, что китайские респонденты в своих ответах, помимо общечеловеческих, таких как семья и друзья, здоровье и счастье, акцентировали внимание на материальных ценностях, включающих стабильный заработок или его увеличение, карьерный рост, выгодное замужество. Вышеупомянутая оценка приема пищи как своеобразного индикатора проявления заботы друг о друге также имеет материальную основу. Всё это имеет предпосылки развития в современной социальной сфере Китая. Жители Китая находятся в постоянном серьезном соперничестве в учебных учреждениях, на работе, а также из-за социального рейтинга, или социального кредита, по которому граждане КНР получают баллы за хорошие и лишаются баллов за плохие, с точки зрения закона и морали, поступки, продвигаясь таким образом по «социальной» лестнице [Социальный рейтинг в Китае...].

Таким образом, происходит консолидация понятий «хорошо» / «плохо» и «добро» / «зло» в китайскую идеологию ценностей. Результат этой агитации можно наблюдать в представлениях китайцев о хорошем и плохом человеке. Самыми популярными ответами русских респондентов были «доброта», «честность», «сострадание» и «ответственность», а китайские респонденты чаще всего называли такие качества, как «доброта», «честность», «законопослушность» и «забота». Здесь четко прослеживается ценность

человека в китайской культуре именно через призму закона. В русской культуре человеку присуждается аксиологически положительный компонент при условии, что его взаимодействия несут положительный характер по отношению к другим людям, что также свойственно и китайцам, но которые в свою очередь особо ценят в людях действия, одобряемые законом и системой социального рейтинга.

Следующий вопрос анкеты заключался в готовности отказаться от важных вещей ради власти. Ответы китайцев и русских оказались схожи. Обе группы в большинстве случаев давали отрицательный ответ, некоторые уточняли, что им не нужна власть. Систематизировав информацию об аспекте власти, мы смогли выяснить то, что власть не является ярким ценностным ориентиром для представителей обеих культур, так как большинство респондентов обеих групп указало, что они не готовы пойти на жертвы ради достижения власти.

Следующим ценностным компонентом, взятым нами для выделения сравнительного аспекта ценностей китайской и русской лингвокультур, является вопрос религии. После рассмотрения результатов, полученных от русских респондентов, стало ясно, что в данной возрастной категории религия входит в обыденность носителей русской системы ценностей только частично, так как большая часть русских отрицали свою причастность к какой-либо религии, но «соблюдают и отмечают некоторые религиозные праздники», а также все китайские участники дали отрицательный ответ на вопрос «Религиозны ли?». Обработав данные ответы, мы получили выводы о том, что большинство опрошенных соблюдают религиозные традиции только в рамках семейных и культурных, вкладывая в эти события особое значение именно как времяпрепровождение с семьей, а не какой-то особый ценностный религиозный смысл. Однако среди опрошенных присутствовали и те, для кого данная деятельность имела значение именно религиозного праздника и важного события. Представители китайской культуры отвергли свою причастность к какой-либо религии, что было ожидаемым результатом, учитывая особенности строя современного китайского общества.

В результате исследования был получен материал, анализ которого позволил сделать выводы о том, что среди китайских аксиологов значительную часть занимают материальные ценности, что отражается в языке, социальной сфере китайского общества, мировосприятии и самооценивании каждого отдельного представителя китайской лингвокультуры. В отличие от ценностных китайских установок русская система ценностей имеет гораздо менее материальный субстрат. А также для китайских семей свойственны четко разделенные иерархичные межпоколенные отношения по типу «уважение старших - забота о младших», в то время как для русских семей более типичны равноправные отношения между поколениями, заключающиеся во взаимном уважении и заботе. Что касается понятий добра и зла, то представления русских и китайцев почти совпадают за исключением того, что в китайской системе ценностей занимает важное место законопослушность, так как она позволяет повышать свой статус и получать поощрительные награды из-за системы социального рейтинга.

#### **Литература и источники**

1. Казыдуб, Н. Н. Аксиологические системы в языке и речи // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2009. 1. Казыдуб, Н. Н. Аксиологические системы в языке и речи // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2009 № 2. – С. 132-137.
2. Кузьменко, Е. Б. Особенности взаимоотношений в китайской семье / Е. Б. Кузьменко, И. А. Скворцова, Н. С. Терешкова // Молодой ученый. – 2015. – № 19 (99). – С. 99-102. – URL: <https://moluch.ru/archive/99/22345/> (дата обращения: 23.03.2023).
3. Философский энциклопедический словарь / гл. ред. Л.Ф. Ильичев. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 839 с.

4. Социальный рейтинг в Китае [Электронный ресурс] // Tadviser. URL : <https://www.tadviser.ru/a/447033> (дата обращения: 31.03.2023).

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

**УДК 81'42**

## **РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ЯЗЫКОВОГО ДОВЕРИЯ В ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯХ**

*Зобнина А. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[nastyalove2001@mail.ru](mailto:nastyalove2001@mail.ru)

**Аннотация.** Данная статья посвящена выявлению и описанию реализации стратегии языкового доверия в интернет комментариях к новостям с разной тематикой. В работе представлен сравнительный анализ комментариев к двум новостям, выявлены схожие и различные языковые средства выражения стратегии. Исследование интернет-комментариев и интерпретационных стратегий подтверждает актуальность исследования, а рассмотрение стратегии языкового доверия и её реализации подтверждает новизну. В итоге сделан вывод о том, что в основном средства выражения данной стратегии схожи, но экстралингвистический фактор превалирует в комментариях к политической новости. Это может говорить, что тематика новости влияет на пользователя и на используемые языковые средства.

**Ключевые слова:** лингвистический интерпретационизм, интернет-лингвистика, интернет-коммуникация, интернет-комментарий, интерпретационные стратегии, стратегия языкового доверия

## **IMPLEMENTATION OF THE LANGUAGE TRUST STRATEGY IN INTERNET COMMENTS**

*Zobnina A.S.*

Kemerovo State University

[nastyalove2001@mail.ru](mailto:nastyalove2001@mail.ru)

**Annotation.** This article is devoted to the identification and description of the implementation of the strategy of language trust in Internet comments on news with different topics. The paper presents a comparative analysis of comments on two news, identifies similar and different linguistic means of strategy expression. The study of Internet comments and interpretive strategies confirms the relevance of the study, and the consideration of the strategy of language trust and its implementation confirms the novelty. As a result, it is concluded that basically the means of expressing this strategy are similar, but the extralinguistic factor prevails in the comments to the political news. This may mean that the subject of the news affects the user and what language tools he will use.

**Key words:** linguistic interpretationism, Internet linguistics, Internet communication, Internet commentary, interpretive strategies, language trust strategy

Интернет-среда является виртуальной коммуникационной площадкой, способной, с одной стороны, объединить разные типы дискурса, различные дискурсивные практики, разных участников диалогического взаимодействия, а с другой – реализовать разновекторность дискурсивной коммуникации [Голев, Сушкина, 2022]. Создание разного рода пабликов, чатов, мессенджеров способствует увеличению количества пользователей,

а также формирует новый вид коммуникации. Под **интернет-коммуникацией** понимается опосредованное компьютером общение двух или более лиц, характеризующееся отсутствием визуального контакта коммуникантов, письменной формой посылаемых сообщений, возможностью незамедлительной обратной связи, а также взаимодействием или обменом электронными сообщениями или же взаимным обменом и правом доступа к информации, хранящейся в компьютерах коммуникантов [Иванова, 2011, с.175]. Особенностью такого вида коммуникации является анонимность, добровольность и желательность контактов. Т.Ю. Виноградова отмечает следующие особенности общения через Интернет: своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в условиях отсутствия невербальной информации, затруднённости эмоционального компонента общения, в то же время стойкое стремление к эмоциональному наполнению текста, стремление к нетипичному, ненормативному поведению. Одним из проявлений общения в Интернете является комментарий, который может выступать в качестве реакции, эмоции, мнения на определённую новость или тему.

Интернет-комментарий – это один из жанров персонального интернет дискурса, в котором «вербально определяется коммуникативное действие личности», демонстрирующей себя «через открытую публикацию своего мнения/оценки» [Сидорова, 2014, с.161]. В нем просматривается авторство, личностные особенности лингвистического и экстралингвистического (мировоззрение, ценности и т.д.) характера. Сетевой комментарий характеризуется тем, что выражает мнение, оценку личности в ответ на какую-либо информацию. В настоящей статье основной аспект рассмотрения интернет-комментариев как формы диалогического взаимодействия – интерпретационный в его адресатоцентрическом преломлении.

**Объектом исследования** является размещенный на официальной странице сетевого издания «РИА Новости» в социальной сети «ВКонтакте» новостной текст и совокупность комментариев в объеме 67 единиц. **Предмет исследования** – стратегии, используемые в процессе восприятия и речевого реагирования интернет-пользователями. **Гипотеза исследования** заключается в следующем: выбор языковых средств при использовании определённой стратегии интерпретации детерминирован содержанием интерпретируемого новостного текста.

Интерпретируемый текст содержит ключевые единицы, актуальные для адресата, которые являются стимулом рецептивно-речевой деятельности адресата. Совокупность этих знаков повлияет на восприятие информации, что, в свою очередь, обуславливает выбор стратегии интерпретации текста. **Интерпретационные стратегии** - комплекс речевых действий, используемых в процессе смыслочитывания интерпретируемого и смыслопостроения интерпретирующего текстов и направленных на достижение коммуникативного результата [Ким, 2010]. Стратегии классифицируются по разным факторам: *цель, средство, интенциональность, исходное предположение, результат*. Л. Г. Ким выделяет **стратегии языкового доверия и языкового скепсиса**. Эти стратегии предполагают, что адресат при восприятии текста не верит говорящему, нарушающему постулаты Грайса: «Не говори того, что ты считаешь ложным» и «Не говори того, для чего у тебя нет достаточных оснований» и поэтому считает для себя приемлемой исходную установку: «Не верю написанному». **Стратегия языкового доверия** предполагает общее восприятие информации в тексте как содержащего достоверную информацию. В процессе интерпретации адресат извлекает ключевые слова, которые оцениваются положительно; реципиенты воспринимают их как отражение внеязыковой реалии.

**Цель** данной работы – выявить языковые средства реализации стратегии языкового доверия в интернет-комментариях, обусловленных фактором интерпретирующего текста.

Непосредственным материалом исследования являются две новостные публикации, размещенные на информационном портале «РИА Новости»: «Токаев одерживает победу на выборах президента Казахстана» ([https://vk.com/wall-15755094\\_39091018](https://vk.com/wall-15755094_39091018)), «Население

Земли достигло восьми миллиардов человек» ([https://vk.com/wall-15755094\\_38984828](https://vk.com/wall-15755094_38984828)). Каждая новость имеет более 250 комментариев.

Для анализа комментариев нам следует понять, какие маркеры указывают пользователям на то, что эта новость является достоверной. В представленных текстах, мы видим, что информация подтверждается авторитетными организациями: ООН и центральной избирательной комиссией Казахстана. Новости подкреплены статистическими данными, которые, в свою очередь, официально подтверждены «число жителей Индии увеличилось на 177 миллионов человек...», «Касым-Жомарт Токаев набрал 81,31 процента голосов». В новостях отсутствуют субъективные суждения, лексика использовалась нейтральная, не употребляется эмоционально окрашенная лексика (*достигло отметки, увеличилось, победил, явка составила* и др.)

При анализе комментариев были выделены **общие черты**, которые использовали адресаты, реализовавшие стратегию языкового доверия:

1. Лексика с **положительной окраской**. Авторы используют в комментариях также прилагательные в превосходной степени для усиления своей уверенности в правдивости новости (Лидия Кузнецова: *Ну если восемь то восемь, хорошее число. Главное что бы места хватило всем, и беречь природу в обязательном порядке;* Алексей Яковлев: *Ничего не обычного, честные выборы, прозрачная система голосования! Люди сказали свое слово*).

2. В комментариях не используются **отрицательные или вводно-модальные конструкции**, но используются **конструкции с двойным отрицанием**, которое соответствует утверждению. Это усиливает и подтверждает отсутствие сомнений в достоверности данной информации (Андрей Цигвинцев: *в России за время правления Путина население уменьшилось на 1 миллион. С учётом положительной миграции! В США за это время население увеличилось на 50 миллионов. Никто не вымирает, 8 это даже мало;* Сергей Юрьевич: *Токаев действует всегда в интересах своего государства, вполне понятно, что он получил такой результат*).

3. Используются высказывания, содержащие маркер доверия «**я верю**»: (Стас Рогов: *Я верю особенно по городам видно, в мои школьные годы в школах было примерно по 2 буквы каждого класса, сейчас же у племянницы в школе когда повели в 1 класс у них около 22 первых классов было, в каждом около 48 человек, и это еще только 1 класс представьте таких 11 классов, а это еще малый набор, при том что рядом еще школ 7. А так до "Я" буквы набирают;* Роман Чишвили: *Верю, молодец, никто и не сомневался*).

4. В комментариях используется прием **иронии**, направленного на содержание противоположного мнения: (Александр Александр: *Какие вымышленные цифры? Вы видели мир? Вы видели сколько там людей? Не удивительна эта цифра;* Алекс Иванов: *Люди, вы бы уж определились. То в лондоне хозяева то в америке то в Китае. Может в Антарктиде? А вообще хороший результат казахи молодцы*).

#### **Отличия в использовании стратегии языкового доверия:**

1. Слово – маркер. Часто пользователи, чтобы подтвердить и показать своё мнение, используют существительное **закономерность** и производные от него. **Закономерность** – соответствие с законом, последовательное проявление действия какого-нибудь закона. Но в комментариях это слово является синонимом к слову **естественный**: (Валерия Владимировна: *так прикиньте где то умирают где то рождаются* ) *поэтому цифра закономерная;* Андрей Цигвинцев: *умирают то везде, но... в России население -1 миллион за 22 года. в США +50 миллионов. Франция +5 миллионов. Закономерно...*).

В комментариях к политической новости такого часто употребляемого слова нет.

2. Если говорить про **экстралингвистические знаки**, то, обнаруживается следующая закономерность: их влияние на выбор стратегий больше в комментариях к политической новости. В комментариях к этой новости пользователи сравнивают президентские выборы в Казахстане и Республике Беларусь в 2020 году, результаты

которых были признаны Центральной избирательной комиссией республики, но пользователи считают их сфальсифицированными. И в соответствии с данным сравнением результаты выборов президента Токаева являются правдивыми и честными: Анастасия Кочеткова: *Ну слава богу что он победил, считаю сама честная победа. Это не Лукашенко, не шестерка путина, он не будет идти на поводу РФ*; Евгений Ткачев: *Заслуженная победа в отличии от дерзкой фальсификации выборов в Беларуси*

Таким образом, языковые средства, которые пользователи употребляют для реализации стратегии языкового доверия, аналогичны в комментариях к тексту политического и неполитического содержания. При анализе было установлено, что есть сходство лингвистических особенностей, в выборе конструкций, но при этом было выявлено, что комментаторы политической новости используют экстралингвистические знания, для подтверждения своей точки зрения, тогда как авторы комментариев к неполитическому тексту актуализируют языковые единицы исходного текста.

#### Литература и источники

1. Виноградова, Т. Ю. Специфика общения в интернете / Т.Ю. Виноградова // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект, 2004.- С. 63-67.
2. Голев, Н. Д. О центростремительной тенденции в комментировании новостей в социальных сетях / Н. Д. Голев, М. А. Сушкина // Виртуальная коммуникация и социальные сети. 2022. Том 1, № 4. С. 185-190.
3. Иванова, Т. С. Интернет - как особая коммуникативная среда / Т.С. Иванова // Russian Journal of Education and Psychology. 2011. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-kak-osobaya-kommunikativnaya-sreda-2> (дата обращения: 11.02.2023).
4. Ким, Л. Г. Вариативно-интерпретационное функционирование текста (теоретико-экспериментальное исследование): Автореф ... докт филол. наук. Кемерово, 2010. - 50 с.
5. Сидорова, И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики персональных и интерперсональных жанров интернет-дискурса / И. Г. Сидорова // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание, 2011. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativno-pragmaticheskie-harakteristiki-personalnyh-i-interpersonalnyh-zhanrov-internet-diskursa> (дата обращения: 8.02.2023).
6. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова // 4-е изд., доп. – Москва: Азбуковник, 2000. – 940 с.

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

**УДК 808:81'27'276**

#### **ПРИЕМЫ РЕЧЕВОГО ВОВЛЕЧЕНИЯ В МИКРОБЛОГАХ НА РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И КИТАЙКОМ ЯЗЫКЕ**

*Ивлева П. М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[aliney0710@gmail.com](mailto:aliney0710@gmail.com)

**Аннотация.** Исследование посвящено понятию речевого вовлечения в микроблогах. Актуальность работы обусловлена проблематикой современной лингвистики и ее направлений, таких как социолингвистика, риторика и интернет-лингвистика. Доклад освещает понятия речевого вовлечения и речевого воздействия.

Проблематика исследования связана с выявлением национальной специфики приемов речевого вовлечения. В результате исследования сделан вывод о том, что различия заключаются в визуальном оформлении материала, например, в обилии привлекающих внимание ярких картинок и надписей, и специфических для культуры лексических единиц. Авторы микроблогов стремятся к созданию близких и долгосрочных отношений с подписчиками, для чего необходимо активно поддерживать уровень коммуникативной вовлеченности пользователей. Это становится возможным с помощью выделенных приёмов вопроса, обращения и побуждения.

**Ключевые слова:** речевое вовлечение, речевое воздействие, интернет-коммуникация.

## SPEECH INVOLVEMENT IN MICROBLOGS IN RUSSIAN, ENGLISH AND CHINESE

*Ivleva P.M.*

Kemerovo State University

[aliney0710@gmail.com](mailto:aliney0710@gmail.com)

**Annotation.** This study is devoted to the concept of speech engagement in microblogs. The relevance of the work is due to the problems of modern linguistics, such as sociolinguistics, rhetoric and Internet linguistics. The report highlights the concepts of speech involvement and speech impact. The problematics of the study is related to the identification of the presence of national specifics of methods of speech involvement. As a result of the study, it was concluded that the differences lie in the visual design of the material, for example, in the abundance of eye-catching bright pictures and inscriptions, and in culture-specific lexical units. Microblogging authors strive to create close and long-term relationships with subscribers, for which it is necessary to actively maintain the level of communicative involvement of users. This becomes possible with the help of dedicated methods of questioning, appealing and inciting.

**Key words:** involvement, speech impact, internet-communication.

Помимо того, что сфера данного исследования связана с современными направлениями лингвистики и изучением понятия с неопределенными до конца границами [Катышев, 2015], актуальность так же обусловлена практическими проблемами современного общества, связанными с общением и взаимодействием коммуникантов в виртуальном пространстве. Под речевым вовлечением в данном исследовании понимается речевое воздействие на адресата с целью вовлечения его в коммуникацию. С понятием речевого вовлечения тесно связано понятие речевой вовлеченности. Речевая вовлеченность – это степень когнитивного и поведенческого участия в коммуникативном процессе. Это понятие считается противоположным отказу от общения [Гуляева, 2016]. Оно фигурирует в психологии, социолингвистике, маркетинге, интернет-коммуникации и т.д. При сопоставлении понятий языкового вовлечения и вовлеченности в коммуникацию, можно понять, что последнее является результатом и целью первого. Чтобы адресат сохранял вовлеченность в коммуникацию, адресанту нужно ее поддерживать, придерживаясь стратегиям речевого вовлечения и использовать для этого приемы речевого вовлечения.

Так как жанр микроблога подразумевает под собой письменный дискурс. При этом виде коммуникаций и дискурса, коммуниканты лишены общего контекста и не могут к нему обратиться [Катышев, 2016].

Соответственно, из ряда приемов, доступных адресанту при устной коммуникации, отмечаются приемы невербальной коммуникации, использование интонации и зрительного контакта. Следовательно, привлечь читателя к коммуникации хозяин микроблога может только с помощью формулировки предложений и использования подходящей лексики.

Самый часто используемый пример среди авторов микроблогов — это вопрос, заданный своим подписчикам в конце или начале поста. Видя вопрос, направленный не конкретно на одного читателя, а, скорее, на всю аудиторию (что делает его схожим с риторическим вопросом), читатель бессознательно захочет на него ответить и прокомментирует, тем самым он вступает в коммуникацию. Не отвеченный вопрос вызывает чувство незавершенности, открытости, с чего начинается коммуникативная вовлеченность адресата. «*А как вы встречаете свое утро?*», «*Ждёшь лета?*» «*when is a story 'too long' to read?*» и т.д. Данный прием активно используется как в микроблогах на русском и китайском языке, так и в англоязычном сегменте.

Следующая популярная стратегия, используемая авторами микроблогов на всех трех вышеперечисленных языках, — стратегия провокации. Автор публикует пост с провокационным высказыванием или мнением, например, «*Место женщины на кухне!*». Такой пост привлечет внимание значительного количества пользователей, которые начнут комментировать контраргументы против данного скандального высказывания. Содержание таких постов часто носит аморальный характер, они могут содержать оскорбления и непристойную лексику. Такой прием среди пользователей социальных сетей называют «кликбейт», от англ. *click* — щелкать, и *bait*-наживка.

Приемом речевого вовлечения также может считаться обращение к определенному читателю или группе читателей: «*Жители Санкт-Петербурга!*», «*Самара!*», «*People of New York!*» и т. д. Видя обращение к себе, читатель чувствует нужду ответить на вопрос в посте или же просто его прокомментировать. Так же используются прямые побуждения к вступлению в коммуникацию: «*Пишите ваше мнение в комментариях!*», «*欢迎你在底下留言, 和我们交流看法! (Вы можете оставить сообщение ниже и обменяться мнениями с нами!)*».

Исследование показало, что авторы из разных лингвокультур используют общие успешные приемы речевого вовлечения, что может быть обусловлено особенностями интернет-коммуникации, основное влияние на которую оказала всеобщая глобализация. Для интернет-коммуникации характерно некоторое «смазывание» языковых и культурных барьеров. Однако, несмотря на использование общих приемов, внутри них сохраняются лингвокультурные особенности, характерные для носителей языка, на котором ведется микроблог, заключающиеся в выборе специфических лексических единиц, использовании понятий, существующих только в определенной культуре и упоминании реалий и событий, происходящих внутри данной культуры.

### Литература и источники

1. Гуляева, М. А. Теоретические основы изучения вовлеченности в коммуникацию / М. А. Гуляева // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2016. — № 9-10. — С.65-68.
2. Катышев, П. А. Вовлечение с позиций риторической критики / П. А. Катышев, Б. Е. Кильдибекова // Вестник Кемеровского государственного университета. — 2015. — №4. — С.89-95.
3. Катышев, П. А. К вопросу о судебной лингвистической экспертизе по делам, связанным с вовлечением в деятельность нелегальных организаций / П. А. Катышев, С. В. Оленев // Acta Linguistica Petropolitana. Труды института лингвистических исследований. — 2016. — №3. — С.407-418.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. Тупикова А. М., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

## ДИСКУРСИВНЫЕ МАРКЕРЫ НЕДОСТОВЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

*Кокарева К. Н.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»  
kirakolon@gmail.com

**Аннотация.** В работе обсуждается проблема достоверности в рекламном дискурсе. Описание рекламы осуществляется в аспекте лингвистики лжи. Предлагается лингвистический анализ рекламных текстов с позиции аспектов взаимодействия участников коммуникативного процесса: лгущего и адресата ложного дискурса. В том числе рассматриваются дискурсивные маркеры недостоверной информации на материале рекламных текстов, различающихся степенью содержания недостоверной информации. На основании данных лингвистического анализа рекламных текстов доказывается положение о том, что характеристика дискурса, как содержащего ложную информацию обусловлена стратегиями интерпретации текста адресатом, а также теми средствами, которые рекламист использует в целях привлечения внимания.

**Ключевые слова:** ложный дискурс, реклама, лингвистика лжи, язык, интерпретация, языковые маркеры

## DISCURSIVE MARKERS OF UNRELIABLE INFORMATION BASED ON THE MATERIAL OF ADVERTISING TEXTS

*Kokareva K. N.*

Kemerovo State University  
kirakolon@gmail.com

**Annotation.** The paper discusses the problem of reliability in advertising discourse. The description of advertising is carried out in the aspect of the linguistics of lies. A linguistic analysis of advertising texts is proposed from the perspective of aspects of interaction between participants in the communicative process: the liar and the addressee of false discourse. In particular, discursive markers of unreliable information on the material of advertising texts differing in the degree of content of unreliable information are considered. Based on the data of linguistic analysis of advertising texts, the position is proved that the characteristic of the discourse as containing false information is due to the strategies of interpretation of the text by the addressee, as well as the means that the advertiser uses to attract attention.

**Key words:** False discourse, advertising, linguistics of lies, language, interpretation, language markers.

Современная антропоцентрическая научная парадигма представлена исследованиями, посвященными обсуждением проблем, соотносимых с новым научным направлением, которое получило название *лингвистика лжи*. Основы этого научного направления были заложены в знаменитой статье немецкого филолога Х. Вайнриха [1987], а затем получили развитие в работах отечественных лингвистов: Л. Г. Ким [2012; 2020], А. В. Ленец [2013], Т. А. Литвиновой [2015], В. И. Шаховского [2005] и других исследователей. В работах этих исследователей ставятся проблемы интенциональности дискурса, осуществляется моделирование языкового портрета человека лгущего, выявляются коммуникативные условия, определяющие неискреннее поведение автора дискурса и предпринимаются попытки исследования психологии обмана в целом.

Выдающийся немецкий филолог и философ Х. Вайнрих, с именем которого связывают развитие "лингвистики лжи", пишет: «Ложь существует в мире. Она в нас и

вокруг нас. Язык должен делать мысли очевидными, а не скрывать их. Ложь – извращение» [Вайнрих, 1987, с.44]. Ложь находится в отношениях противоречия с истиной, или, другими словами, ложь есть несоответствие между смыслом высказывания и его референтом. Ложь как предмет исследования нельзя рассматривать вне ее соотношенности с человеком и его поведением. Основоположник христианской этики Августин, который впервые сделал ложь предметом философских и богословских размышлений, также рассматривал ложь в лингвистическом аспекте. Августин подчеркивал, что, язык нужен людям, чтобы они могли сообщать друг другу свои мысли, а не для того, чтобы люди посредством языка обманывали друг друга.

В современных лингвистических работах можно выделить два направления, предметом которых является дискурс лжи. В соответствии с первым направлением изучаются языковые единицы, вербализующие концепты лжи и обмана, проводится когнитивное исследование понятий "правда" и "ложь". В рамках второго направления изучаются ложные высказывания, в которых выражено намеренное нарушение принципов кооперативного общения, в частности, постулата Г. П. Грайса: «Будь искренним». Как показано авторами этих исследований, целью ложного высказывания является манипулирование адресатом. В этом случае коммуникативное намерение говорящего заключается в том, чтобы обмануть адресата, создав в его сознании ложный ментальный образ. Но, кроме этого, ложные дискурсы могут создаваться и с другой целью, как правило, это реализуется в особых типах дискурса при использовании образных средств языка и/или приемов языковой игры (шутки, анекдоты). В этом случае адресат осознает, что перед ним ложный и реагирует соответствующим образом.

Предметом нашего исследования является рекламный дискурс как носитель недостоверной информации. В принципе рекламодатель довольно часто утаивает информацию о реальных свойствах продукта, при этом преувеличивая его положительные качества. Однако в рекламном тексте обнаруживаются языковые маркёры, указывающие на ту или иную тактику языкового манипулирования, а некоторые индикаторы позволяют выявить ложные высказывания [Ким, 2020].

Цель данного исследования – выявление дискурсивных маркеров недостоверной информации в рекламных текстах. Предлагаемое исследование выполнено на материале трёх рекламных текстов, извлечённых из интернета и телевизионной рекламы.

Рекламный текст в последнее десятилетие является предметом активного интереса исследователей различных направлений. Актуальность рекламного дискурса, который характеризуется такими свойствами, как стереотипность, стандартизованность, убедительность, связана с удовлетворением современных потребностей и запросов социума. Стереотипность является отражением уже закрепившихся, устоявшихся оценок в обществе. Стандартизованность обусловлена существованием и использованием жанровых, речевых, и стиливых стандартов в рекламе, которые помогают распознать рекламное сообщение. В зависимости от того, как текст воспринимается получателем, Исследователи выделяют две противоположные стратегии интерпретации: рационально-логическую и эмоционально-чувственную. Исследователи выделяют два вида рекламы в зависимости от степени влияния на получателя: рациональную и эмоциональную [Беляева, 2008, с. 123]. В рекламных сообщениях рационального типа автор воздействует на сознание потребителя, поэтому важными дискурсивными элементами такого рекламного сообщения являются аргументы, факты, утверждения и иллюстративные доказательства, которые убеждают адресата в достоверности и объективности информации. В отличие от рациональной рекламы, эмоциональная или другая ассоциативная реклама фокусируется на различных эмоциях и ощущениях, вызывая воспоминания и ассоциации, воздействуя на подсознательные области человеческого мышления. Важными особенностями данного вида рекламы являются использование изображения, цвета, вербальный компонент в основе которого эмоциональная окрашенность и выразительность лексики, лексические единицы, направленные на

ассоциативный отклик у покупателя, использование "жирного" шрифта, а также иностранных слов и морфем.

Рассмотрим три рекламных текста, в которых используются различные маркеры недостоверной информации.

### **1. Реклама шоколада Dove**

*Когда у тебя выдается несколько минут наедине с собой, хочется расслабиться и забыть обо всем. Никуда не спешить, устроиться поуютнее. Раскрыть любимый шоколад. Почувствовать его нежный вкус...*

*Такой шелковый, обволакивающий... Подумать о чем-то очень приятном. Насладиться моментом. Даже маленькие радости могут подарить ощущение счастья. DOVE мой шелковый шоколад.*

В этом тексте присутствуют признаки недостоверной информации. Используются эмоционально – окрашенные слова с положительной коннотацией, которые способны запустить ассоциативные механизмы. «*Устроится поуютнее, расслабиться, подумать о чем-то приятном*». Согласно исследованиям ученых, «эмоциональная окрашенность информации, правильное чередование стандартных и экспрессивных элементов в тексте, способствуют более живому и глубокому восприятию рекламного текста, а значит более эффективно привлекают внимание покупателей» [Розенталь, Голуб, Теленкова, 2010, с. 189]. Слово сочетание *нежный вкус* в отношении шоколада "Dove" приобретает эмоциональную окраску. В использовании выражения *любимый шоколад* авторы рекламы используют приемы скрытого внушения. В. М. Бехтерев писал: «Внушение есть один из способов воздействия одних лиц на других, которое производится намеренно или ненамеренно со стороны воздействующего лица и которое может происходить или незаметно для внушаемого лица, даже с его ведома и согласия» [Бехтерев, 2019, с.158].

Далее рассмотрим тропы, которые являются образными средствами актуализации лексики в языке. Согласно классическому определению, троп – это оборот речи, основанный на использовании слова или словосочетания в переносном значении, служащий для усиления выразительности речи. Тропы часто используются в рекламном дискурсе, поскольку они служат средством создания запоминающегося, нестандартного образа рекламируемого продукта или услуги. Наиболее распространенными тропами в рекламе шоколада "Dove" являются эпитеты *шелковый шоколад, обволакивающий шоколад, нежный вкус*.

### **2. Coca - Cola Zero**

*Попробуй Coca - Cola Zero без сахара, без калорий*

Автор рекламы предлагает нам низкокалорийный напиток без добавления сахара. Текст содержит элементы недостоверной, ложной информации.

Во-первых, в состав напитка входит карамельный колер, который имеет свою пищевую ценность, аспартам подсластитель, имеющий отнюдь не нулевую калорийность. Реклама уверяет адресата, что напиток имеет нулевую калорийность, тем самым предоставляет ложную информацию.

Во-вторых, использование иноязычной приставки "Zero", что в переводе на русский "ноль", белый, выделяющийся шрифт на черном фоне, который сразу привлекает взгляд адресата. Использование иноязычного выражения ZERO NOW ALSO IN NEW CHERRY FLAVOUR (Coca - Cola zero теперь также с новым вишневым вкусом) как попытка убедить адресата в качестве и статусности напитка, прием стереотипизации "Зарубежное самое лучшее и гарантирует высокое качество"

### **3. Реклама хлопьев и батончиков " Nestle Fitness"**

*Nestle Fitness пробуждает энергию!*

*Похудеть за 2 недели проще простого, достаточно только приобрести хлопья "Fitness 14 дней" и есть их на завтрак. Хочешь быть в форме? Тогда покупай здоровые хлопья "Fitness 14 дней».*

Реклама дает неполную информацию. *Похудеть за 2 недели проще простого, достаточно только приобрести хлопья "Fitness 14 дней" и есть их на завтрак.* Стоит отметить, что каждый человек индивидуален и физиология у каждого разная, однако автор рекламы утверждает об уникальных свойствах своего продукта, которые могут "бросить вызов" естественным механизмам похудения, что заведомо ложная информация. Кроме того, рекламщик не говорит о том, что для коррекции веса необходимо изменить свои пищевые привычки и следить за потреблением калорий. В противном случае употребление хлопьев может только усугубить ситуацию.

Пачка с ярко выраженной надписью "Fitness 14 дней", крупный жирный шрифт использование существительных *польза, фрукты, витамины, клетчатка, наречий вкусно, полезно* – все это заставляет поверить в пользу данного продукта. Такие элементы, как *сахар, патока, белая мука* и так далее написаны мелким белым шрифтом, который не бросается в глаза. Графические изображения фруктов, хлопьев, орехов вызывают у человека приятные эмоции. Глядя на такие изображения, индекс доверия к данному тексту, товару у адресата повышается. И наконец, использование архетипа *Самости* - это та внешность, которую адресат хотел бы иметь. Стройный силуэт на упаковке хлопьев и является для адресата призывом к действию.

Таким образом, анализ рекламных текстов позволяет выявить признаки и маркеры недостоверной информации. Каждый рекламный текст оценивается как содержащий ложную информацию в зависимости от стратегий интерпретации текста адресатом и тех средств воздействия, которые использует рекламист в целях привлечения внимания. По результатам лингвистического анализа были выявлены разнообразные маркеры недостоверной информации.

1. Эмоционально окрашенная лексика в рекламном тексте шоколада "Dove", в том числе средства художественной выразительности, такие как эпитеты *шелковый, нежный, обволакивающий*.

2. Использование иностранной приставки "Zero", в рекламе Coca - Cola Zero. Контраст цветов (белая надпись на черном фоне), что сразу привлекает внимание, прием стереотипизации "Зарубежное значит лучшее".

3. Использование крупного жирного шрифта в описании состава хлопьев "Nestle Fitness", яркие графические элементы, воздействие на адресата при помощи архетипа "Самости" (изображения стройного силуэта на упаковке продукта. Можно утверждать о том, что анализируемые рекламные тексты, содержат объективные признаки недостоверной информации. В первую очередь вышеперечисленные рекламные тексты "Nestle Fitness", шоколад "Dove" направлены на эмоциональные центры головного мозга, на подсознание. А вот реклама Coca - Cola Zero имеет смешанное воздействие: аргументы, которые доказывают в сознании адресата правдивость ложного сообщения. (отсутствие сахара в напитке делает низкокалорийным за счет подсластителей), а также использование графических элементов, которые способны воздействовать на иррациональную составляющую человеческого мышления.

### **Литература и источники**

1. Беляева, И. В. Феномен речевой манипуляции: лингвоюридические аспекты / И. В. Беляева - Ростов-на-Дону: Изд-во СКАГС, 2008.— 244 с.
2. Бехтерев, В. М. Гипноз. Внушение. Телепатия /В. М. Бехтерев. — М: Издательство Юрайт, 2023. — 265 с.
3. Вайнрих, Х. Лингвистика лжи / Х. Вайнрих // Язык и моделирование социального взаимодействия. М.: Прогресс, 1987. С. 44–87.

4. Ким, Л.Г. Дискурс лжи в аспекте интерпретационной деятельности адресата / Л. Г. Ким // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 5 (260). – С. 80-84.
5. 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.
6. Ким Л. Г. Реклама как дискурс лжи в зеркале адресата / Л. Г. Ким // Человек в информационном пространстве: сборник научных статей XVIII Всероссийской с международным участием междисциплинарной научно-практической конференции (12–14 ноября 2020 г. Ярославль, ЯГПУ им. К. Д. Ушинского) / под науч. ред. Т. П. Курановой. - Ярославль: РИО ЯГПУ, 2020. - С. 133 – 138.
7. Ленец А. В. Прагмалингвистическая теория лжи / А. В. Ленец // Вестник ИГЛУ. 2013. № 1 (22). С. 86–90.
8. Литвинова Т. А. Исследование лингвистических характеристик текстов, содержащих намеренно искаженную информацию, с помощью программы Linguistic Inquiry and Word Count / Т. А. Литвинова // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. 2015. № 4. - С. 71—77.
9. Шаховский В. И. Человек лгущий в реальной и художественной коммуникации В. И. Шаховский // Человек в коммуникации: аспекты исследования. Волгоград, 2005. - С. 173–204.

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

**УДК 811.161.1+811.581.11**

**АДАПТАЦИЯ ТЕКСТОВ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ХАРАКТЕРА:  
СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И УДЕРЖАНИЯ ВНИМАНИЯ (НА  
МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКОВ)**

*Кот ельникова А. К.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** В статье рассматривается феномен адаптации текста, являющийся важнейшим прагматическим фактором, без которого невозможно успешное социальное взаимодействие. Необходимость адаптировать материал в рамках научно-популярного дискурса, и, вместе с тем, критерии адаптированного текста, включающие в себя такие характеристики как ясность, доступность и понятность, а также точность, обеспечивающие своим присутствием адекватную адаптацию текста. Помимо этого, отмечается значимость фактора адресата и необходимость его учета в контексте создания текста научно-популярного дискурса. В статье приводится фрагмент сопоставительного исследования, осуществляемого на базе русского и китайского языков. Тактики и стратегии привлечения и удержания внимания анализируются на материале научно-популярных фильмов о космосе.

**Ключевые слова:** научно-популярный дискурс, коммуникативные стратегии и тактики.

**ADAPTATION OF POPULAR SCIENCE TEXTS: STRATEGIES AND TACTICS  
OF ATTRACTING AND KEEPING ATTENTION  
(on the material of the russian and chinese languages)**

*Kotelnikova A.K.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** The article discusses the concept of text adaptation, the most important pragmatic factor, without which successful interaction between people is impossible. The need to adapt the material within the framework of popular science discourse, and, at the same time, the criteria for an adapted text, including such characteristics as clarity, accessibility and understandability, as well as accuracy, ensuring adequate adaptation of the text by their presence. In addition, the factor of the addressee and the need to take it into account in the context of creating the text of popular science discourse are noted. The article provides a fragment of a comparative study based on the Russian and Chinese languages. Tactics and strategies for attracting and retaining attention are analyzed on the basis of popular science films about space.

**Key words:** popular science discourse, communication strategies and tactics.

Понятие адаптации или адаптированного текста в литературе используется для обозначения трансформаций текста под потребности конкретного общества, отдельной культурной модели или коммуникативной ситуации; процесса переработки оригинального текста, его переделки, переписывания для достижения определенных целей.

В основании адаптации любого текста лежит понятие адаптации как таковой. В широком смысле адаптация представляет собой универсальное понятие, которое используется в различных областях научного познания. А.А. Дьякова отмечает, что адаптация – это «приспособление текста к условиям его функционирования» [Дьякова, 2009, с. 3]. Необходимость адаптации текста обусловлена тем, что произведение должно выполнять определенную функцию, прежде всего, коммуникативную. Успешность коммуникации, то есть взаимодействия между автором и реципиентом во многом зависит от умений коммуникантов представить содержание текста соответствующим образом, адаптировать содержание сообщения к меняющимся условиям взаимодействия.

«Адаптация текста является, прежде всего, построением нового текста на основе текста-источника, но текстопорождение в этом случае происходит с учетом фоновых знаний адресата, которые заведомо хуже, чем фоновые знания автора текста-источника» [Первухина, 2015, с. 54]. Повышение уровня абстракции текста, как правило, приводит к усложнению дискурса и, наоборот, конкретизация содержания текста позволяет упростить его восприятие даже неподготовленной аудиторией. В качестве основных требований, которые выдвигаются к адаптированному тексту, можно назвать следующие: ясность, доступность, понятность – качество текста, которое обеспечивает незатрудненное его восприятие читателем; точность, понятийная и предметная – соответствие плана выражения речи системе выражаемых понятий, предметно-вещественной действительности. Информативная, удовлетворительная плотность информации – указанный критерий характеризуется количеством в тексте новой для читателя информации. При адаптации текста огромное внимание уделяется информативности текста для реципиента. Новая информация в тексте должна быть представлена «дозировано». Как избыточность, так и недостаточность информации приводят к снижению качества адаптированного текста.

Во время того, как проводится выступление с оратором, который тем или иным образом адаптировал научный текст под потребности непрофессионального слушателя, имеют место особые условия этой коммуникации. Перед непосредственным произнесением речи выступающий проводит определенную подготовку: он составляет примерный портрет своего слушателя, включающий в себя, помимо пола и возраста, такие

характеристики как род деятельности, наличие/отсутствие образования и предполагаемый уровень знаний адресата. На успешность коммуникативного процесса влияет то, насколько ответственно и творчески выступающий подходит к формированию образа. При ошибочном конструкте аудитории, оратор может наткнуться на непонимание и неправильное восприятие передаваемой информации. В этом случае, обратная связь невозможна, потому что адресат не получил информацию в форме, приемлемой для него. Поэтому очевидна связь между образом адресата и продуктивностью деятельности адресанта.

К общению и определенному результату партнеров приводят типы речевого воздействия – это те силы, которые реализуются в диалогической среде. Каждый из этих типов выполняет самостоятельную функцию. В данном случае, один из них – это информирование. Оно направлено на то, чтобы изменять «предметную картину мира» общающихся, наполнять их новыми знаниями. Другими словами, коммуниканты способны обмениваться информацией, объединяться с партнером по коммуникации с целью обоюдно поделиться информацией. Более того, так как тема нашего исследования – адаптация именно научного текста, научный стиль также играет не последнюю роль в определении и направлении беседы адресанта и адресата. Научный стиль, в этом конкретном случае, имеет уклон в научно-популярный подстиль, а значит, больше направлен в сторону адаптации к слушателю, имеющему средний или низкий уровень знаний о предмете разговора.

Рассмотрим реализацию некоторых коммуникативных стратегий на примере сопоставительного исследования, включающего в себя два языка: русский и китайский.

Тактики привлечения и удержания внимания являются одними из наиболее свойственных научно-популярному дискурсу. Они могут реализовываться разными путями, составляя некий комплекс, имеющий своей целью заинтриговать и удержать внимание адресата. В частности, они могут воплощаться в запоминающихся заголовках и ярких вводных частях текста, которые могут выполнять как информативную, так и рекламную функции.

Например- *带你往到宇宙的边缘，去了解宇宙到底有多大，人类有多么渺小！ - Отправляйтесь за пределы вселенной, чтобы понять, насколько огромна она и насколько малы мы!* Такой заголовок видео научно-популярной направленности привлекает внимание, дает адресату примерное представление, о чем будет видео и какой характер информации оно несет в себе. В то же время, заголовок видео на русском языке – *Путешествие по Млечному Пути*. Данное заглавие не обладает ярко выраженным эффектом аттракции, тем не менее, само словосочетание предполагает невозможное, в рамках науки нашего времени, путешествие, однако в обоих фильмах оно активно используется. Более того, из-за популярности фильмов научно-популярного характера, это название несет всю необходимую информацию, по которой зритель может понять, что будет в ролике. Оба заголовка несут в себе интенцию их авторов на привлечение внимания.

Вводные анонсы этих роликов включают в себя краткий экскурс в историю, стоящую за созданием фильма или некое вступление, логически переводящее тему в нужное русло. Например, иллюстрации из фильма на китайском языке:

*宇宙是一个神秘而又陌生的空间。 Вселенная – это загадочное и незнакомое нам пространство.*

*每当我们抬头仰望星空都会充满无限的遐想。 Каждый раз, когда мы поднимаем голову, чтобы посмотреть в небо, мы тут же начинаем фантазировать.*

*今天我们将前往宇宙的深处去见证宇宙的浩瀚，去发现它的美丽*

*Сегодня мы отправимся в глубины Вселенной, чтобы воочию увидеть её необъятность, открыть для себя её красоту.*

Такой плавный и аккуратный переход от общего к частному является правильным по своему смыслу со стороны автора: адресат не погружается в тему сразу же после начала просмотра, соблюдены и логические правила текста-сценария фильма, требующие вступление и уже потом основную часть. Задействована и тактика удержания внимания – красочные эпитеты заставляют зрителя продолжать смотреть, в надежде узнать новые факты о вселенной, увидеть живописные фотографии, сделанные специальными телескопами.

Видеоролик на русском языке имеет четко выраженное вступление, где диктор кратко рассказывает, о чем пойдет речь: *Млечный Путь это грандиозная космическая структура, включающая в себя миллиарды звезд и триллионы планет. В свою очередь, их окружают гигантские облака межзвездной пыли и потоки раскаленного газа. Взаимодействуя друг с другом, они создают причудливую и прекрасную картину, называемую галактикой. И сегодня мы предлагаем совершить удивительное путешествие сквозь нее.*

Помимо того, что вступительная часть дает определенное представление о теме фильма (как и заголовок), можно выделить словосочетания *миллиарды звезд и триллионы планет, гигантские облака межзвездной пыли*, которые содержат в себе ещё один важный прием изучаемых стратегий – красочность изложения. Такой прием работает в научно-популярном стиле на стратегию удержания внимания, так как это не является точной информацией, здесь не указаны приблизительные цифры подсчитанных звезд и планет, а масштабность облаков показана эпитетом *гигантский*. Научно-популярному стилю свойственно описывать многие явления через призму различных художественных средств и обобщение точной информации, так как это упрощает подачу материала и не концентрирует внимание читателя на определенных образах, а лишь дает ему общую картинку. Среди прочего, задача вступления заключается в том, чтобы кратко описать основную тему и заинтересовать, поэтому прием генерализации наиболее актуален. Последнее предложение в примере несет в себе функцию аттракции – помимо того, что адресат чувствует себя причастным к совершению путешествия, что тоже помогает удержанию внимания – адресант также преследует цель эмоционализации предложения. Эмоционализация – это воздействие на эмоциональную сферу адресата, в данном случае попытка привлечь «удивительным путешествием». Данные приемы являются важной составляющей воздействия на адресата, поскольку способствуют реализации той же цели, что и методы привлечения и удержания внимания.

Таким образом, стратегии и тактики, направленные на привлечение и удержание внимания чаще всего применяются авторами в начале роликов и особенно актуальны в заголовках разделов, так как именно они несут в себе основное назначение привлечения внимания. Удержание внимания реализуется в достаточно коротких, но информативных отрывках в начале ролика. Они призваны дать зрителю примерное представление о том, что будет в ролике, а также осторожно подвести к основной теме видео.

Фактор адресата, несомненно, обязателен для адекватной адаптации текста. Чем ближе пример, приводимый в научно-популярном дискурсе, к обычной жизни реципиента, тем более понятен и доступен становится любой материал, адаптированный под непрофессионального слушателя. Вот почему оратор при подготовке к своему выступлению перед слушателями учитывает все факторы образа адресата, чтобы информация, преподнесенная им, была доступна адресату и легко усвоена им.

Таким образом, адаптация научного дискурса – «это преобразование текста, которое затрагивает некоторые специфические сферы, связанные с получением информации в областях, где знания сложно доступны» [Первухина, 2015, с. 63]. В процессе адаптации применяются различные стратегии лексического, синтаксического, дискурсивного и наддискурсивного уровня, которые помогают оратору в работе над текстами выступлений. Именно благодаря стратегиям и тактикам, включающим в себя разработку портрета адресата, следование правилам речевого воздействия, в нашем

случае, информирования и выдержке определенных условий научно-популярного подстиля, и происходит успешная адаптация любого научного текста.

#### Литература и источники

1. Багиян, А. Ю. Дискурсивные механизмы популяризации научного знания: когниолингвистический аспект (на материале английского языка) / А. Ю. Багиян // Научный диалог. – 2017. – №6. – С. 9-28.
2. Воронцова, Т.А. Стратегии и тактики презентации специальных знаний в научно-популярном дискурсе / Т. А. Воронцова // Вестник ЧелГУ. – 2013. – №37. – С. 26-29.
3. Дьякова, А.А. Интердискурсивная адаптация текста: автореф. дис. ...канд. филол. наук/ А.А. Дьякова. – Волгоград, 2009. – 20 с.
4. Первухина, С. В. Структурно-семантические и дискурсивно-прагматические характеристики адаптированного текста: дис. докт.филол. наук / С. В. Первухина. – Волгоград, 2015. – 305 с.
5. Путешествие по Млечному Пути [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=EE8pE6KAe90>.
6. 带你往到宇宙的边缘，去了解宇宙到底有多大，人类有多么渺小！ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNDk0ODY2MDUxNg==.html?playMode=pugv&from\\_maciku=1](https://v.youku.com/v_show/id_XNDk0ODY2MDUxNg==.html?playMode=pugv&from_maciku=1).

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

УДК 81'42

### ОБЫДЕННЫЙ И ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСКУРС В ПРАВОВОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (МОДУС И ДИКТУМ)

*Макарова Д. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** В исследовании ставится цель провести сравнительный анализ модальностей обыденного и официального дискурсов обсуждения правовой информации, размещаемой в интернете. Достижение данной цели важно для совершенствования правовой коммуникации в обществе. В качестве материала выбран пост в официальном теле-грам-канале В. В. Володина (официальный дискурс) и комментарии пользователей к данному посту (обыденный дискурс) на тему запрета пропаганды нетрадиционных ценностей. Рассмотрены особенности функционирования каждого дискурса в условиях правовой интернет-коммуникации. По результатам исследования сделан вывод, что модальность официального дискурса отличается от обыденного стремлением к исключению оценочности.

**Ключевые слова:** дискурс, правовая коммуникация, интернет-коммуникация, модальность, диктум, оценочность.

### EVERYDAY AND OFFICIAL DISCOURSE OF LEGAL INTERNET COMMUNICATION (MODUS AND DICTUM)

*Makarova D. A.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** The aim of the study is to conduct a comparative analysis of the modalities of every-day and official discourses of discussion of legal information posted on the Internet. Achieving this goal is important for improving legal communication in society. A post in the official telegram channel of V. V. Volodin (official discourse) and user comments on this post (every-day discourse) on the prohibition of propaganda of non-traditional values were selected as the material. The features of the functioning of each discourse in the conditions of legal Internet communication are considered. According to the results of the study, it is concluded that the modality of official discourse differs from the ordinary one by the desire to exclude evaluativeness.

**Keywords:** discourse, legal communication, Internet communication, modality, dictum, evaluativeness.

Понятие «правовая коммуникация» включает в себя не только общение по правовым вопросам, элементами правовой коммуникации являются: язык законов и речевая деятельность специалистов; распространение, передача информации, значимой с правовой точки зрения; общение рядовых людей, вступающих в правовые отношения и обсуждающие их, в том числе на бытовом уровне. Правовая коммуникация – это общение власти и народа, в ней участвуют представители всех слоев общества. Чтобы обеспечить взаимопонимание и единство общества необходимо знать особенности правового и обыденного дискурсов. Обеспечению такого знания и посвящено наше исследование.

Интернет стал основным и эффективным средством коммуникации, в том числе в правовой сфере, что предопределило изменение характера и направленности правовой коммуникации. В современном законодательстве возможно действие «электронного государства», «электронного правительства» и т.д. В совокупности всё это представляет возможность обсуждения в сети интернет правовых актов и других документов как со стороны граждан, так и со стороны государства, эти факты также отражают актуальность темы исследования.

18.07.2022 г. в Государственную Думу на рассмотрение был внесен законопроект о запрете пропаганды нетрадиционных сексуальных отношений, направленный на сохранение традиционных ценностей. Перед внесением законопроекта (08.07.2022), председатель Госдумы, Вячеслав Викторович Володин обсудил необходимость его принятия с широкой аудиторией подписчиков своего официального телеграм-канала.

В качестве материала исследования будет взят текст поста в официальном телеграм-канале В. В. Володина ([https://t.me/vv\\_volodin/510](https://t.me/vv_volodin/510)) о необходимости запрета пропаганды нетрадиционных ценностей, как пример официального дискурса правовой коммуникации в интернете, а комментарии к данной публикации послужат примером обыденного дискурса.

Рассмотрим высказывание Вячеслава Володина:

«О семье, любви и верности.

В этом году праздник впервые отмечается официально.

Замечательно, что он появился!

Нам необходимо укреплять институт семьи, окружать наших близких любовью, заботой и вниманием.

С выходом из Совета Европы ушли в прошлое требования узаконить в России однополые браки.

Попытки навязать нашему обществу чуждые ценности провалились.

Правильно ввести запрет пропаганды нетрадиционных ценностей.

А как вы считаете?»

Согласно О.Н. Паршиной, стратегии, которые используются субъектами политического дискурса, определены желанием политика побудить адресата проголосовать за конкретный политический институт, укрепить или завоевать авторитет, информировать адресата о предмете речи, о своей позиции касательно обсуждаемых вопросов,

сформировать эмоциональный прогнозируемый настрой адресата, убедить в справедливости собственного мнения адресную аудиторию. Опираясь на её классификацию, можно сделать вывод, что в данном тексте реализуется стратегия убеждения, включающая в себя агитационную стратегию (тактика призыва и тактика обещания), например, «необходимо укреплять институт семьи» и аргументативную стратегию (реализуется с помощью тактики иллюстрирования, тактики сопоставительного анализа, указания на перспективу и обоснованных оценок), например, «С выходом из Совета Европы ушли в прошлое требования...», сопоставление выход из Совета Европы – невозможность навязать европейские ценности. Модальность официально-правового дискурса приближается к ядерному типу правового дискурса, исключая прямую и косвенную оценочность, однако в тексте присутствует обоснованная оценка – правильность запрета («Правильно ввести запрет пропаганды»), она обосновывается всем вышеописанным в посте. Также мы видим оценочные слова по отношению к новому празднику: «Замечательно, что он появился!», но их можно отнести к поздравлению, созданию установки на позитив.

Обыденный дискурс в большей мере характеризуется оценочностью, но, согласно А. А. Ивину, бывает очень тяжело установить объект моральных оценок, часто представляется практически невозможным понять, что оценивает человек – мнение, высказывание, чувства, характеристики или действия [Ивин 2016, с. 117]. Для удобства комментарии разделим на 3 группы, опираясь на диктум высказываний (никней-мы, орфография, пунктуация и эмодзи, используемые авторами, сохранены):

1. Позиция за введение запрета пропаганды нетрадиционных ценностей:

а) Elena Raykova: «Абсолютно правильно, полностью поддерживаю!»

б) Е.В.Н: «Обязательно ввести запрет!!!! 👍👍👍

А традиционную, нормальную, крепкую семью наоборот ставить в пример везде и всюду, начиная с детского сада!»

в) Вик: «Однозначно запретить пропаганду и ввести уголовное наказание. Не-чего развращать детей»

г) Elena Vi: «Правильно и точка 👍»

д) Алла: «Конечно правильно и единственно верно и иначе быть не может! Я вообще до сих пор не могу понять, как могла придуматься эта "многополость" ???! У животных два пола, у людей два - ну нет третьего! Физически нет! 🤖»

2. Позиция против введения запрета пропаганды нетрадиционных ценностей:

а) Аня: «Считаем, что неправильно»

б) □: «ЛГБТ люди были есть и будут во всем мире и в нашей стране в том числе, пора бы уже пересмотреть наши так называемые «традиционные» ценности, как это уже сделали все другие адекватные страны»

в) Ветерок Балбетос: «Ну а я против того, чтобы люди страдали. Знаете, меня в школе учили, что других можно принимать такими, какие они есть.

Или хотя бы не трогать.

Но не мой, ни ваш голос решать это не может. Представьте, что завтра придут гетерофобы к власти и запретят вообще отношения с вашим любимым?

Это очень неприятно. Это очень больно. И мне жаль, что вас воспитали настолько жестоко, что вы считаете своим долгом заставлять окружающих страдать.

Мы не в Швеции, мы в России. И я не говорю что нужно срочно развесить везде флаги. Но дать людям просто жить-важно. Каждый человек достоин жить свою жизнь так, как считает нужным. Читать то, что хочет. Это хорошо, что у вас есть свое мнение. В своём мире вы правы. Но у других свои миры. И чтобы мы не закончились дракой, важно помнить, что вы можете что-то менять кардинально только в своей жизни.

Не смотреть фильмы, не рассказывать своим детям, это ваше право.

Но у других должна быть возможность рассказать и быть собой.»

г) Михаил Ефимов: «Нельзя запрещать пропаганду (среди совершеннолетних) того, что не является незаконным действием. На то мы и совершеннолетние что может критически и взвешенно рассматривать различные точки зрения на ситуации в нашей стране и мире. И любые запреты на репрезентацию законных действий противоречат самой концепции России как правового государства.»

3. Точную позицию определить сложно:

а) Vitya Romanov: «Можете дальше бороться с ветряными мельницами. Дурачок здесь вы. Сначала победите в этой стране алкоголизм, наркоманию, коррупцию и другие проблемы, а лишь потом можете взяться за лгбт. Или для вас иные проблемы искоренили? Типичный представитель стада. Как я и сказал, кость подкинута, псы набросились.»

б) Vova Zhevnov: «Вот я будучи чистым гетеросексуалом, которому нравятся только женщины вижу во всем этом настолько размазанное определение, которое можно интерпретировать например как очередную "охоту на ведьм".

Вы же этим методом хотите начать доводить людей до массовых самоубийств? Вы в таком случае просто психопат опасный для общества. И еще сейчас сидите на посту председателя госдумы. Это ужасно и абсолютно негуманно»

в) Спм: «А когда это от Совета Европы были требования узаконить в России однополые браки? Что за бред ,Слава? Далеко не в каждой европейской стране есть легализация однополых браков . И из совета нас выперли , а не мы вышли.»

г) Егор: «Сначала победите то, сначала победите се

И алкашня и нарколыги это тоже нетрадиционные ценности и мусор этот надо сносить вместе с ЛГБТ

Это все звенья одной цепи

Гугли процент выпитого алкоголя на душу населения в патриархальной царской России».

Большинство высказываний содержат эксплицитную оценку («однозначно», «абсолютно», «правильно», «неправильно», «запретить», «против», «неприятно», «жестокое», «хорошо», «адекватные» и т.д.). Комментария как жанр требует быстрого реагирования, тяготеет к сокращению количества слов, поэтому чаще используется прямая оценка.

По мнению Т. Лужневой, можно выделить следующие способы выражения оценки:

1) лексические. Используются стилистически окрашенные разговорные слова, с целью оценки события, выражения эмоций, воздействия на адресата, использование данных слов обусловлено социальной непринужденностью общения в комментариях («многополость», «дурачок», «выперли», «алкашня», «нарколыги»). Также для выражения оценки используются разговорные фразеологизмы («жить свою жизнь», «охота на ведьм», «кость подкинута, псы набросились», «бороться с ветряными мельницами»);

2) словообразовательные, например, уменьшительно ласкательный суффикс ок («дурачок»), служит для обозначения экспрессивной оценки;

3) грамматические, выражаемые повторами («везде и всюду», «нет третьего! Физически нет!», «сначала победите то, сначала победите сё»), модальными словами, которые означают уверенность говорящего в предмете высказывания («однозначно», «конечно»), модальными глаголами («могу», «нужно», «должно быть», «может»)

4) интонационные (графические), оценка выражается при помощи эмотиконов (самый популярный смайл – «большой палец вверх», служащий для выражения одобрения), с помощью увеличения количества вопросительных и/или восклицательных знаков в конце предложения (««Обязательно ввести запрет!!!! 🖕🖕🖕», «"многополость" ???!»);

5) коммуникативные (учитывается план текста);

б) стилистические (представлены всеми стилистическими тропами).

Таким образом, мы подтверждаем, что модальность официально-правового дискурса приближается к ядерному типу правового дискурса, исключая прямую и косвенную оценочность, при этом обыденный дискурс в большей мере характеризуется оценочностью.

#### Литература и источники

1. Винокурова, И. Ж. Лингвостилистические средства оценочности в интернет-дискурсе / И. Ж. Винокурова, Л. К. Первушина // Казанская наука. – 2019. – № 10. – С. 75-77.
2. Голев, Н. Д. Правовая коммуникация в зеркале естественного языка / Н. Д. Голев // Юрислингвистика. – 2006. – № 7. – С. 8-39.
3. Ивин, А. А. Логика оценок и нормы. Философские, методологические и прикладные аспекты: монография. М.: Проспект, 2016. 320 с.
4. Leeuwen, van T. Legitimation in Discourse and Communication / T. van Leeuwen // Discourse and Communication. – 2007. – № 1. – Рр.91-112.
5. Лужнева, Т. Оценка в текстах музыкальных рецензий (на материале бри-тан-ской прессы) // Матер. ежегод. науч. конф. студ. и магистр. ун-та. - Минск: 2004. - С. 75–77.
6. Паршина, О. Н. Российская политическая речь: теория и практика: моно-графия / О. Н. Паршина ; под ред. О. Б. Сиротинина. - Изд. 2-е, испр. и доп. - Москва: УРСС(URSS) : Издательство ЛКИ, 2007. - 227 с

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

УДК 811.161.1'342

#### РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ БРИТАНСКОГО МОНАРХА

*Мнеян Т. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[tamara.mneyan95@gmail.com](mailto:tamara.mneyan95@gmail.com)

**Аннотация.** В статье исследуется проблема описания особенностей языковой личности посредством процедуры речевого портретирования, анализируется само понятие «речевой портрет» как автономная единица, представляющая собой эффективный исследовательский метод, и в то же время как часть более широкого понятия, составляющая модели лингвокультурного типажа. Рассматриваются речевые характеристики типизируемой личности британского монарха, Елизаветы II, предпосылки и признаки типажа британской королевы как краеугольного феномена британской лингвокультуры. На основе анализа видеообращений Елизаветы II были выявлены наиболее яркие черты ее речи на фонетическом и лексическом уровнях реализации языковой личности.

**Ключевые слова:** речевой портрет, лингвокультурный типаж, языковая личность, Елизавета II.

#### SPEECH PORTRAIT OF A BRITISH MONARCH

*Mneyan T. A.*

Kemerovo State University

[tamara.mneyan95@gmail.com](mailto:tamara.mneyan95@gmail.com)

**Annotation.** The article explores the problem of describing the features of a language personality through the procedure of speech portraiture, analyzes the very concept of "speech portrait" as an autonomous unit and at the same time as part of a broader concept that makes up the model of the linguocultural type. The speech characteristics of the British monarch, Elizabeth II, the prerequisites of the type of the British Queen as the cornerstone of the phenomenon of British linguoculture are considered. Based on the analysis of Elizabeth II's video messages, the most conspicuous features at the phonetic and lexical levels were revealed.

**Key words:** speech portrait, linguocultural type, language personality, Elizabeth II.

Устойчивая тенденция изучения роли человека в процессах порождения и использования речи привела к становлению различных направлений антропологической парадигмы, среди которых наиболее популярным является концепт языковой личности, а также описание лингвокультурных типажей с применением подходов речевого портретирования.

В исследованиях данного направления ключевым объектом становится языковая личность. Ю.Н. Караулов трактует языковую личность как сочетание способностей и качеств человека, которые обуславливают возможность создания и постижения им речевых произведений, различающихся: 1) уровнем сложности структуры и языка; 2) всесторонностью и ясностью изображения действительности; 3) конкретной целенаправленностью [3].

Языковая личность может изучаться как индивидуальное и в то же время типизированное образование. Типизируемая в культурологическом аспекте личность становится лингвокультурным типажом. По мнению В.И. Карасика, лингвокультурным типажом считается обобщённое представление человека, чей образ действий и ценностные установки в целом оказывают значительное воздействие на лингвокультуру и помогают определить уровень этнической и социальной самобытности общества [2].

Типаж содержит в себе набор ценностных характеристик, которые определяют его манеру поведения и стиль жизни. Вместе с тем данный типаж закрепляется как в литературе, так и в кино и прочих источниках. Та или иная лингвокультура может быть осмыслена посредством моделирования лингвокультурных типажей, одним из этапов которого является создание речевого портрета. С.В. Леорда определяет речевой портрет как воплощенную в речи языковую личность [4].

И.А. Мурзинова отмечает, что в лингвокультурном аспекте ученые имеют дело не с характеристиками речи реального человека, а с речевым портретом типажа, который закрепляется за определенной личностью. В таком случае речевой портрет содержит целый комплекс объективных и стереотипных убеждений носителей определенной культуры о речевом поведении типизируемой личности [5].

В отличие от лингвокультурного типажа, который проявляется через коммуникативное поведение, все виды портретирования представляют собой специфические исследовательские приемы и выявляются через наблюдение. При описании речевого портрета лингвокультурного типажа выделяются особенности функционирования языковых единиц и речевого поведения у представителей этого типа. Учитываются не только лингвистические признаки, но и экстралингвистические. Так, например, Г.Г. Инфантова среди признаков экстралингвистического характера отмечает социальную активность личности, положение в социуме, образование, возраст, род деятельности и т. п., а среди лингвистических признаков – языковые (владение устной и письменной речью, диалогическим и монологическим типом речи, выбор языковых средств) и речевые (владение коммуникативными качествами речи, её правильность, красочность, соблюдение речевых этических норм, проявление творчества в выборе средств выразительности и т. д.) [1].

Исторической предпосылкой для создания концепции «речевого портрета» послужила идея фонетического портретирования М.В. Панова, создавшего целую галерею

фонетических портретов различных деятелей политики, науки, литературы. Данная область исследования привлекла интерес многих ученых, что впоследствии привело к своего рода переосмыслению, изучаться стали не только фонетические особенности языковой личности, но и особенности ее реализации на других уровнях языка.

Поскольку речевой портрет вмещает в себя разные уровни реализации языковой личности, нельзя выделить единую схему его описания, которой нужно было бы придерживаться во всех случаях. Существует несколько схем, однако, стоит отметить, что описание речевого портрета не предполагает следования строгому алгоритму, ведь каждая языковая личность сложна и неповторима, и охватить всю её языковую сущность в пределах одной, пусть даже очень подробной научной работы практически не представляется возможным. В большинстве случаев исследователем избираются какие-то определенные особенности, которые точнее всего характеризуют «портретируемого».

Выявляемые характеристики так или иначе закрепляются за конкретными языковыми уровнями. В связи с этим можно говорить о методике речевого портретирования личности, основанной на уровневом анализе речи. Выделяются языковые характеристики на лексическом, фонетическом, грамматическом, морфологическом и синтаксическом уровнях.

Учитывая данные аспекты, можно составить портрет любой языковой личности, выбранной в качестве объекта исследования. В данной статье мы проанализируем самые яркие особенности речи британского монарха, королевы Елизаветы II.

Однако для начала стоит изучить причины особенностей речи, т. к. без этого мы не можем судить о языковой личности. Выделяются следующие предпосылки формирования тех или иных черт речи: связь с возрастом, связь со временем, связь с полом, связь с языковой компетенцией, связь с социальной группой. Одной из наиболее распространенных причин речевых девиаций является социальная среда, окружение говорящего, которое оказывает наибольшее влияние на формирование речевых привычек. Анализ данных характеристик позволяет понять, как происходит отбор языковых средств в определенных условиях.

Елизавета II – женщина-монарх, английская аристократка, представительница Виндзорской династии, она являлась самой пожилой в Европе правительницей, важным консолидирующим началом в стране. В ее поведении воплощались определяющие признаки национального характера британцев. Традиционно монархия воспринимается британцами как неотъемлемая часть их истории, к которой они относятся с особой трепетностью, гордостью. Являясь представителем государства и нации в целом, носителем национальной идентичности, британская королева символизирует незыблемость основ государственного строя, целостность и величие Британии. Соответственно, лингвокультурный типаж «британская королева» представляет собой актуальный для англоязычного мира этноспецифический концепт.

Речь королевы соответствует нормам так называемого «Queen's English» или «King's English», представляющего собой особую форму английского языка, на котором говорят люди высшего общества Великобритании. Фонетика речи королевы основывается на нормах «Received Pronunciation», произносительного эталона «английской элиты». Однако, стоит заметить, что акцент королевы, безусловно, изменялся в течение ее правления, постепенно становясь более демократичным.

Можно выделить следующие фонетические особенности, выражающие своеобразие произношения Елизаветы II:

- в таких словах как family, man, black – произносится не звук [æ], а скорее [e];
- звук [l] смягчается и звучит как [l'], например, ol'd, l'eft, al'ways, это особенно ярко выражено в ранних в видеообращениях королевы, в последние годы такое произношения звука [l] стало менее очевидным;
- такие слова как city и duty в основном произносятся как `citai и `dutai

- звук [ɪ] часто заменяется дифтонгом [eɪ]. Слово «simply» произносится, как *simpleɪ* вместо *simplɪ*.
- когда звук [r] появляется между двумя гласными звуками (и второй безударный), он озвончается, например, в словах *America*, *very*, *carol*;
- в таких словах как *kind*, *my*, *bright* [aɪ] заменяется на гласный переднего ряда [a];
- слово *to* произносится как [tju:] вместо [tu:];
- происходит замена дифтонга [uə] монофтонгом [u] в односложных словах, например, *sure*
- краткий монофтонг [ɪ] в начале слова заменяется долгим [i:], например, в слове *imagine*;

Превалирующим тоном является нисходящий тон (Low Fall), что делает речь более ровной, спокойной и выражает законченность высказывания. Данные характеристики формируют особое восприятие королевы, как человека из высшего общества, отличающегося от большинства людей. В ее речи ощущается некоторая искусственность, выхоленность, отчетливо выделяющая образ королевы среди других, только лишь услышав ее речь, можно легко определить, что это как минимум хорошо образованный человек, занимающий видное положение в обществе.

На лексическом уровне мы также можем выделить значимые черты. В своей речи королева тяготеет к использованию оценочных прилагательных, что является характерной чертой представителей социальной прослойки английской аристократии. Такие прилагательные как «*great*», «*perfect*», «*gorgeous*», «*wonderful*», «*brilliant*», «*stunning*», «*splendid*» зачастую используются не для передачи действительного восторга, а скорее как тонкий способ передачи иронии, оценки довольно прозаичных явлений.

Вместо личного местоимения «I» активно употребляется местоимение «one» для выражения категории персональности. В британской культуре чрезмерное употребление местоимения «I» считается чем-то невежливым, особенно критично это расценивается в речи государственных и общественных деятелей. Вероятно, Елизавета II именно по этой причине так настойчиво избегала местоимение «I», желая соблюдать признанные нормы этикета.

Особую роль в речи королевы играют способы выражения недооценки и переоценки. Недооценка составляет один из важнейших компонентов речевого кода высших классов английского общества, выражая в разных ситуациях проявление такта, скромность, симпатию между говорящими и т. д. Недооценка передается двойным отрицанием, разговорными фразами типа «*a little*», «*a bit of*», «*hardly*». Переоценка, наоборот, придает некоторую драматичность образу аристократов. В основном она передается посредством прибавления таких наречий-усилителей как «*perfectly*», «*quite*», «*very*», «*rather*» и т. д. к прилагательным.

Также стоит отметить наличие определенных категорий лексики, преобладающих в речи королевы. Важную роль играет лексика религиозного характера, различные устойчивые выражения, включающие имя Бога, например, «*Good God*», «*God's sake*». Ежегодные рождественские обращения Елизаветы II всегда были полны аллюзий на важнейшие христианские мотивы и неизменно завершались утверждением христианской морали. Помимо этого, Елизавета II использовала большое число абстрактных слов, например, «*freedom*», «*peace*», «*love*», «*happiness*», подчеркивая тем самым схожесть своих ценностей с ценностями своего народа, провозглашая свою социокультурную миссию.

В лексикон Елизаветы II проникали и современные тенденции. Так, привлекает внимание употребление элементов гендерно-инклюзивного языка. К примеру, в рождественском обращении 2019 г. сотрудники МЧС обозначаются словосочетанием «*men and women of our emergency services and Armed Forces*», профессиональные

спортсмены — нейтральной лексемой «*athletes*» или словосочетанием «*sportsmen and women*»

Таким образом, проанализировав некоторые аспекты речевого портрета Елизаветы II, мы отметили черты, формирующие своеобразие ее личности, и вместе с тем являющиеся типичными для лингвокультурного типажа «британская королева».

#### Литература и источники

1. Инфантова, Г. Г. Язык. Речь. Личность: монография /Отв. редактор Сенина Н.А. / Ростов – на –Дону: Легион, 2008. — 504 с.
2. Карасик, В. И., Дмитриева, О. А. Лингвокультурный типаж: к определению понятия // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типаж: Сб. науч. тр. / под ред. В.И.Карасика. - Волгоград: Парадигма, 2005.
3. Караулов, Ю. Н. Предисловие. Русская языковая личность и задачи ее изучения // Язык и личность. М.: Наука, 1989.
4. Леорда, С. В. Речевой портрет современного студента: дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2006. 161 с.
5. Мурзинова, И.А. Речевой портрет лингвокультурного типажа «британская королева» // Известия ВГПУ. 2009. № 2. С. 46–49.

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

УДК 811.111

#### АРХИТЕКТУАЛЬНОСТЬ В РОМАНЕ СТИВЕНА КИНГА «БИЛЛИ САММЕРС»

*Пендюрова К. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[ksenya.p.03@mail.ru](mailto:ksenya.p.03@mail.ru)

**Аннотация.** В статье рассматривается архитектурность и жанровое многообразие романа Стивена Кинга «Билли Саммерс», последнего произведения автора, выпущенного в России. Наблюдается тесное взаимодействие нескольких жанров массовой литературы, таких как «крутой» детектив, нуар и боевик в пределах одного произведения. Исследование демонстрирует развитие детективного жанра, его трансформацию в «крутой» детектив в литературе Соединенных Штатов Америки XX столетия. Для лучшего понимания художественного пространства текста выделяются присущие роману черты, так же помогающие установить взаимодействие жанров, их непосредственную связь. Делается вывод о том, что гармоничное сосуществование нескольких жанров массовой беллетристики в пределах одного текста создает не только сюжетную динамику, но и соответствует актуальным запросам читателей.

**Ключевые слова:** архитектурность, жанр, жанровое многообразие, Стивен Кинг, детектив, нуар.

#### ARCHITECTURALITY IN STEPHEN KING'S NOVEL "BILLY SUMMERS"

*Pendyurova K. V.*

Kemerovo State University

[ksenya.p.03@mail.ru](mailto:ksenya.p.03@mail.ru)

**Annotation.** The article examines the architecturality and genre diversity of Stephen King's novel "Billy Summers", the author's latest work released in Russia. The close interaction

of several genres of mass literature, such as the hard-boiled detective, literary noir and action fiction within a book, is observed. The study demonstrates the development of the detective genre into the hard-boiled detective in the literature of the USA in the 20th century. For a better understanding of the artistic space of the text, the inherent features of the novel, which also helps to establish the interaction of genres, their direct connection are highlighted. The article concludes that the harmonious coexistence of several genres of mass fiction within a story creates not only plot dynamics, but also meets the readers' demand.

**Key words:** architextuality, genre, genre diversity, Stephen King, detective fiction, noir.

Архитекстуальность является значимым видом взаимодействия текстов, их соотносённостью с той или иной жанровой принадлежностью. По мнению Жерара Женетта, французского литературоведа и исследователя в области интертекстуальных отношений, архитекстуальность это «соотношение текста со своим архитектуром» [1], то есть межтекстовая коммуникация, схожесть жанровых особенностей текстов.

Каждый писатель, при создании литературного произведения, пишет в рамках определенного жанра, опирается на уже устоявшийся шаблон художественной организации текста. Следовательно, любое произведение взаимосвязано со множеством трудов, имеющих схожую жанровую принадлежность. Зачастую писатели не ограничиваются рамками какого-либо определенного жанра. Происходит размывание жанровых границ, трансформация, и внутри одного текста соединяются несколько жанровых разновидностей. Исходя из вышеизложенного, такое взаимодействие включает в себе жанровый диалог, содержащий, создающий и развивающий новый, сложный и уникальный текст, побуждающий читателей и литературоведов к поискам интерпретаций.

В детективах XX века весьма ощутима традиция, идущая от великого представителя американского романтизма, сформировавшего основы жанра, писателя Эдгара Алана По. Первым произведением, написанным в 1841 году в жанре детектива, принято считать рассказ «Убийство на улице Морг». В произведении были заложены черты, в будущем прослеживаемые в творчестве классика детективного жанра конца XIX века Артура Конан Дойла, английского писателя, представившего широкой аудитории одного из величайших сыщиков мировой литературы – Шерлока Холмса. В частности, важнейшим сюжетобразующим элементом является присутствие трех персонажей: гения сыска (Дюпен у Эдгара Алана По, у Конан Дойла - Шерлок Холмс), его «секретаря» (безымянный рассказчик у Эдгара По, доктор Джон Ватсон у Артура Конан Дойла) и полицейского-помощника (инспектор Лестрейд в «Приключениях Шерлока Холмса» и комиссар парижской полиции, который в рассказе «Убийство на улице Морг» придает расследованию Огюста Дюпена законные основания). Также, немаловажной жанровой особенностью детективных текстов является необходимость решения задачи с тремя неизвестными, порождающая своеобразную композицию произведений. Детектив строго следует четкой формуле: расследование движется вперед, в то время как повествование, в свою очередь, возвращается назад для того, чтобы, во-первых, узнать мотивы преступления, почему оно было совершено. Во-вторых, установить, как было совершено преступление, в мельчайших подробностях восстановить его картину. И наконец, когда мотив и детали преступления ясны, становится очевидным ответ на вопрос, кто является преступником.

«Классическая» эпоха уходит и, хотя еще продолжают появляться классические детективы, в 20-е годы прошлого века верх берет «крутой» детектив, отвечающий веяниям нового времени, происходившим в обществе изменениям. Именно с творчеством Дэшила Хэммета, автора множества остросюжетных произведений, таких как «Мальтийский сокол» и «Кровавая жатва», литературоведы связывают появление в американской литературе жанра «крутого» детектива. Чандлер Реймонд в статье «Простое искусство убивать» пишет: «Хемметт сумел преобразовать детективный жанр, что было сделать крайне трудно из-за того нароста английской утонченности и американской

псевдоутонченности, который превратился в прочный панцирь» [3]. 1930 годы в США были временем политической нестабильности, общественной паранойи и неуверенности в будущем. Великая депрессия и утрата веры в американскую мечту окутали общество безнадежностью. На смену положительному главному герою классического детектива, гениальному сыщику, раскрывающему преступления, приходит герой-одиночка с тяжелой судьбой, находящийся за пределами нормальной жизни, обитающий по большей части в преступном мире. В персонаже Билли Саммерсе прослеживаются черты героя жанра «крутого» детектива. Хотя Билли не является сыщиком или полицейским, он киллер, ему приходится расследовать преступление, соучастником которого он выступал и жертвой которого мог стать. Произведя точный выстрел из своего кабинета в «Башне Джерарда», Билли Саммерс, предощущая, что его хотят убить, не последовал плану, предложенному Ником, посредником, а осуществил свой собственный, заранее подготовившись к нему. Билли Саммерс, как и герои «крутых» детективов, с помощью силы и оружия, распутывает хитросплетенный клубок обстоятельств и получает ответы на свои вопросы. Он разыскивает и допрашивает тех, кто имеет отношение к неосуществленному покушению на его жизнь. К концу романа, читателю, как и главному герою, становится ясно, что «убрать» Саммерса приказал Роджер Клэрк, человек, нанявший Ника Маджаряна: «Nick was just the go-between <...>It was Roger Klerke who wanted the job done» [2].

Детально проработанные сцены физического и сексуального насилия, напряженная сюжетная канва - совокупность всех этих деталей позволяет причислить роман к такому жанру массовой беллетристики, как нуар. Ментальный процесс субъективных переживаний, жесткая и реалистичная манера изображения событий, процессуальное описание страданий и, наконец, отсутствие счастливого финала роднит роман «Билли Саммерс» не только со множеством литературных нуар-историй, но и с огромным количеством криминальных драм этого жанра в кинематографе. Вместе с тем, отдельное место в произведении занимают сцены убийств, энергичных погонь и перестрелок, предполагающих наличие вплетенного в полотно жанрового разнообразия произведения такого жанра остросюжетной литературы, как боевик. На сегодняшний день, с развитием индустрии визуальных эффектов в кино и блокбастеров, все вышеперечисленные особенности романа, уже ставшего бестселлером, являются актуальными для широкой публики.

Итак, роман Стивена Кинга «Билли Саммерс» не ограничивается рамками одного жанра. Напротив, произведение вбирает в себя несколько жанровых разновидностей. Архитекстуальные связи в романе неоспоримо демонстрируют развитие не только жанра детектива, но и взаимодействие других популярных жанров современной массовой литературы. Это делает повествование динамичным и соответствующим требованиям современных читателей.

#### **Литература и источники**

1. Женетт, Ж. Фигуры. Работы по поэтике / Ж. Женетт // Собр. Соч.: В 2 т. – М.:Издательство имени Сабашниковых, 1998. – Т.2. – 469 с.
2. King S. Billy Summers / S. King. – Hodder&Stroughton, – 2021. 442 p.
3. Чандлер, Р. Как сделать детектив / А. Строев. – М.: Радуга, 1990. – 320 с.

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

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПАЖА  
"РОБИН ГУД" В КИНОДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ СЕРИАЛА «MONEY  
HEIST»)

*Скосырская П. Э.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[skosyrskaya-2000@mail.ru](mailto:skosyrskaya-2000@mail.ru)

**Аннотация.** В статье дается социокультурная справка лингвокультурного типажа «Робин Гуд», описываются особенности его объективации в испанском телесериале «Money Heist» на английском языке. Описывается «паспорт» лингвокультурного типажа, рассматриваются репрезентативные, речевые и ценностные характеристики героев телесериала. В результате анализа объективации лингвокультурного типажа «Робин Гуд» в сериале «Money Heist» можно прийти к заключению о том, что данный типаж претерпел изменения. Изменилась ценностная характеристика, так как ценностью для героев выступает не восстановление справедливости, а материальная выгода. Тем не менее неизменным остается мотив сопротивления верхним слоям общества и всей системе управления страны. Также герои телесериала не склонны к насилию, они применяют его лишь в случаях защиты. Доброжелательное отношение к заложникам показывает, что типаж не утратил свои благородные черты, что способствует доброжелательному отношению к ним со стороны публики.

**Ключевые слова:** лингвокультурный типаж, модель описания лингвокультурных типажей, паспорт лингвокультурного типажа, дискурс, кинодискурс, Робин Гуд.

THE FEATURES OF IMPLEMENTATION OF LINGUOCULTURAL TYPE  
«ROBIN HOOD» IN CINEMATIC DISCOURSE (ON MATERIAL OF TV-SHOW  
«MONEY HEIST»)

*Skosyrskaya P. E.*

Kemerovo State University

[skosyrskaya-2000@mail.ru](mailto:skosyrskaya-2000@mail.ru)

**Annotation.** The article provides a socio-cultural reference of the linguocultural type "Robin Hood", describes the features of the implementation of the linguocultural type in the Spanish TV-show "Money Heist". There is a "passport" of the linguocultural type, which describes the representative, speech and value characteristics of the heroes of the TV series. During the analysis of the linguocultural type "Robin Hood" in the TV series "Money Heist" it becomes clear that the type has lost some of its dominants, such as financial support of the poor. Money is the main goal for most of the heroes of the series. However, the motive of resistance to the upper strata of society and the entire system of government of the country remains unchanged. Also, the heroes of the TV-show are not inclined to violence, they use it only in cases of protection. The decent attitude towards the hostages shows that the type has not lost its noble features, which contributes to the friendly attitude of the people towards them.

**Key words:** linguocultural type, model of description of linguocultural type, passport of linguocultural type, discourse, cinematic discourse, Robin Hood.

Исследование лингвокультурных типажей в отечественной лингвистике было положено В. И. Карасиком. Именно он определил лингвокультурные типажи как «узнаваемые образы представителей определенной культуры, совокупность которых и составляет культуру того или иного общества» [1, с. 179]. Исследователем было выделено и описано множество «узнаваемых образов» в русской лингвокультуре – «русский

интеллигент», «русский купец», «русский чиновник», «английский чужак», «американский супермен» и др.

Конечно, В. И. Карасик не единственный, кто занимался исследованием лингвокультурных типажей. Интересной также представляется модель О. А. Дмитриевой. В своей работе «Лингвокультурные типажи России и Франции XIX века» исследователь разработала свою модель для описания лингвокультурных типажей, которая включает следующие компоненты: 1) паспорт лингвокультурного типажа; 2) социокультурная справка; 3) дефиниционные характеристики как энциклопедическое представление типажа; 4) ценностные характеристики, позиционирующие типаж в системе ценностей лингвокультуры. Паспорт лингвокультурного типажа включает описание внешнего облика, указание гендерной принадлежности, а также происхождения / социального статуса, места жительства, сферу деятельности, семейное положение, досуг, окружение, и, конечно, речевые особенности [2].

Лингвокультурных типажей в настоящее время выделено великое множество, но все они обладают рядом релевантных признаков, которые были описаны О. А. Дмитриевой: 1) ассоциативность (вокруг типажа сосредоточен ряд устойчивых ассоциаций); 2) хрестоматийность (типажи широко узнаваемы и могут проявляться разных видах дискурса); 3) рекуррентность (как часто типаж воспроизводится в массовом сознании); 4) знаковость (репрезентативная способность типажа); 5) типичность (выделение ярких черт в типаже на основе изучения типичной ситуации, среды обитания данного типажа без упоминания индивидуальных признаков); 6) прецедентность (постоянное обращение к типуажу и его обновление) [2, с. 57].

Лингвокультурные типажи распространены повсеместно и могут быть выделены в различных видах дискурса, например, в кинодискурсе. А. Н. Зарецкая рассматривает кинодискурс как феномен лингвосомиотики и определяет его как «связный текст, являющийся вербальным компонентом фильма, в совокупности с невербальными компонентами – аудиовизуальным рядом этого фильма и другими значимыми для смысловой завершенности фильма экстралингвистическими факторами, такими как креолизованное образование, обладающее свойствами целостности, связности, информативности, коммуникативно-прагматической направленности, медийности и созданное коллективно дифференцированным автором для просмотра реципиентом сообщения (кинозрителем)» [3, с. 22].

Одним из таких распространённых лингвокультурных типажей стал «Робин Гуд». Робин Гуд (Robin Hood) – благородный разбойник, который отнимает деньги у богатых и отдает их бедным. С образом Робина Гуда обычно связана борьба за несправедливость, восстание против власти. Имя героя может трактоваться по-разному. Во-первых, robin – это птица-малиновка, которая раздувала костер для бедных в ирландских сказаниях, чтобы они не озябли. Во-вторых, Робин Гуд имеет сходства с лесным божеством Паком из англосаксонского языческого фольклора. Они оба имеют проказливую натуру, одеты во все зеленое, а также имеют сходство по имени (Robin Hood/ Robin Goodfellow). В-третьих, имя героя могло образоваться от слияния словосочетания Rob in Hood – грабитель в капюшоне. Кроме того, в средние века словом «hood» в северном диалекте английского языка обозначали лес (wood), главное местообиталище героя [5].

Впервые образ героя возник в легендах и балладах средневековья. Однако образ Робина Гуда в балладах раннего и позднего периода существенно отличается. Первоначально Робин Гуд описывается как дворянин, который встал на защиту йоменов и после отождествлял себя с одними из них, в более поздних балладах – он не отличается знатным происхождением и действительно является йоменом, а не кажется им [6].

Робин Гуд — один из немногих легендарных героев английского фольклора, который не только стал важной культурной реалией своей страны, но и вышел за ее пределы, став узнаваемым повсеместно. По мотивам баллад с его участием создаются литературные произведения, снимаются многочисленные фильмы и сериалы, игры т. п.

Лингвокультурный типаж благородного разбойника Робин Гуда лёг в основу многих фильмов и сериалов, таких как «Берегись автомобиля», «Дубровский», «Peaky Blinders», «Wild Boys» и многих других. Волею судеб герои данных кинокартин становятся разбойниками и грабителями, которые выступают за справедливость, несмотря на то, что преступают закон.

Одним из современных телесериалов, эксплуатирующих образ Робин Гуда является сериал «Бумажный дом» (исп. *La casa de papel*/ англ. *Money Heist*) режиссеров Хесус Кольменар, Алексом Родриго и Алехандро Бассано. Действия сериала происходит в Испании, где некий человек, именующий себя Профессор, решает собрать банду грабителей из людей, которым уже нечего терять, с целью ограбить знаменитый Монетный двор, который отвечает за печать всех денежных купюр Испании. Рассмотрим некоторые характеристики данного типажа в сериале.

**Репрезентативные характеристики.** Как и Робин Гуд из английских баллад герои сериала скрывают свои личности. Для конспирации Профессор предлагает взять героям псевдонимы – города. Так, в команде появились Токио, Рио, Берлин, Денвер, Москва, Хельсинки, Найроби и Осло. Для этой же цели герои облачены в красные костюмы и спрятаны под маской Сальвадора Дали. Важно, что сам Профессор будет контролировать операцию снаружи, страхуя команду от внезапного вторжения полиции и ведя переговоры с инспектором, отвечающим за это ограбление.

Чтобы привлечь общественность на свою сторону, грабители делают публичное обращение, с помощью одной из заложниц, Моники Гастамбиде: «all of us in perfect health and well cared of. There are no victims or wounded. We're all dressed alike and it's impossible to tell us from the robbers, so any attempts of assault could cost the lives». Им также разрешают записать видеообращение своим родным, чтобы они не волновались.

Чтобы понять, как лингвокультурный типаж «Робин Гуд» реализуется в сериале, целесообразным будет использовать модель А.О Дмитриевой. Начнем с «паспорта» лингвокультурного типажа. Итак, герои-грабители сериала «Бумажный дом» отличаются криминальным прошлым (все, кроме Профессора) и низким происхождением, что и побудило их преступить закон. На момент начала сериала в команде всего 2 девушки, остальные мужчины. Никто из героев не состоит в браке. Почти всем героям за 35, за исключением Рио.

**Речевые характеристики.** Речь грабителей разнообразна. Например, Профессор — человек образованный, единственный в команде без криминального прошлого, отличается вежливостью, спокойствием, в его речи не так много сленга. Например, во время переговоров с инспектором, отвечающим за ограбление, Профессор ведет себя непринужденно, естественно, будто это обычная светская беседа. Он вежливо осведомляется о состоянии раненых офицеров («How are your mates doing?») и рад слышать, что они идут на поправку. Узнав, что их разговор не конфиденциален, Профессор представляется по правилам этикета: «In that case, I think I should say hello and introduce myself», «It's nice to meet you», «I regret I can't tell you my name, but you can call me Professor, everybody calls me so». Пытаясь сбить инспектора с толку, Профессор задает ей неудобные вопросы: «What are you wearing?» Он утверждает, что одежда многое может сказать о людях: «our clothes say a lot about our personality». Коллеги Ракель Мурильо рассматривают это как издевку, но женщина не теряется и отвечает на этот вопрос, после чего сразу переходит к делу, и просит освободить детей: «release those children from the school, they're minors». Она понимает, что с этим человеком нужно быть на чеку и не дать его провокационным вопросам отвлечь ее от главной цели – освобождения заложников.

Когда грабители производят захват, естественно, их требования отличаются краткостью и точностью: «I said get out of the fucking car!», «Open the lorry, do you hear me?», угрозами: «sit down. Now calm down, three of you, otherwise, a blow with the rifle», «you will drive with a gun in your kidneys», условиями: «if you obey, I guarantee you'll be left

alive». При описании грабителями полиции в их речи присутствует пассивный залог: «the public servants are well taken care of». Во время захвата полицейской машины, Токио с сарказмом отзывается о системе защиты в Италии: «In Spain, anything guarded by two police cars is something heavily protected». Действительно, стоит только грабителям прервать связь по рации, вся система охраны рушится.

Ценностные характеристики. Рассмотрим, как Профессор, организатор данного мероприятия видит предстоящее ограбление. Во время первичного инструктажа он заканчивает ознакомление героев с планом так: «We're not stealing anybody's money, because they'll even think we're nice. It's vital we have the public opinion on our side. We're going to be fucking heroes of all those people. But very careful, because the moment there is a single drop of blood, this is very important, if there's a single victim, we'll stop being Robin Hoods and we'll simply become sons of a bitch». Так, подчеркиваются благие намерения Профессора, как бы желание убить одновременно двух зайцев – и разбогатеть, прославиться, и стать национальными героями, впервые в истории «гуманными» грабителями.

Примечательной оказывается речь грабителей по отношению к деньгам. Когда печатные станки запущены, Найроби ликует: «this is the nicest part, we're going to work. Joy, party and excitement. Oh my goodness! This is wonderful, man! We're making our own dough, people!» Когда Денвер и Москва входят в хранилище с деньгами, Денвер первым делом прыгает в них, купается в них, говорит, что они пахнут лучше жаренного ягненка: «this smells fucking great. It smells better than roast lamb». Очевидно, грабители одержимы деньгами, это – их главная цель, а вовсе не помощь людям, как у классического Робин Гуда. Они лишь эксплуатируют его образ для достижения цели.

Однако, для самого Профессора вся эта операция является сопротивлением, и в этом для него главная цель. При подготовке ограбления, во время разговора с Берлином наедине, он произносит такую реплику: «We're the Resistance, aren't we?». Далее голосом кадром разъясняет: The Professor's whole life revolved around just one idea: Resistance». Его дедушка, который участвовал в сопротивлении фашистскому режиму в Италии, научил его одной песне: «Bella, ciao». Именно она стала символом сопротивления в Италии, даже после свержения фашизма. Идея сопротивления объединяет Робин Гуда и Профессора. Хотя последний и собирается оставить награбленные деньги себе, сам акт ограбления служит протестом привилегированным классам общества и самой системе управления Италии.

Итак, в сериале «Бумажный дом» лингвокультурный типаж Робин Гуд претерпевает некоторые изменения. Так, основной целью грабителей является личная выгода, слава, а народ лишь является способом получения желаемого. Безусловно, грабители хорошо относились к своим заложникам, предоставляли им необходимую еду и медикаменты, но также эксплуатировали их для успешности операции. Все грабители выходцы из бедных семей, имеют специальные костюмы и их личности скрыты под маской, что сближает их с Робин Гудом. В сериале фигурирует мотив сопротивления, что является важной чертой характера Робин Гуда. Это показывает, что независимо от эпохи, в людях всегда будет присутствовать желание восстановить несправедливость, достичь классового равенства.

#### Литература и источники

1. Карасик, В. И. Языковые ключи. М., 2009 405 с.
2. Дмитриева, О. А. Лингвокультурные типы России и Франции XIX В. - Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2007. - 307 с.
3. Зарецкая, А.Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе. Автореф. дисс. канд. филол. наук. Челябинск, 2010. 22 с.

4. Рыжков, А. Г. Вербальное и визуальное в кинодискурсе // Когнитивный подход к изучению языковых явлений: Материалы науч. конф. молодых ученых факультета романо-германской филологии. Калининград, 2000. С. 96–102.
5. Белова, А. А., Черкес, В. П. Образ Робина Гуда в истории и культуре Англии

#### Электронные ресурсы

1. Полит. ру, электронный ресурс [https://polit.ru/article/2013/11/16/ps\\_hood/](https://polit.ru/article/2013/11/16/ps_hood/)

*Научный руководитель – доцент кафедры романо-германской филологии, канд. филол. наук Коломиец С.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 811.111

### ГЕНЕРАЛИЗАЦИЯ КАК ТИП СЕМАНТИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ

*Солопова А. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[alenkei62@gmail.com](mailto:alenkei62@gmail.com)

**Аннотация.** В лингвистике семантика является одной из важнейших исследовательских областей. Данная статья ставит целью рассмотрение и изучение генерализации как особого типа семантического изменения значения общественно-политической лексики. В настоящей статье объясняются такие понятия, как семантика и политическая лингвистика. На основе примеров общественно-политической лексики рассмотрен один из самых распространенных типов семантических изменений, именуемый расширением. Анализ данного пласта лексики показал, что именно генерализация (расширение) является доминирующим типом изменения значений лексических единиц этой сферы. Предпринята попытка выявить причины, обусловившие данное явление.

**Ключевые слова:** семантика, семасиология, значение слова, генерализация, общественно-политическая лексика, политическая лингвистика

### GENERALIZATION AS THE TYPE OF SEMANTIC CHANGES OF SOCIO-POLITICAL VOCABULARY

*Solopova A. A.*

Kemerovo State University

[alenkei62@gmail.com](mailto:alenkei62@gmail.com)

**Summary.** In linguistics, semantics is one of the most important areas of research. This article aims to examine and study generalisation as a special type of semantic change in the meaning of socio-political vocabulary. The present article explains such concepts as semantics and political linguistics. On the basis of examples of socio-political vocabulary, one of the most common types of semantic change, called extension, is examined. The analysis of this layer of vocabulary has shown that generalization (extension) is the dominant type of changes in the meaning of lexical units of this sphere. An attempt has been made to identify the causes behind this phenomenon.

**Key words:** semantics, semasiology, word meaning, generalisation, socio-political vocabulary, political linguistics

В современной лингвистике ученые уделяют особое внимание семантике слов. Семасиология привлекла исследователей сравнительно недавно, потому как появилась необходимость в изучении значения слов, понятий. Данная тема достаточно актуальна в наши дни. В своих трудах Г.Б. Антрушина говорит о том, что лингвистическая наука в настоящее время пока не может дать четкое определение значению слов, однако, сама функция слова как единицы коммуникации становится возможной благодаря тому, что оно имеет это значение [Антрушина, 2001, с. 129]. Таким образом, среди различных характеристик слова значение является наиболее важным.

Как определяет А.А. Миронова, «семасиология - это раздел языкознания, изучающий лексические значения слов и выражений и изменения их значений» [Миронова, 2021, с. 5]. Базовым объектом данной науки является лексическое значение слова. Соответственно, семасиология – более широкое понятие семантики. Семантика – это значения и смыслы, вкладываемые в тот или иной язык.

Нужно отметить, что предпосылки к появлению данной науки появились еще в древнейшие времена. Так создавались глоссы, переводы непонятных и незнакомых слов или выражений. Впервые их использовали греки при изучении Гомера, чтобы понять значение того или иного слова.

Большой вклад в развитие языкознания внес Мишель Бреаль, французский лингвист и филолог. В XX веке он разработал совершенно новую по тем временам науку - семантику. В основу этой науки легло объяснение исторических изменений лексических значений слов. «В концепции М. Бреаля семантика – это наука о значениях: ее область изучения распространяется далеко за рамками лексического уровня, то есть им не ограничивается» [Сирота, 2014, с. 91]. Филолог отдалился от сравнительных методов исследований, потому что считал язык организацией значений. Он рассматривал и изучал последовательные изменения смыслов, не пытаясь объяснить происхождение языка.

В целом, сущность семантического изменения слов состоит в том, что наименование одного денотата можно соотнести с другим, если их концепты схожи, при этом исходное слово будет существовать и употребляться в речи [Арнольд, 1986, с. 62]. Результатами такого процесса являются: а) развитие значения, при этом старое и новое значения сосуществуют; б) полное изменение значения, новое значение вытесняет старое.

Рассмотрим один из наиболее частотных типов семантических изменений, такой как генерализация, то есть расширение, на основе общественно-политической лексики. Для этого нужно понять, что такое политическая лингвистика, активно изучающая этот пласт лексики.

Политическая лингвистика появилась в России сравнительно недавно, на стыке политологии и лингвистики, учитывая особенности психологии, этнологии и социологии. Политическая коммуникация не только передает информацию от адресанта к адресату, но также и влияет на мышление человека и оказывает эмоциональное воздействие, выстраивая и преобразуя политические взгляды собеседника [Чудинов, 2006, с. 5-6].

Использование общественно-политической лексики зависит от ряда факторов, например, исторических событий, потому что политический строй в мире меняется с течением времени, и многие понятия уходят из речи и из жизни человечества. Так, слово “plebiscite”, возникшее в Древнем Риме, и означавшее «постановление, принятое на собраниях низшего сословия свободных жителей Рима», на данный момент практически не употребляется, потому что такой вид голосования не проводится. В 21 веке проводят референдумы, но не плебисциты. В свою очередь, само слово «референдум» претерпело расширение значения. Согласно этимологическому словарю, оно появилось в 1847 году и означало «представление вопроса избирателям в целом». В Oxford Student’s Dictionary of Current English 1983 года референдум – это вынесение политического вопроса на прямое голосование электората [Oxford Student’s Dictionary of Current English, 1983, с. 532], а в современной политике – голосование, в ходе которого всех жителей страны или региона просят высказать свое мнение по важному политическому или социальному вопросу, или

принять решение по нему [Cambridge Dictionary]. И таких примеров расширения значения множество.

Рассматривая одно из самых часто употребляемых в политической сфере слов, такое как «кандидат», можно обнаружить, что изменение значения кардинально изменило его содержание. В Древнем Риме кандидатами называли людей, одетых в белую мантию. Из этого значения возникает модифицированный смысл «претендент на должность в белой мантии», потому что римляне носили белые мантии, когда выставляли свою кандидатуру. В последствие, кандидатом будут называть претендента на должность на какой-либо пост.

Как указано в современном Cambridge Dictionary, системой проведения тайного голосования называют “ballot” [Cambridge Dictionary]. Это слово появилось в XVI веке, и им обозначали «маленькие шары для голосования». Отсюда и фраза «бросил черный шар», означающая «проголосовал против» [Online Etymology Dictionary]. Еще в Венеции граждане во время голосования использовали черные и белые шары, где белый – за, а черный цвет – против. Значение расширилось от «шаров» до «голосования». Заглянув в «Конституционное и административное право» можно увидеть, что именно в значении «голосования» используется это слово:

*At a ballot at the beginning of each session, 20 names are drawn out of the hat by the Deputy Speaker. – При голосовании в начале каждой сессии заместитель спикера вытаскивает из шляпы 20 фамилий* [Hogan, Greer, 1990].

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что исследования изменений значений тематически связанных лексических единиц могут выявить не только их доминирующий на определенном этапе тип, но и внести вклад в изучение специфики определенной лингвокультуры.

#### Литература и источники

1. Антрушина, Г.Б., Афанасьева, О.В., Морозова, Н. Н. Лексикология английского языка: уч. Пособие для студентов. – 3-е изд., стереотип. – М.: Дрофа, 2001. – 288 с.
2. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка: Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Высш. шк., 1986. — 295 с., ил. — На англ. яз.
3. Миронова, А. А. Семантика и семасиология в современной научной парадигме: учебно-практическое пособие / А. А. Миронова; Южно-Уральский государственный гуманитарно педагогический университет. – [Челябинск]: Южно Уральский научный центр РАО, 2021. – 96 с.
4. Сирота, Е. Роль французской семантической школы в развитии современной лингвистики. - Государственный университет имени Алеку Руссо, Бельцы, 2014.
5. Чудинов, А.П. Политическая лингвистика: учеб. пособие. М., 2006.
6. Constitutional and Administrative Law in a Nutshell. Hogan, Greer. London: Sweet & Maxwell Ltd, 1990.
7. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс].—Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/> (дата обращения: 20.12.2022).
8. Online Etymology Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.etymonline.com/> (дата обращения: 21.12.2022).
9. Oxford Student’s Dictionary Of Current English: A.S. Hornby, Special edition for USSR, Moskow Prosveshcheniye Publishers 1983. - 769 p.

*Научный руководитель – канд.филол.наук, доцент кафедры романо-германской филологии Ермолаева Е.Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В ПРЕДВЫБОРНОЙ  
КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ  
КАМПАНИИ 2021 Г.)

*Тюликова Д. Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Tyulikova00@mail.ru](mailto:Tyulikova00@mail.ru)

**Аннотация.** Настоящая работа посвящена вопросам коммуникативной организации предвыборного политического дискурса. Материалом исследования являются видеоролики различных политических партий, функционирующие во время избирательной кампании 2021 года. Используются элементы контекстуального, лингвостилистического, риторического анализа, метод компонентного анализа. Описываются результаты сопоставительного анализа коммуникативных приемов в предвыборной политической коммуникации. Проведённое исследование позволяет выделить доминирующие речевые стратегии, используемые в предвыборной политической коммуникации. Результаты анализа иллюстрируют, что авторы предвыборных текстов на стадии ихподготовки определяются с коммуникативными стратегиями, которые во многом формируют направление речевого поведения для достижения конкретной коммуникативной цели.

**Ключевые слова:** политическая лингвистика, политический дискурс, предвыборная речь, речевое поведение, коммуникативные стратегии и тактики.

SPEECH STRATEGIES AND TACTICS IN THE PRE-ELECTION  
COMMUNICATION SITUATION  
(on the material of the 2021 election campaign)

*Tyulikova D. E.*

FGBOU VO "Kemerovo State University"

[Tyulikova00@mail.ru](mailto:Tyulikova00@mail.ru)

**Annotation.** The present work is devoted to the issues of the communicative organization of pre-election political discourse. The research material is videos of various political parties operating during the 2021 election campaign. The elements of contextual, linguistic, stylistic, rhetorical analysis, the method of component analysis are used. The results of a comparative analysis of communicative techniques in pre-election political communication are described. The conducted research makes it possible to identify the dominant speech strategies used in pre-election political communication. The results of the analysis illustrate that the authors of election texts at the stage of their preparation are determined with communicative strategies that largely form the direction of speech behavior to achieve a specific communicative goal.

**Keywords:** political linguistics, political discourse, election speech, speech behavior, communicative strategies and tactics.

Главная функция политической коммуникации, по мнению Чудинова А.П., заключается в «борьбе за политическую власть на основе использования коммуникативной деятельности: политическая коммуникация призвана оказать прямое или косвенное влияние на распределение власти (путем выборов, назначений, создания общественного мнения и др.) и ее использование (принятие законов, издание указов, постановлений и др.)» [Чудинов, 2006, с.6].

В лингвистике предвыборная кампания рассматривается как многоступенчатое коммуникативное событие, происходящее между субъектом (политиком) и объектом (избирателями) [Степанова, 2009, с. 482].

В.З. Демьянков трактовал понятие политический дискурс следующим образом: «общественное предназначение политического дискурса сводится к тому, чтобы внушить адресатам, которые являются гражданами определенного государства, необходимость «политически правильных» действий и/или оценок, т.к. это выгодно тем, кто стоит у власти либо стремится к ней» [Демьянков, 2012, с. 38]. Исходя из этой трактовки, мы можем сделать вывод, что для политического дискурса свойственен высокий уровень манипулятивности сознанием избирателей.

Основное действие, которое политики осуществляют посредством своего коммуникативного воздействия, – побуждение избирателей отдать голос за того или иного кандидата, партию, блок и т.д. Поэтому одна из наиболее распространенных в предвыборной агитации стратегий – манипулятивная стратегия. Её суть заключается в том, что с помощью «совокупности приемов скрытого психологического воздействия, внушаются какие-либо идеи, изменяется мнение людей по отношению к явлениям действительности» [Кара-Мурза, 2019, с. 54].

Манипулятивная стратегия реализуется определённым набором речевых тактик. Представим ядерные из них:

1. **Тактика признания существующей проблемы:** «*В стране кризис, растут цены, падает уровень жизни, становится все меньше свободы. У властей нет плана действий, они забыли о проблемах людей*» (Яблоко); «*В подъездах грязь и сырость. Счета за коммунальные платежи составляют половину дохода семьи*», «*Счета растут, пока доходы падают. Управляющие компании грабят народ, при том, что качество коммунальных услуг ниже некуда.*» (ЛДПР)
2. **Тактика единения с народом:** «*вместе мы сможем ее добиться!*» (Справедливая Россия – за правду); «*действовать должны мы с вами*», «*Останется ли у нас свобода*», «*Вместе мы можем дать России надежду*» (Яблоко), «*но за что мы платим*» (ЛДПР), «*мы уничтожим самих себя*», «*наше будущее*», «*Какой мир мы оставим в наследство нашим детям*», «*наш мир*» (Зеленая альтернатива), «*образ будущего нашей страны*», «*в каком государстве мы хотим жить*» (КПРФ).
3. **Тактика использования слов-усилителей:**

Партия «Коммунисты России»: использование обращения «*товарищ*»; «*по-ленински*», «*по-брежневски*».

«Единая Россия»: название партии повторяется в ролике 4 раза.

Партия «Родина»: в ролике 5 раз повторяется фраза «*Партия родина*»;

«Партия свободы и справедливости»: повторяется фраза «*свобода и справедливость*» 2 раза (в начале и в конце видео).

«Партия пенсионеров»: «*“против всех” – номер 14, “партия пенсионеров”*». *Против всех – значит за партию пенсионеров*»;

ЛДПР: фраза «*голосуй за ЛДПР*» повторяется в ролике 2 раза.

«Зеленая альтернатива»: название партии повторяется в ролике 3 раза, фраза «*сделай экологичный выбор*» повторяется 2 раза.

«Партия роста»: «*много сладких слов*», «*сладкая вата больших ожиданий*», «*сладкая жвачка*».

4. **Тактика манипулирования номинациями** (заключается в выборе слова, имеющего определенную коннотацию, с помощью которого можно создать нужный образ объекта) [Белая, 2020, с.43]: «*грязь и сырость*», «*грабят народ*», «*качество коммунальных услуг ниже некуда*» (ЛДПР); «*выгонять с работы*» («Партия свободы и справедливости»); «*обещают нам сладкую жизнь*», «*действуют по указке*» («Партия пенсионеров»); «*мзду не берем, нам за*

*державу обидно» («Родина»); «Прижмем олигархов», «принудиловки» («Коммунисты России»).*

Каждая партия, в той или иной степени, манипулирует сознанием избирателей, посредством различных тактик, которые сочетаются таким образом, что позволяет предоставить информацию с той точки зрения, которая выгодна конкретной партии.

Еще одной часто используемой в предвыборной агитации стратегией является аргументативная.

Существует три основных типа аргументативной стратегии:

- *рациональная (то есть логическая) аргументативная стратегия*, которая предполагает приведение аргументов, подтверждающих правильность какого-либо тезиса, ссылки на цитаты экспертов в определенных областях [Шадаева, 2020];
- *эмоциональная аргументативная стратегия*, побуждающая адресата поверить адресанту без критического осмысления полученной информации. Повышение эффективности убеждения возможно посредством использования тактического приема апелляции к эмоциям и чувствам, моральным и нравственным ценностям, взглядам и убеждениям, предпочтениям конкретных реципиентов. Для этого политики могут применять художественные средства выразительности, оказывающие влияние не только на разум, но и на чувства, добавляя при этом языку экспрессивности. Риторические вопросы представляют собой еще один способ эмоционального выражения утверждения или непрямого побуждения к действию [Демьянков, 2012, с.34];
- *смешанная аргументативная стратегия*, использующая как рациональный, так и эмоциональный способы воздействия.

Представим речевые тактики, которыми реализуется аргументативная стратегия в проанализированном материале:

1. **Тактика иллюстрирования:** *“Единая Россия” - это материнский капитал на первого ребенка...», “Единая Россия” - это забота, поддержка и защита» (повторяется 2 раза), “Единая Россия” - это 450 000 рублей многодетным семьям...» («Единая Россия»); «Россия – богатейшая страна мира, ее ресурсы должны работать на благо каждого гражданина», «Национализация природных ресурсов и стратегических отраслей экономики – важнейший шаг к процветанию России» (КПРФ); «Справедливый базовый доход – это десять тысяч рублей каждому гражданину от государства ежемесячно...» («Справедливая Россия»). «Все управляющие компании преимущественно зарегистрированы в Москве» («Новые люди»).*
2. **Тактика указания на перспективу:** *«цены в магазинах не будут меняться годами», «отменим пенсионную реформу», «рабочие места будут у россиян», «предателей во власти не будет» («Партия Родина»); «вернем прежний пенсионный возраст», «введем справедливый базовый доход для всех россиян», «Каждой маме – по зарплате» («Справедливая Россия»); «списать долги за ЖКХ пенсионерам, бедным, родителям одиночкам», «Национализировать компании, которые завышают тарифы, существенно снизить тарифы на ЖКХ, увеличить количество льгот населению» (ЛДПР).*
3. **Тактика контрастивного анализа:** *«С одной стороны – опасная болезнь и вакцинироваться надо, с другой стороны: а какое право власти имеют выгонять с работы людей, здоровье которых они не проверили?» («Партия свободы и справедливости»); «вы будете решать начнутся ли перемены или сохранится застой? Останется ли у нас свобода или появятся новые запреты?» («Яблоко»); «Пусть наш мир будет красивым и зеленым, пусть жить в нем будет комфортно и безопасно для здоровья!», «в каком мире мы*

*хотим жить? Где нечем дышать от выхлопов? Или в мире, где уничтожают леса и реки?» («Зеленая альтернатива»).*

Проведённый анализ показал, что партии используют стратегию аргументации для того, чтобы их позиция выглядела более весомой в глазах избирателей. Активно используется эмоциональная аргументация, так как повышение эффективности убеждения возможно посредством использования тактического приема апелляции к эмоциям и чувствам, моральным и нравственным ценностям, взглядам и убеждениям, предпочтениям конкретных реципиентов.

В результате проведения практического исследования речевых стратегий и тактик в агитационных видеоматериалах можно сделать вывод о том, что манипулятивная стратегия используется с целью воздействовать на избирателей на эмоциональном уровне и побудить их отдать голос определенной партии. Политические партии прибегают к ней наиболее активно. Аргументативная стратегия воздействует на избирателей как эмоционально, так и рационально. Тактики иллюстрирования и указания на перспективу в совокупности используются более активно, нежели тактика контрастивного анализа. Для достижения результата каждая партия в своих агитационных роликах использует тактики разных стратегий.

#### **Литература и источники**

1. Белая, А. Н. Манипулятивная стратегия и тактики ее реализации на примере ток-шоу «60 минут» / научная статья, журнал «наука в мегаполисе», № 7(23) / Москва, 2020, 15 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43826045> (дата обращения: 23.11.2021).
2. Демьянков, В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / В.З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. – М.: ИНИОН РАН, 2012. – № 3. – С. 32 – 43.
3. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М.: Эксмо; Алгоритм, 2019. – 528 с.
4. Степанова, М. М. Лексические особенности предвыборного дискурса США / М. М. Степанова / Активные процессы в различных типах дискурсов: политический, медийный, рекламный дискурсы и интернет-коммуникация. Материалы международной конференции 19-21 июня 2009 года. – М. – Ярославль: Ремдер, 2009. – С. 482-486
5. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика: / учеб. пособие / А.П. Чудинов. — Москва: Флинта: Наука, 2006. — 256 с.
6. Шадаева, Л. И. Стратегии аргументации А. Линкольна / Л.И. Шадаева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.buk.irk.ru/library/sbornik\\_06/shadaeva.doc](http://www.buk.irk.ru/library/sbornik_06/shadaeva.doc) (дата обращения: 25.10.2021).

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент кафедры русского языка и литературы Новгородова Е. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ПРИЕМЫ ВЕРБАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ В  
РУССКОЯЗЫЧНОМ И АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА  
МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ В. СОЛОВЬЕВА И Г. БЭКА)**

*Тюшина В. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** В статье затрагивается ряд тем: подробный анализ отношений между языковыми единицами и лингвокультурной спецификой их употребления в выступлениях политических вездущих России и США. Отличительной чертой политического дискурса является использование адресантом вербальных и невербальных приемов для достижения поставленной цели, имеющей суггестивный характер воплощения. В ходе работы рассматривается специфика политического дискурса, анализируются вербальные манипулятивные приемы американского и русского телеведущих. Материалом исследования послужили устные речи телеведущих из выпусков политических ток-шоу в США и России. Коммуниканты схожи по личностным характеристикам (возраст) и видам профессиональной деятельности, при этом идеологические установки и мировоззрение различаются.

**Ключевые слова:** манипулятивные стратегии, манипулятивные тактики, речевое воздействие, вербальная коммуникация, политический дискурс, прагматический аспект.

**MANIPULATIVE STRATEGIES OF VERBAL SPEECH IN THE RUSSIAN AND  
AMERICAN POLITICAL DISCOURSE (BASED ON PUBLIC SPEECHES OF  
V.SOLOVIEV AND G.BECK)**

*Tyushina V. V.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** The article touches upon a number of topics: a detailed analysis of the relations between linguistic units and linguistic and cultural specifics of their use in oral speeches of political leaders in The Russian Federation and the The United States of America. A distinctive feature of political discourse is the use by the addressee of verbal and non-verbal techniques to achieve the set goal, which has a suggestive nature of embodiment. In the course of research, the specifics of political discourse are considered, the verbal manipulative techniques of American and Russian TV presenters are analyzed. The communicants are similar in personal characteristics (age) and types of professional activity, while ideological attitudes and worldviews differ.

**Key words:** manipulative strategies, manipulative tactics, speech influence, verbal communication, political discourse, pragmatic aspect.

Речевая стратегия определяет выбор языковых единиц, синтаксических конструкций в политическом дискурсе. Представители различных лингвокультур разнятся в своих целях и вербальных способах их реализации. Манипулятивное воздействие может быть осуществлено посредством реализации основных и вспомогательных стратегий, индивидуальных для каждой лингвокультуры. Вследствие этого политический дискурс, отраженный в речи политических деятелей, оказывает огромное влияние на общественное сознание, на изменение идеологических установок аудитории и др.

Целью данной статьи является выявление возможностей речевого воздействия на массовую культуру и анализ языковых единиц, употребляемых телеведущими политических программ в России и США.

По мнению Е. И. Шейгал, политический дискурс выполняет множество функций, главной из которых является контроль ментальных установок и поведения электората. Такая функция осуществляется при помощи использования речевых стратегий, тактик и коммуникативных ходов [Шейгал, 2000, с. 130].

В.М. Верещагин считает, что сам факт существования политического дискурса связан с экстралингвистическими факторами и напрямую зависит от них [Верещагин, 1980, с. 320].

Речевое манипулирование – «открытое проникновение» в сознание человека, то есть удобный в использовании завуалированный языковой инструмент с возможностью влияния на мировоззрение человека. П.Б. Паршин предположил, что существует некий «защитный барьер», «результат взаимодействия коммуникантов которого зависит от надежности этого барьера и стойкости адресата, с одной стороны, и от эффективности инструмента, воздействующего на защитный барьер, с другой» [Паршин, 2010]. Исследователь описывает методы, с помощью которых можно «разрушить» такой барьер, оказывая прямое или скрытое влияние на адресата (грубая сила, обман, нахождение уязвимых мест, подкуп, открытое проникновение). Адресат выстраивает определенную точку зрения о какой-либо ситуации следующим образом: он убежден в том, что все его решения были приняты самостоятельно, без оказания прямого или непрямого воздействия на его сознание.

Теоретической базой исследования послужили систематизированные типологии коммуникативных стратегий и тактик в политическом дискурсе, представленные О. С. Иссерс и О. Л. Михалевой. Языковые средства искажения информации, описанные Ю.И. Левиным, были использованы в качестве реализации «коммуникативного хода» в рамках одной тактики. Материал для анализа был отобран методом сплошной выборки из публичных речей политических комментаторов Владимира Соловьева и Гленна Бэка. Общее количество видеороликов – 20 единиц продолжительностью 15-20 минут каждый. Представим в качестве примера полученные результаты.

В обращении В. Соловьева к оппозиционному лидеру А. Навальному часто применяется стратегия дискредитации, например: *Ты был чиновничком в Кировской губернии, в отличие от тебя я тяжело работал.* Конкретная цель подразумевает использование подходящей тактики, в данном случае тактики «на понижение», то есть упрека оппонента. Проявляется посредством реализация речевого приема сравнения, а также употреблением слов с уменьшительно-ласкательными суффиксами, изначально имеющими положительные свойства, но в данном случае В. Соловьев изменяет эти свойства в негативную сторону, используя иронию в качестве коммуникативного хода. Он противопоставляет свой политический образ имиджу А. Навального, при этом ведущий предстает в более положительном свете.

Тактика обвинения воплощается посредством интенсификационного преобразования через прием сравнения: *Я не воровал лес, я не брал деньги неизвестно от кого; Я много зарабатываю, а ты вор.* Целевая установка в данном случае – подчеркнуть собственное достоинство и обличить на этом фоне оппонента (стратегия дискредитации). «Для себя это игра на повышение, т.е. преувеличение своих достоинств; для «чужих» это игра на понижение – т.е. очернение, преувеличение чужих недостатков» [Иссерс, 2008, с. 131].

Аннулирующее преобразование в рамках стратегии дискредитации регулярно используется в русском политическом дискурсе и как коммуникативный ход соотносится с тактикой на понижение: из контекста исключаются «невыгодные» для адресанта события. Примером может послужить фраза В. Соловьева по отношению к А. Навальному: *Ты проиграл почти все суды, которые только были возможны.* Рассмотрев ситуацию подробнее, можно сделать вывод о том, что при помощи речевого приема генерализации телеведущий исключает факты о том, что А. Навальный выиграл уголовные дела «Кировлеса» и «Ив Роше», где Европейский суд по правам человека вынес решение в его пользу.

Разговорный максимализм как средство аннулирующего преобразования выражается в вербальном несогласии ведущего с мнением сторонников консервативного строя: *...что бы не происходило на территории США, ни у кого не вызывает сомнений, что все равно система капиталистическая, со всеми причиндалами «псевдодемократии, которые существуют там, ничего не случится.* Используя тактику на понижение, телеведущий подчеркивает, что его суждение истинное (*ни у кого не вызывает сомнений*), он обобщает мнение людей о данной идеологии и отрицает возможность проверки данного высказывания на предмет достоверности.

Обратимся к американскому политическому деятелю Г. Бэку, чьи высказывания были выбраны для сопоставительного анализа.

Тактика на понижение реализуется при помощи вопросительных конструкций, гиперболизированных средств выразительности: эпитеты, сравнения: *making, freaking out – I find it amazing that those people (люди, поддерживающие политику Х. Клинтон) are freaking out and yet they were the ones mocking and ridiculing us eight years ago and saying: what are you worried about?; Well, now they're saying it (несогласие с тем, что Д. Трамп пришел к власти).* При помощи приема сопоставления, Г. Бэк косвенным образом выдвигает обвинение в адрес аудитории, оценивающей политику Д. Трампа в негативном ключе.

Речь Г. Бэка, как и речь В. Соловьева, наполнена оценочными суждениями, включающими аннулирующее преобразование: *She was the all-time worst candidate of all time. I haven't seen anybody recognized that she was a bad candidate.* Из образа ситуации исключается факт того, что в истории американских предвыборных кампаний существовали кандидаты с похожим или более спорным политическим опытом, чем у Х. Клинтон.

Наиболее часто встречающейся стратегией в американском политическом дискурсе является вспомогательная прагматическая, реализующаяся тактикой на повышение, где цель телеведущего – перевести внимание аудитории или гостя программы на другой аспект обсуждаемого предмета (фингирующее преобразование): *It's not about changing your opinion, it's about how he views the role of the government, sort of an interesting idea.* Повтор языковой единицы «about» в отрицательном и положительном значении демонстрирует градацию важности от предыдущего обсуждаемого объекта к последующему.

В рамках риторических стратегий используется тактика театральности: политический деятель регулярно применяет в устной речи аналогии, связанные с иудейскими понятиями, с целью создания авторитета, опираясь на который для телеведущего предоставляется возможность сформировать морально-нравственные представления аудитории. Например, упоминания таких понятий как *Tora, Mousey и Бог*: *...you know, what they're learning in the Torah portions; ...it is the story of Moses saying...; Let God hear us speak.*

Таким образом, говоря о специфических лингвокультурологических чертах, следует отметить следующие проявления манипулятивного воздействия в русском политическом дискурсе:

1. Наиболее представлены следующие тактики, реализующие стратегию «анализ минус»: обвинения, оскорбления, упрека, и стратегии театральности – побуждения и иронизирования.

2. Преобладают стратегии с множественной целевой установкой, соответственно, несколько тактик могут быть реализованы одновременно: вспомогательная риторическая и прагматическая стратегии в совокупности с доминирующей стратегией дискредитации.

В американском политическом дискурсе стратегии и тактики речевого манипулирования проявляются в следующем:

1. Основная стратегия дискредитации американским телеведущим используется реже. Преимущественно выделяются вспомогательная риторическая стратегия, привлекающая внимание аудитории в сторону значимых для адресанта событий, и прагматическая стратегия, в рамках которой акцент ставится на самопрезентацию личности и эмоциональное влияние на аудиторию.

2. Стратегии манипулирования несут в себе однонаправленную целевую установку и реализуются с помощью следующих тактик: отвод критики, информирование или побуждение.

В ходе исследования были выявлены языковые единицы и конструкции, служащие инструментом осуществления целей коммуниканта и оказания речевого воздействия на лингвокультурное сообщество. Проводя сопоставительный анализ речей В. Соловьева и Г. Бэка, можно сделать следующие выводы и выделить схожие лингвокультурологические черты: наиболее употребительной стратегией в политическом дискурсе является стратегия дискредитации; речевые тактики манипулирования реализуются на разных уровнях языка: семантическом, лексическом, синтаксическом; используются схожие речевые средства выразительности, способствующие осуществлению когнитивных целенаправленных операций – в политическом дискурсе речевое манипулирование выступает основным приемом коммуникации. Отмечается употребление единиц, преобладающих и в других типах дискурса: религиозном и журналистском.

#### Литература и источники

1. Верещагин, Е. М. Лингвострановедческая теория слова / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. М: Рус. яз., 1980. – 286 с.
2. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. Изд. 5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
3. Кибрик, А. А., Паршин, П. Б. Дискурс / Энциклопедия "Кругосвет" [Электронный ресурс], 2010. URL: [https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/lingvistika/RECHEVOE\\_VOZDESTVIE.html](https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/RECHEVOE_VOZDESTVIE.html) (дата обращения: 28.02.2023).
4. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса: Монография / Е. И Шейгал. Волгоград: Перемена, 2000. – 367 с.
5. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=VC24IAwI5n4>
6. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7tpAoOIqKPw&t=146s>

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

УДК 81`42:[614.253.8:002.1-028.25]

#### КАРТА СТАЦИОНАРНОГО БОЛЬНОГО: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

*Урбан Ч. П.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Chinarik.kkk@mail.ru](mailto:Chinarik.kkk@mail.ru)

**Аннотация.** В работе рассмотрено понятие карты стационарного больного как жанра медицинского дискурса. Актуальность исследования обусловлена изучением медицинской коммуникации, в части анализа медицинского документного текста, значимостью взаимодействия между субъектами социума в сфере медицинского дискурса.

В статье анализируются структурно семантические – особенности карты стационарного больного. В результате лингвистического анализа был описан документный текст, выделены языковые особенности документного текста стационарной карты. Описание материала позволяет определить характерные черты медицинского документного текста.

**Ключевые слова:** медицинский дискурс, медицинский текст, медицинский документ, документный текст, карта стационарного больного.

## INPATIENT PATIENT CARD: STRUCTURAL AND SEMANTIC FEATURES

*Urban. Ch. P.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет

[Chinarik.kkk@mail.ru](mailto:Chinarik.kkk@mail.ru)

**Annotation.** The paper considers the concept of an inpatient patient card as a genre of medical discourse. The relevance of the research is due to the study of medical communication, in terms of the analysis of medical documentary text, the significance of interaction between the subjects of society in the field of medical discourse. The article analyzes the structural and semantic features of the inpatient patient's card. As a result of linguistic analysis, the document text was described, the linguistic features of the document text of the stationary map were highlighted. The description of the material allows you to determine the characteristic features of a medical document text.

**Keywords:** medical discourse, medical text, medical document, documentary text, inpatient patient card.

Если рассматривать развитие медицины с точки зрения лингвистического аспекта, – развитие и успешное функционирование медицинской дискурсивной практики, то встаёт вопрос о возможности коммуникативного взаимодействия между субъектами социума в сфере медицинского дискурса. Медицинский дискурс как объект лингвистической исследования, предполагает изучение медицинской коммуникации в разных формах её проявления. В частности, актуальным представляется изучение медицинской коммуникации в части анализа медицинского документного текста определённого жанра. Кроме того, этот аспект в настоящее время привлекает внимание лингвистов в связи с междисциплинарностью современной научной парадигмы, изучением документных текстов разных видов (в частности, медицинского текста). Настоящее исследование представляет собой описание структурного - семантических особенностей карты стационарного больного.

В лингвистическом энциклопедическом словаре дается следующее определение текста – «объединенная смысловой связью последовательность знаковых единиц, основными свойствами которой являются связностью и цельность» [Николаева, 1978, с. 467], то есть текст - любое фиксированное законченное сообщение.

Описывая документные тексты С.П. Кушнерук отмечает, что это не просто последовательность знаковых единиц, в нём есть иные значения: «Документный текст – это функционально, содержательно, структурно и нормативно завершённое речевое единство, являющееся основным коммуникативным компонентом документа, скрепленное модальностью, являющейся производной от функционально-нормативных условий документной коммуникации и соответствующее унифицирующим или стандартизирующим правилам.» [Кушнерук. 2007, с. 48]. Обратимся к медицинскому

документу. Медицинская документация – это совокупность документов-носителей медико-статистической информации о состоянии здоровья отдельных лиц, различных групп населения об объёме, содержании и качестве медицинской помощи и деятельности медицинских учреждений [Петровский. 1983, с. 694]. Такой тип документов предполагает разнообразие текстовых жанров: рецепт, справка, карта амбулаторного больного, карта стационарного больного т.д., в них производится основная письменная медицинская коммуникация, которая является частью институционального медицинского дискурса.

Карта стационарного больного – медицинский документ, который составляется в стационаре на каждого поступающего независимо от цели поступления и срока нахождения в стационаре [Покровский, 1991-96 гг.]. Она предназначена для записи наблюдений за состоянием больного в течение всего периода пребывания в лечебно-профилактическом учреждении.

Структура карты стационарного больного делится на две главные части, по аналогии с амбулаторной картой титульный лист текста состоит из чётких, регламентированных компонентов.

Титульный лист имеет три части: в верхней части титульного листа находятся код формы по ОКУД (Общероссийский классификатор управленческой документации, принятой в России) и код учреждения по ОКПО (Общероссийского классификатора предприятий и организаций), сложность течения заболевания пациента, УКЛ (уровень качества лечения), показания: роста, веса, артериального давления, отметка об обязательном страховании, номер полиса и добровольное страхование.

Вторая часть содержит номер медицинской карты и информацию о пребывании в стационаре: дата и время поступления / выписки пациента, отделение в котором помещён больной, номер палаты, дата, когда больному переведён в отделение, количество койко-дней, вид транспортировки, группа крови, резус принадлежность, побочные действия лекарств. Третья часть титульного листа состоит из информации о самом пациенте:

1. Ф.И.О
2. Пол
3. Дата рождения (возраст)
4. Постоянное место жительства, номер телефона и паспортные данные
5. Место работы и профессии
6. Кем направлен больной
7. Вид госпитализации
8. Диагноз направившего учреждения
9. Диагноз при поступлении
10. Диагноз клинический и дата его установления
11. Диагноз заключительный: отмечают основной диагноз его осложнения и сопутствующие диагнозы
12. Госпитализирован в данном году по поводу данного заболевания, указывается количество госпитализаций
13. Во всех документах данный пункт пропускается;
14. Обозначаются другие виды лечения: 1 специальное лечение; 2 Паллиативное; 3 симптоматическое лечение
15. Отметки о выдаче листка нетрудоспособности
16. Исход заболевания
17. Трудоспособность
18. Для поступивших по экспертизе – заключение
19. Особенности отметки

Второй компонент карты – основной, в него входит первичный осмотр пациента и специализированные записи – дневник терапевта.

Первичный осмотр пациента заполняется один раз, такой тип записи состоит из нескольких подпунктов соматического анализа, объектного осмотра, диагноза, назначения консультации, обследования, лечения, рекомендации. Первичный осмотр присутствует в единственном экземпляре у каждого пациента, большую часть записей составляет дневник терапевта, запись в дневнике ведётся ежедневно, врач указывает жалобы, объектный осмотр, результаты исследований, диагноз, рекомендации врача, указание даты и время обследования. Если сравнить с амбулаторной картой, схожим жанром медицинского документа, каждая отдельная карта стационарного больного имеет под собой определённого «автора».

Медицинский текст (карта стационарного больного) является поликодовым, так как имеет как вербальные, так и невербальные компоненты текста. «Совершенно очевидно, – пишет С. П. Кушнерук – «что основными средствами создания документных текстов являются слова естественного языка» [Кушнерук, 2007, с. 55]. По мнению исследователя, языковых средств недостаточно для ведения документного текста, поэтому он, так же, ссылается на необходимость использования невербальных средств, которые усиливают коммуникативные качества документа «Иллюстративные качества невербальных средств, по сути, реализуют возможность представления данных в нескольких формах, невербальные единицы дублируют представление всех данных документа или какой-то его части. Невербальные средства могут либо дополнять те данные, которые представлены вербальными средствами, либо дублировать их, либо иллюстрировать.» [Кушнерук, 2007, с.55].

Приведём пример записи в стационарной карте.

**«Жалобы:** В самочувствии положительная динамика: уменьшилось головокружение, мелькание мушек перед глазами, головные боли по интенсивности, беспокоят реже, сохраняется шаткость при ходьбе, уменьшились боли в шейном, поясничном отделах позвоночника, уменьшилось онемение руки ног, судороги в ногах не беспокоят, уменьшилась тревожность, АД в пределах

Лечение получает в полном объёме, переносит хорошо

**Объективный осмотр:**

Частота дыхания х ЧСС: х

АД D: х

Общее состояние удовлетворительное. Сознание ясное. Дыхание через нос свободное, кожные покровы телесного цвета, чистые. Отеки отсутствуют. Видимые слизистые обычного цвета и влажности. Дыхание везикулярное, по всемолям, хрипов нет. Тоны сердца ясные, ритмичные. Язык чистый, влажный. Живот мягкий, безболезненный. Печень не увеличена. С-м поколачивания отрицательные. Мочеиспускание не нарушено. Стул не нарушен. В позе Ромберга устойчива. ПНП выполняет удовлетворительно.

**Диагнозы:** Окончательный ХИМ 2ст, вестибулопатии, кохлеарный с-м, диплопия (ишемич. нейропатия? Отводящ нерва слева) Сопутствующий: гипертоническая болезнь 3 ст., риск 4, частично контролируемая. Стеноз ВСА справа х %- х%, слева х%-х%. Дорсопатия ШОП.ПОП, хр рецид течение, См цервикалгии, люмбалягии справа, субкомпенсация. ДОО правого т\б сустава 2ст. Полинейропатия н\конечностей

**Рекомендации:** Лечение по листу назначений

### Невербальные компоненты.

К основным невербальным средствам карты стационарного больного относятся таблицы, в которых зафиксированы результаты анализов пациента в виде цифровых обозначений, единицы измерения: математические: сантиметры (см), миллиметры (мм), килограмм (кг) физические единицы измерения: жидкая унция (fl), ммоль\л, г\л и.т.д. Использование пунктирного разделения, поскольку все тексты являются печатными, записи лечащего врача находятся на одной странице и нуждаются в разграничении».

### Вербальные компоненты.

Для медицинских текстов характерно использование профессиональной лексики: латинских и греческих терминов, название лекарственных средств, аббревиации, не профессиональные сокращения, типовые конструкции (клише), и.т.д. Сокращения (Аббревиатуры)

- АД – артериальное давление;
- ПОП – поясничный отдел позвоночника;
- ШОП – шейный отдел позвоночника;
- ЧСС – частота сердечных сокращений;
- ОАК – общий анализ крови;
- СОЭ – скорость оседания эритроцитов;

#### 1. Латинские и греческие термины

В медицинских текстах данная терминология является основной в обозначении заболеваний и лекарственных препаратов, и названия человеческих органов. Как правило, в русской медицинской практике их применяют переведёнными на русский язык, потому встретить латинские или греческие обозначения в их оригинальном виде практически невозможно, в контексте изучаемых нами текстов. Например, приведём несколько часто встречающихся терминов:

- *Холестерин* от др.-греч. «Жёлчь» + «твёрдый»
- *Дорсопатия* – от лат. «dorsum» - и греч. «Patos» - Болезнь, обозначающая заболевания костно-мышечной системы и соединительной ткани.
- *Гипертония* – от др.-греч. «Перенапряжённый»
- *Тромбоциты* – от греческого *trombos*, "сгусток" и *citos*, "клетка"

Помимо профессиональной лексики для описания заболевания используются различные языковые номинации. Языковые номинации, используемые в медицинских текстах, приведём самые распространённые из них:

#### 2. Использование прилагательных (с указанием на качество)

- живот **мягкий**;
- грудная клетка **симметричная, нормостеническая**;
- кожные покровы телесного цвета, **чистые**;
- дыхание через нос **свободное**.
- Печень **не увеличена**
- Сознание **ясное**

#### 3. Категория цвета

- кожные покровы **телесного цвета, чистые**;
- видимые слизистые **обычного цвета** и влажности.

Проведённый анализ позволяет сделать вывод о том, что карта стационарного больного как медицинский текст имеет определённую структуризацию, которая выражается с помощью членения текста осмотра на различные пункты: описание жалоб,

общего состояния пациента, составления диагноза и рекомендаций. Помимо структуры на принадлежность этого текста к медицинскому документу указывает профессиональная лексика (термины, название лекарственных средств и заболеваний) с семантической точки зрения в тексте используются узкий круг языковых номинаций с указанием на качество субъекта.

#### Литература и источники

1. Бутакова Л., О., Янкелевич Н., П. Восприятие современного русскоязычного документа медицинского дискурса // теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. -8(1). 2013. – С.30-45.
2. Ромашова, О. В. Жанрово-стилевая специфика медицинского документа [на материале карты стационарного больного] // мир науки, культуры, образования вып. -5(48). 2014. – С. 127-130.
3. Кушнерук, С. П. Документная лингвистика учебное пособие для студентов документоведческих, экономико-правовых и филологических специальностей. 2007. С 48
4. Николаева, Т. Н. Краткий словарь терминов лингвистики // М.: Новое в зарубежной лингвистике. 1978. – С 467.
5. Петровский, Б. В. Энциклопедический словарь медицинских терминов: в 3-х томах. // под редакцией Б. В. Петровского, 2019.
6. Малая медицинская энциклопедия/под редакцией В. И. Покровской. М.; советская энциклопедия. 1991.

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

УДК 81'272

#### ФЕНОМЕН «DOUBLESPEAK» В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ

*Хвостикова А. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** В данной статье рассматривается такое языковое явление как «doublespeak», определение которому дал американский лингвист Уильям Латц, а также его место в речевом портрете. Автор подробно рассматривает этимологию и значение термина «doublespeak», его русскоязычные синонимы. Затем описывается место данного феномена в речевом портрете личности. Далее представлен анализ «Whiskey speech», как хрестоматийного примера использования такого приема как «doublespeak».

**Ключевые слова:** doublespeak, демагогия, двусмысленность, лицемерие, манипулирование, речевой портрет.

#### THE PHENOMENON OF "DOUBLESPEAK" IN ENGLISH-LANGUAGE DISCOURSE

*Khvostikova A. S.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** This article discusses such linguistic phenomenon as "doublespeak", which was defined by the American linguist William Lutz, and its place in the speech portrait. The author starts by considering the etymology and meaning of the term "doublespeak" and its Russian synonyms. Then the place of this phenomenon in the speech portrait of a person is described. The paper presents the analysis of "Whiskey speech" as a paradigmatic example of the use of such technique as "doublespeak".

**Key words:** doublespeak, double-talk, demagoguery, ambiguity, hypocrisy, manipulation, speech portrait.

**Этимология и значение термина «doublespeak».** Уильям Латц – американский лингвист, автор эссе под названием «The World of Doublespeak», а также книги «Doublespeak» специализировавшийся и продвигавший идею о простом языке и избегании в нем двусмысленности дал определение этому языковому явлению. В понимании Латца «Doublespeak is language designed to evade responsibility, make the unpleasant appear pleasant, the unattractive appear attractive. Basically, it's language that pretends to communicate, but really doesn't. It is language designed to mislead, while pretending not to». («Double-speak- это язык, который заставляет плохое казаться хорошим, негативное - позитивным, неприятное - приятным или, по крайней мере, терпимым. Это язык, который скрывает истинную мысль и препятствует ее пониманию».) [William Lutz, 1996]

На основании определения термина «doublespeak» можно выделить несколько его синонимов в русском языке: демагогия, двусмысленность, лицемерие. Обратимся к определениям данных слов, представленных в словаре Ожегова.

1) ДЕМАГОГИЯ, -и, ж. 1. Основанное на намеренном извращении фактов воздействие на чувства, инстинкты малосознательной части масс. Пропагандистская д. 2. Рассуждения или требования, основанные на грубоодностороннем истолковании чего-н.

2) ДВУСМЫСЛЕННОСТЬ, -и, ж. 1. см. двусмысленный. 2. Двусмысленное (во 2 знач.) выражение, высказывание. Говорить двусмысленности.

3) ЛИЦЕМЕРИЕ, -я, ср. Поведение, прикрывающее неискренность, злонамеренность притворным чистосердечием, добродетелью. [Ожегов С. И., Шведова Н. Ю, 1997]

Термин «doublespeak» намного шире, чем может показаться на первый взгляд. Он включает в себя множество других явлений и приемов, предназначенных для сокрытия истины.

Кроме того, «doublespeak» является распространённой стратегией манипулирования, основанной на имплицитных свойствах английского дискурса. Манипулирование – скрытое воздействие, вынуждающее собеседника каким-либо образом реагировать, но делать это неосознанно или же вопреки собственному желанию и мнению. [Радюк, 2013]. Так как одним из синонимов «doublespeak» является «демагогия», связь с манипулированием понятна. И манипулирование, и демагогия служат для введения в заблуждение, для воздействия на сознание человека, убеждения в чем-то, с чем человек изначально не был согласен. Они используются как в совокупности, так и по отдельности.

**Double-speak в речевом портрете.** Само явление «double-speak» является характерной чертой культуры некоторых стран. Кроме того оно является одним из признаков речевого и коммуникативного поведения носителей английского языка. «Считается, что главное различие между носителями двух диалектических вариантов английского языка – британским и американским – состоит в том, что для представителей

британской культуры наиболее характерны иносказание (*circumlocution*), парафраза, расплывчатые смыслы (*ambiguity*), двусмысленность (*double meaning*), уклончивые речи (особенно когда человек говорит одно, а думает другое, противоположное) (*double talk*), эвфемизация, сдержанная оценка, недосказанность и недоговоренность (*understatement*), а также их более узкая разновидность – мейосис, ирония, сарказм». [Красных, Изотов, 2005]

В современном культуроведении считается, что, в отличие от носителей британского варианта английского языка, для американских носителей, характерным является прямое выражение мыслей. Это обусловлено требованиями общения, сложившимся в данной культуре, где открытость, прямолинейность и честность в процессе коммуникации ценятся более высоко. С другой стороны, именно носителям американской разновидности исследователи приписывают демагогические, пышные туманные речи; двойной стандарт (в оценках и т.п.), пустые или демагогические высказывания (*doublespeak*).

Однако, в данной работе рассматриваются частные случаи употребления «*doublespeak*», когда его использование не обусловлено национальной культурой говорящего, а носит целенаправленный и сознательный характер. В этом случае «*doublespeak*» является частью речевого портрета человека, т.е. к его употреблению прибегают регулярно, преследуя определенные цели. Таким образом привычка употреблять в своей речи «*doublespeak*» становится частью личности человека.

**«Whiskey speech» как хрестоматийный пример использования «doublespeak».**  
«Whiskey speech»- одна из самых хитроумных речей в истории американской политики, произнесённая в апреле 1952 года молодым законодателем из Миссисипи по имени Ноа С. «Согги» Суэт-младший.

В Палате представителей обсуждался вопрос о том, следует ли окончательно отменить «Сухой закон», когда Суэт (впоследствии судья окружного суда и профессор колледжа) решил продемонстрировать свое умение выражаться двусмысленно. Поводом послужил банкет в старом отеле «Кинг Эдвард» в Джексоне.

Несмотря на то, что выступление Суэта принято называть пародией (анг. *lampoon*), этимология этого слова (от французского *lampons* - «давайте выпьем») может оказаться предвзятой. В любом случае, данная речь является пародией на политический «*doublespeak*» и искусным приемом использования лестных для аудитории коннотаций.

Классическим приемом, лежащим в основе речи, является «*distinctio*»: явное указание на различные значения слова. (Билл Клинтон использовал тот же прием, когда сказал *Grand Jury* (Большим жюри – «в США коллегия присяжных заседателей, которая определяет обоснованность и целесообразность предъявления кому-либо официальных обвинений».): «Это зависит от того, каково значение слова «есть»). Но если обычная цель «*distinctio*» - устранить двусмысленность, то намерением Суэта было использовать ее.

Его первоначальная характеристика виски, обращенная к «резвонникам» в толпе, содержит ряд дисфемизмов ((греч. *δυσφήμη* — «неблагоговение») – грубое или непристойное обозначение изначально нейтрального понятия с целью придания ему негативной смысловой нагрузки или просто для усиления экспрессивности речи) – неприятных и оскорбительных впечатлений о «демоническом напитке».

В следующем абзаце он направляет свой призыв к «пьяницам» из числа зрителей с помощью гораздо более приятного списка эвфемизмов. Для аргумента в пользу людей, выступающих против употребления алкоголя у Суэта есть контраргумент в поддержку так называемых «пьяниц».

Он использует пафос на протяжении всей своей речи, чтобы вызвать чувство доверия у аудитории. Для достижения этого пафоса в речи используются слова с положительной и отрицательной коннотацией, а также большое количество эпитетов и метафор. (Пример: «devil's brew, defiles innocence, tender care, contentment»). Он также использует эти слова для создания образов в сознании аудитории, что опять же служит вспомогательным средством для создания пафоса. (Пример: «puts the spring in the old gentleman's step on a frosty, crispy morning»).

Суэт использует большое количество слов, несущих высокую семантическую ценность, чтобы создать длинную речь, в которой используется больше слов, чем нужно. Это большое количество слов позволяет сделать высказывание как можно более расплывчатым. (Пример: « If you mean the evil drink that topples the Christian man and woman from the pinnacle of righteous, gracious living into the bottomless pit of degradation, and despair, and shame and helplessness, and hopelessness, then certainly I am against it»; «If you mean that drink, the sale of which pours into our treasuries untold millions of dollars, which are used to»).

Тон всей речи Суэта – решительный и уверенный, так как цель этого выступления – убедить людей в том, что все они правы, несмотря на их совершенно противоположные мнения. Суэт хотел, чтобы аудитория почувствовала, что он точно знает, о чем говорит. Для этого он использовал такие приемы как парцелляция и повтор. (Пример: «This is my stand. I will not retreat from it. I will not compromise»). И ему удалось достичь поставленной цели при этом не обидев ни одну из конфликтующих сторон.

Таким образом, Суэт занимает твердую позицию – по кардинально противоположным сторонам вопроса. Он знал, что независимо от того, какую позицию он займет, одна половина его аудитории будет на него обижена. Его задачей было угодить представителям противоположных мнений, для чего он и выбрал идеальный для этого прием – «doublespeak».

#### **Литература и источники**

1. Ожегов, С. И., Шведова, Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. — 4-е изд., М., 1997. — 944 с.
2. Радюк, А. В. Коммуникативные стратегии как способ манипулятивного речевого воздействия в английском деловом дискурсе // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2013. №4. Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. ó М.: МАКС Пресс, 2005. ó Вып. 31. ó 170 с. ISBN 5-317-01448-4
3. Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. ó М.: МАКС Пресс, 2005. ó Вып. 31. ó 170 с. ISBN 5-317-01448-4
4. William Lutz, The New Doublespeak: Why No One Knows What Anyone's Saying Anymore (New York: HarperCollins, 1996), p. 4.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц., зав. кафедрой романо-германской филологии Прохорова Л. П., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

# ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА (ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ)

УДК 811.111

## ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АВТОРСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЖЕНСКИХ ОБРАЗОВ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА ГИЛЛИАН ФЛИНН «ИСЧЕЗНУВШАЯ» “GONE GIRL”)

*Аношина Е. С.*

ФГБОУ ВО « Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Цель данной статьи – выявить гендерную специфику конструирования женских образов в творчестве Гиллиан Флинн. Актуальность исследования predetermined относительно новым подходом к анализу авторского дискурса с позиций гендерной лингвистики. Проанализированы лексические и синтаксические характеристики рассматриваемых приемов применительно к «женским» образам. Исследование доказывает тот факт, что языковые средства служат трансляцией и закреплением гендерных стереотипов, традиционно сложившихся в обществе и активно эксплицитно или имплицитно внедряющихся в коммуникацию. В работе изучаются мотивы выбора грамматических, лексических вариантов в зависимости от гендерных предпочтений автора-женщины. Эмпирическим материалом анализа послужил англоязычный роман современной американской писательницы Гиллиан Флинн “Gone girl” («Исчезнувшая»).

**Ключевые слова:** гендер, гендерные роли, фемининность, маскулинность, гендерные роли, гендерные стереотипы, женская языковая личность.

## GENDER FEATURES OF THE AUTHOR'S REPRESENTATION OF FEMALE IMAGES (BASED ON THE MATERIAL OF GILLIAN FLYNN'S NOVEL “GONE GIRL”)

*Anoshina E. S.*

Kemerovo State University

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

**Abstract.** The aim of this article is to identify the gender specifics of female characters in Gillian Flynn’s work. The relevance of the research is predetermined by a relatively new approach to the analysis of the author's discourse from the standpoint of gender linguistics. The lexical and syntactic characteristics of the considered devices in relation to female images are analyzed. The study proves the fact that language means serve as a translation and consolidation of gender stereotypes that have traditionally developed in society and are actively implicitly or explicitly introduced into communication. The empirical material of the analysis is the English-language novel by the modern American writer Gillian Flynn "Gone girl".

**Key words:** gender, gender roles, femininity, masculinity, gender roles, gender stereotypes, female language personality.

В конце XX века возникновение и развитие феминизма положило начало Women's studies, которые приобрели статус официального междисциплинарного научного направления и носят название «гендерные исследования». В этот период начали формироваться такие категории, как «гендер», «гендерное неравенство», «маскулинность», «феминность». Изначально ставившие своей целью избавление от дискриминации и признания за собой равных с мужской половиной населения прав в

общественной и культурной жизни, исследователи стали интересоваться вопросом отличий между мужчиной и женщиной. [Букина, 2013, с. 63]. Возникло понятие «гендер» - сложный социокультурный конструкт; различия в ролях, поведении между мужским и женским.

Гендерная лингвистика существует уже около пятидесяти лет, и за это время прошла «путь от признания гендера как аналитической категории, обозначающей половую роль, сформированную в процессе социализации, до интерпретации гендера как изменчивого социального конструкта, производимого в социальных структурах и воспроизводимого в рутинных взаимодействиях» [Здравомыслова, Темкина 2015, с. 23].

Термин гендер стал использоваться в литературоведении в конце XIX века. Исследования этого понятия отличались нерегулярностью, отсутствием корреляции с другими родственными науками и выбором отдельных несвязных между собой фактов для интерпретации [Кириллина 2004, с. 37-57]. Поэтому появилась оценочность в анализе мужского и женского гендеров: мужской род стал превозноситься над женским, ему стала приписываться семантика силы, энергии, активности, доминантности и непоколебимости. Женский гендер же стал ассоциироваться с пассивностью, слабостью, эмоциональностью, склонностью к подчинению, жертвенности.

Из-за влияния феминистской идеологии женские образы в современной англоязычной массовой литературе претерпевают значительные изменения: проявляют маскулинную агрессию, становятся активными и волевыми, являются исключительными фигурами в своем деле или функции, не подчиняются общественной морали. Феминистская идеология, в свою очередь, связана с процессами глобализации, которая предусматривает детрадиционализацию, в том числе и гендерных ролей. Авторы-женщины, описывая своего женского персонажа, часто комбинируют противоположные с точки зрения обыденного восприятия ценности, благодаря чему происходит усложнение образа лирического героя: создавая женский образ в своих произведениях, писательницы не опираются на стереотипы, традиционно сформированные в сознании социума, а создают образы главных героинь с нетипичными для женщин характеристиками. Мужские образы формируются таким образом, что становятся очевидны «черты нарочитой примитивизации лирического героя, односторонность его характеристик, вторичная роль в социальной иерархии» [Воробьева, 2015, с. 162-167].

Эмпирическим материалом анализа послужил англоязычный роман современной американской писательницы Гиллиан Флинн "Gone girl" («Исчезнувшая»). В данном произведении говорится не только о гендерной фрустрации, но и о социальных факторах, которые негативно влияют на женщину и делают ее намеренно злонамеренной, прибегающей к насильственным преступлениям, чтобы преодолеть свое разочарование из-за неравенства с мужчинами.

В роман Гиллиан Флинн "Исчезнувшая" говорится о любви, предательстве, убийстве и власти. В начале повествования жена Ника Данна – Эми – исчезает при странных обстоятельствах утром в пятую годовщину их свадьбы. Расследования полиции, которая находит дневник героини, приводят к подозрению в домашнем насилии, похищении и убийстве. Ник становится главным подозреваемым в этом нераскрытом деле из-за подозрений по признаку пола. Ему приходится искать различные зацепки, разгадывать загадки, которые оставила ему Эми, чтобы выяснить, что на самом деле с ней случилось. Позже выясняется, что героиня инсценировала свое исчезновение, чтобы подставить мужа с помощью ложных улик в отместку за его роман со студенткой Энди. Так, образ Эми Данн становится постфеминистским проявлением женщины, которая не хочет соответствовать предписанной женственности и вместо этого использует злобу и насилие, чтобы выразить свой гнев и ненависть.

Вербальный анализ дневника Эми Данн выявил следующие лексические и синтаксические особенности, формирующие сублимированные представления о том, какой должна быть женщина в данном социуме. Гиллиан Флинн, конструируя

современный женский типаж, рассматривает через призму дневника Эми семейные отношения, оказывающиеся самыми главными в системе ценностей женщин, и через восприятие исключительно главного героя – Ника Данна – мужа Эми.

Например, героиня размышляет о своем браке: *“I am fat with love! Husky with ardor! Morbidly obese with devotion! A happy, busy bumblebee of marital enthusiasm. I positively hum around him, fussing and fixing. I have become a strange thing. I have become a wife. I have become a wife, I have become a bore, I have been asked to forfeit my Independent Young Feminist card”* [Flynn, 2012, p. 41]. В данном примере автор использует анафорический повтор местоимения “I”, игру слов в выражении *“I am fat with love”*, параллельные конструкции и повтор предложений *“I have become a wife”*, создающий эффект градации для усиления эмоций персонажа. Таким образом, писательница описывает эмоции Эми – она счастлива от одной мысли о браке, о котором долгое время мечтала.

Гендерная специфика записей главной героини проявляется в характеристиках изображения повседневной жизни, смыслом существования которой является Ник, семейная жизнь, бытовые проблемы: *“I am an unconditionally loving woman whose greatest happiness is making my man happy.”* [Flynn, 2012, p. 141]

На первый взгляд может показаться, что брак для главной героини – это самое важное дело ее жизни, ведь *“I am an unconditionally loving woman whose greatest happiness is making my man happy.”*. Но Гиллиан Флинн намеренно создает образ «идеальной» Эми в роли жены, чтобы скрыть ее настоящее отношение к Нику: она знала о его изменах и хотела отомстить. Ее муж говорил о браке и о своей жене иначе: Эми изменилась с годами и стала другой женщиной: *“The Amy of today was abrasive enough to want to hurt, sometimes. I speak specifically of the Amy of today, who was only remotely like the woman I fell in love with. It had been an awful fairy-tale reverse transformation. Over just a few years, the old Amy, the girl of the big laugh and the easy ways, literally shed herself, a pile of skin and soul on the floor, and out stepped this new, brittle, bitter Amy. My wife was no longer my wife but a razor-wire knot daring me to unloop her, and I was not up to the job with my thick, numb, nervous fingers. When I’d hold up the bloody stumps, she’d sigh and turn to her secret mental notebook on which she tallied all my deficiencies, forever noting disappointments, frailties, shortcomings. My old Amy, damn, she was fun. She was funny. She made me laugh. She was not the thing she became, the thing I feared most: an angry woman. I was not good with angry women”* [Flynn, 2012, p. 51].

Данный пример иллюстрирует отношение Ника к Эми через стилистические и синтаксические приемы: **инверсия** (*The Amy of today*), **синтаксические повторы** (*old Amy, my old Amy*), **аллитерация** (*brittle, bitter Amy*), **метафоры** (*shed herself, a pile of skin and soul on the floor; my wife was no longer my wife but a razor-wire knot daring me to unloop her*), **эпитеты** (*thick, numb, nervous fingers; bloody stumps; secret mental notebook*). Таким образом, автор раскрывает образ Эми с иной стороны: для Ника она уже не та любящая забавная жена, а другой человек – жестокий, грубый и способный причинить боль.

По задумке Флинн образ женщины действительно должен нести в себе черты маскулинности: гнев, ненависть, стремление доминировать и подчинять. Поэтому автор обращает внимание читателя на дневник Эми, который в действительности был фальшивкой, где она описывала своего мужа, как тирана, способного на избиение и убийство: *“Something is horribly wrong with my husband. He shoved me. Hard. Two days ago, he shoved me... I don’t really know what to say about it I’ve never considered what I would do if my husband attacked me...It just seems so incredibly ludicrous: I am a battered wife...How much he wanted to shove me again. How hard it was not to. How he’s been looking at me since: guilt, and disgust at the guilt. Absolute disgust...I wanted a gun, just in case. In case things with Nick go really wrong.”* [Flynn, 2012, p. 193]

В этом примере автор делает акцент на том, что образ Эми в ее дневнике трактуется, как «жертва», страдающая от насилия мужа. **Парцелляция** (*He shoved me. Hard*), **параллельные конструкции** (*How much...; How hard*), **эпитеты** (*battered wife*),

**повторы** (*He shoved me... he shoved me; guilt, and disgust at the guilt. Absolute disgust; just in case. In case...*) описывают эмоциональное состояние Эми, которое запечатлевается в сознании читателей и создает ошибочный образ страдающей жертвы-жены.

На самом же деле этот образ героини-жертвы создается автором для контраста с образом Ника. После исчезновения Эми он понимает, что все события, связанные с пропажей жены и выставлением его как мужа-насильника – были ее задумкой и желанием отомстить. Героиня знала, что ее муж не любит ее (*Nick: I don't love my wife anymore*), что у него есть любовница, а это означало лишь одно – их браку в скором времени придет конец, чего Эми не хотела больше всего на свете: *“I won't divorce you, Nick. I won't. And I swear to you, if you try to leave, I will devote my life to making your life as awful as I can. And you know I can make it awful.”* [Flynn, 2012, p. 382]

Эми исчезает, инсценируя свою смерть, фабрикует улики для поиска следователями и оставляет записки-загадки своему мужу, чтобы общественность поверила, что он убийца. Эми хотела, чтобы Ник сам догадался, что все, что произошло – ее рук дело. В результате ему приходится участвовать в публичных конфликтах со СМИ, чтобы защитить себя и сохранить свои гендерные представления, предопределенные маскулинностью.

Пока проходило расследование, Эми скрывалась в доме своего бывшего парня Дези Коллинга. Наблюдая за Ником через телевизионные интервью, она понимает, что он усвоил урок и изменился к лучшему, поэтому главная героиня убивает Дези и использует стереотипную гендерную роль женщины в качестве жертвы, чтобы притвориться похищенной и изнасилованной.

После ее возвращения домой брак Даннов превращается в психологическую и стратегическую шахматную партию, в которой оба персонажи используют гендерные ожидания, чтобы бороться друг с другом: Ник пытается раскрыть правду, чтобы выставить ложь своей жены на всеобщее обозрение, в то время как Эми пытается помешать в этом. Ее цель – сохранить брак, поэтому она решает манипулировать Ником с помощью беременности: *“Nick: Amy was pregnant”* [Flynn, 2012, p. 399].

Таким образом, при создании женского образа в романе “Gone girl” писательница Гиллиан Флинн реализует женский взгляд относительно того, какой должна быть женщина, опираясь на гендерные стереотипы. В ходе анализа стилистических и синтаксических приемов мы выяснили, как создаются предполагаемые гендерные роли, неравенство и борьба за власть, а также определили гендерную особенность авторской репрезентации женского образа: из-за несоответствия гендерных ролей женским персонажам приписываются маскулинные черты: жестокость, ненависть, гнев, желание подчинять и манипулировать, благодаря чему героини используют насилие и сексизм в качестве феминистского инструмента для утверждения полного гендерного равенства.

#### Литература и источники

1. Букина, Е. И. Гендерные стереотипы в языке и дискурсе // Учен. зап. ЗабГГПУ – 2013. – № 2(49). – С. 61–65.
2. Воробьева, С. Ю. Дискурсивные маркеры феминной субъектности // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание / Волгоградский гос. ун-т. Волгоград. 2015. – №5(29). – С. 159 – 170.
3. Здравомыслова, Е. А., Тёмкина, А. А. 12 лекций по гендерной социологии: учебное пособие – СПб., – 2015. – 768 с.
4. Кирилина, А. В. Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации. – М.: РОССПЭН, – 2004. – 252 с.
5. Flynn G. Gone girl. New York. – 2012

Научный руководитель — канд. филол. наук, доц. кафедры романо-германской филологии Башкатова Ю. А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

**КРОССКУЛЬТУРНЫЙ АНАЛИЗ ФЕНОМЕНА «АМЕРИКАНСКОЙ МЕЧТЫ»  
В ПРОИЗВЕДЕНИИ ПИСАТЕЛЯ-ИММИГРАНТА**

*Астраханцева А. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Данная статья посвящена раскрытию проблематики темы «американской мечты», особенно популярной и как никогда актуальной в зарубежной литературе. Целью настоящей работы является выявление своеобразия проблемы «американской мечты» в связи со спецификой пересечения культур, используемой американскими писателями начала XXI века. Исследования были проведены на основе имеющихся научных работ известнейших отечественных филологов, философов и исследователей литературы. В ходе анализа использовались примеры для раскрытия обсуждаемой темы на материале романа Елены Ахтиорской «Паника в чемодане». Проведённая работа демонстрирует успешное изучение темы под разными углами понимания на основе литературоведческого понятия «кросскультура» и «мультикультурализм».

**Ключевые слова:** имагология, межкультурная коммуникация, иммигранты, американская мечта, пастизм, фьючеризм

**A CROSS-CULTURAL ANALYSIS OF THE "AMERICAN DREAM"  
PHENOMENON IN THE WORK OF AN IMMIGRANT WRITER**

*Astrakhantseva A. I.*

Kemerovo State University

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

**Abstract.** This article is devoted to the disclosure of "American dream" issue, especially popular and more relevant than ever in foreign literature. The purpose of this work is to identify the uniqueness of "American dream" issue in connection with the specifics of cross cultures that was used by American writers of the early XXI century. The research was carried out based on scientific work availability of the greatest philologists, philosophers, and researchers of literature. During the analysis examples were used to reveal the issue we are discussing on the material of the novel "Panic in a suitcase" by Elena Akhtiorskaya. The conducted work demonstrates the successful study of the issue from different angles on the base of the literary concept of "cross culture" and "multiculturalism".

**Key words:** intertextuality, American dream's collapse, allusion, plagiarism, references, quotations

Анализ культуры поведения и мыслей, восприятие образа других народов сейчас всё больше и чаще привлекает внимание исследователей в различных областях, особенно в культурологии и литературоведении. В особенности это проявляется в усугубляющемся на данный момент положении взаимоотношений между Востоком и Западом. Практически каждый хочет найти врага в других народах, находясь в таких условиях.

Познание одними народами других основано на диалоге культур. Этот процесс может быть выражен через непосредственное общение двух людей, столкновение культур в реальной жизни. Но часто такие встречи могут сопровождаться конфликтами и недопониманиями. Для формирования правильного представления об определённом народе, понимания их культур, традиций необходимо обращаться к книгам, достоверным источникам информации, позволяющим предотвратить превращение образа противоположного народа из друзей «отличающихся» во врагов. Литература является

воплощением истинных механизмов и принципов поведения и образа мыслей тех или иных народов. Именно по этой причине понятие «кросс-культурная коммуникация» проникло в литературный процесс и продолжает развиваться в данном научном знании по сей день.

Данный термин играет наиболее важную роль в сравнительной литературе. Подобное явление называется имагологией. Это гуманитарная дисциплина, возникшая в XX веке и занимающаяся «восприятием и воплощением в литературных произведениях представлений об иной стране, её народе, особенностях национального характера» [1, с. 11]. Являясь основой наблюдений и принципов, кросс-культурная коммуникация рассматривается в широком спектре литературных произведений.

Начало исследований в рассматриваемой нами области научного знания было положено Эдвардом Холлом в 1950-ых годах. Тогда же было введено само понятие кросс-культурной коммуникации. И понималось она как нечто общее между представителями двух и более отличных друг от друга человеческих культур. Сюда могли относить различные формы коммуникации (устная, письменная), массовой коммуникации, личные контакты. [2]

В литературных произведениях коммуникативный опыт авторов демонстрирует образ народа, в созданной для них среде. Также стоит отметить присущую произведениям важность оценочных суждений и наличие и объекта, и субъекта образа другого народа в литературных исследованиях. В результате появляется представление о системе норм, восприятии определённым народом своих традиций, которыми могут руководствоваться читатели других наций, культур.

Смежной с понятием «пересечения культур» является тема «американской мечты». Рассмотрим её подробнее: «Американская мечта», связанная с идеологией, объединяющей и поддерживающей общий дух всех американцев. Она воплощена в культуре, искусстве и конечно же в литературе американцев. В американской литературе это явление получило наибольшее распространение, и на данный момент оно является ведущим явлением на всех стадиях его развития. Интерпретаций данной темы существует множество: от стремления к индивидуальному успеху в традиционном смысле и вплоть до утопической веры в нечто нереальное, практически несбыточное. Стоит отметить, что во всех этих противоположных интерпретациях есть нечто общее. Америка — символ истинной свободы, воплощение рога изобилия для каждого человека, который мечтает о чём-либо заветном. В древние времена люди приезжали в Америку с целью обрести лучшую жизнь, что укоренилось в сознании практически каждого человека. Поэтому феномен «американской мечты» связан с личным идеалом, к которому стремится каждый, независимо от возраста, национальности и т. д. Ещё известный журналист Д.Фореман писал об американской мечте: «Если «американская мечта» будет только для американцев, то она останется только нашей мечтой и никогда не станет нашей судьбой» [4, с. 91].

Тема американской мечты как связующее звено между разными культурами, которое ярко показано в произведении Елены Ахтиорской «Паника в Чемодане». Рассматриваемое произведение примечательно тем, что написано писателем-иммигрантом и хорошо исполнено осознанием понятия «американская мечта». Е. Ахтиорская, родилась в Украине в 1985 года, и переехала с семьей на Брайтон-Бич в 1992 году. Сама Ахтиорская указывает на автобиографичность своего творчества. "Половина нашей семьи до сих пор в Одессе - мой дядя, тетя, мои родственники, которые очень близкие нам», — говорит Ахтиорская. «Мы их вспоминаем почти каждый день» [3].

Анализируемый роман повествует о жизни семейства Насмертовых на протяжении двух десятилетий. Их отличительной чертой является двойственность поведения и мышления. Большая часть семьи периодически размышляет об Америке, задаваясь вопросом о том, стоит ли им остаться на родине или переехать. Но на деле все их действия сводятся к прошлому и в их жизни мало что меняется.

Анализируя персонажей произведения, следует начать с понимания «Америки» членами семьи Насмертовых, для которых она является если не совсем раем, то страной, в которой можно жить хорошо. Важно подчеркнуть, что действие романа происходит сразу после развала СССР. «Американская мечта» в данной ситуации связана со стремлением обрести стабильный мир вокруг себя, со стремлением к элементарному бытовому комфорту, с надеждой на использование качественных социальных или медицинских услуг. Не просто так нам рисуется комичный момент с посещением двух друзей, Паши и Миши, в одной из закусок Нью-Йорка. Несмотря на разные позиции меню, на столе к ним «приехали гамбургеры, на гигантских тарелках разлеглись ломтики помидоров и лука, похожие на пластик. Здесь гамбургер — это своего рода символ Америки, в чью культуру Паша теперь приобщен. Проблема состоит в том, что Паша, вырос в Советском Союзе и он мало похож на «настоящего» американского гражданина. Что отражается в сцене, когда Паше не хватило умения должным образом справиться с гамбургером. Но он всё же избрал другой способ: “After he’d tried various strategies, the patty was chopped up into tiny pieces, which were chewed only on the left side of his mouth. Whenever the meat snuck over to the right, Pasha winced in pain.” [5, с. 38].

Анализируя второго героя, Мишу, нужно отметить, что он демонстрирует собой совершенно типичный путь человека, желающего достичь что-то в жизни. И видит он его в необходимости постоянного труда, продолжительного выполнения одной и той же, монотонной работы, причём с некими лишениями. Но как результат всё окупится, как он считает, он сможет подняться по социальной лестнице и обеспечить должное будущее детей. Таким образом Миша рисует картину своей жизни в Америке: “...sweat blood for two years, then fall into a respectable career with decent pay and a retirement plan, fueled by the hope that your progeny will have a better go of it...” [5, с. 25]. Однако не всегда Мише удается изобразить, что все гладко. Хоть он и старался жить успешной жизнью, все попытки приводили его к своего рода «несоответствиям и несовпадениям».

Важным аспектом, который стоит осветить в настоящей работе, является особое выстраивание повествования, построенное на бинарной оппозиции таких понятий как фьючеризм и пастизм на основе понимания термина «американская мечта». В анализируемом произведении они отражают стремление персонажей к будущему при том, что сами держатся за ценности и традиции прошлого.

Фьючеризм находится на границе со своего рода абсурдом. Это наблюдается в следующем: Насмертовы мечтали обладать собственным пентхаусом, но на деле же снимали крошечный уголок в старом разваливающемся доме, из которого сделали копию несовершенного идеала – «свой пентхаус». Они погрязли в преодолении безденежья, мечтая об улучшении их материального состояния. Отсюда следует, что все наивные ожидания Насмертовых рушатся о суровые реалии.

В сознании членов семьи Насмертовых постоянно всплывает образ оставшегося в Одессе поэта Паши. Насмертовы, вспоминая о нем, мечтающие утащить его в Новый Свет, не замечают, как сильно тоска по прошлой жизни перекрывает их стремления к чему-то новому, будущему.

Паша достаточно продолжительное время не может поддаться на уговоры родных о переезде в Нью-Йорк, не желая отпустить своё прошлое в угоду неясному будущему. Он не ладит с женщиной, но с мыслью, что оставит с ней сына и уедет в Америку. Хоть с женой он и в плохих отношениях, его это совершенно не подталкивает на переезд и какие-либо изменения в жизни, его даже пугает такая мысль. И он держится за то, что якобы не может оставить сына. Чемодан лежит у Паши под креслом, но он не успевает наполнить его чем-либо материальным, а лишь метафорически - паникой перед приближающимся путешествием. “He remembered the semi-lucid dream that had led to the breakthrough: He was in a canoe with no oars. He began to search for something to paddle with, up to this point a recurring dream, but this time he found under his seat a suitcase that crumbled to dust the moment he touched it.” [5, с. 79].

Ещё одна ситуация, связанная с приверженностью семейства к пастизму – это их невозможность поехать куда-либо. Они собирались съездить в Одессу по уговорам Фриды спустя целых пятнадцать лет проживания в Америке, но не могли себе этого позволить из-за финансовой несостоятельности. В этом прослеживается их стагнация. Насмертовы так и не смогли разбогатеть на своём труде, они не приблизились к «американской мечте».

Таким образом, термин «кросс-культурная коммуникация» был введён в сферу литературоведения, как один из ведущих при изучении произведений, включающих или берущих за основу их авторами культурные и межнациональные столкновения. В настоящее время собрано уже достаточно большое количество информации по рассматриваемой теме и это требует теоретического переосмысления некоторых научных теорий, базируясь на анализе практического материала, литературных произведений, как отражения идентичности определённой культуры, разности отличных культур.

#### **Литература и источники**

1. Михальская, Н. П. Образ России в английской художественной литературе 9-12 вв. [Текст] / Н. П. Михальская. – М.: МПГУ, 1995. С.11
2. Савенкова, А. Д. Понятие «Кросскультурная коммуникация» в литературоведении, 2013. С. 2
3. Interview with Elena Akhtiorskaya. Available at: <https://www.pri.org/node/69150/popout> (accessed: 30.07.2019)
4. Foreman J. The Pocket Book of Patriotism. Canada, 2005
5. Akhtiorskaya Y. Panic in a Suitcase. New York, Riverhead Books, 2014

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. кафедры романо-германской филологии Башкатова Ю.А, ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 811.111**

### **СЮЖЕТНО-ОБРАЗНЫЕ МАРКЕРЫ АВТОИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ СТИВЕНА КИНГА**

*Калашников М. Г.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[mikha.00029@mail.ru](mailto:mikha.00029@mail.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена анализу сюжетно-образных маркеров автоинтертекстуальности в романах Стивена Кинга. Автор сосредотачивает свое внимание на особенностях функционирования автоинтертекстуальных включений, основополагающих в концепции «мультивселенной» писателя. Сюжетно-образные маркеры автоинтертекстуальности в произведениях Стивена Кинга условно разделены на три группы: места, события и персонажи. На основании проведенного анализа практического материала делается вывод о роли автоинтертекстуальности в творчестве автора. Выявлено, что использование автоинтертекстуальных включений позволяет писателю не только выстроить связь между собственными произведениями, но и поместить их в одну мультивселенную, в которой существует своя временная линия со значимыми событиями, местами и персонажами.

**Ключевые слова:** интертекстуальность, автоинтертекстуальность, межтекстовые отношения, сюжет, образ, мультивселенная, Стивен Кинг.

## PLOT AND IMAGE MARKERS OF AUTOINTERTEXTUALITY IN THE WORKS BY STEPHEN KING

*Kalashnikov M. G.*

Kemerovo State University

[mikha.00029@mail.ru](mailto:mikha.00029@mail.ru)

**Annotation.** The article is devoted to the analysis of plot and image markers of autointertextuality in the novels by Stephen King. The author focuses his attention on the features of the functioning of auto-intertextual inclusions, essential in the concept of the "multiverse" of the writer. Plot and image markers of autointertextuality in the works by Stephen King are conventionally divided into three groups: places, events and characters. Based on the analysis of the practical material, a conclusion is made about the role of autointertextuality in the author's work. It is revealed that the use of autointertextual inclusions allows the writer not only to build a connection between his own works, but also to place them in one multiverse, in which there is its own timeline with significant events, places and characters.

**Key words:** intertextuality, autointertextuality, intertextual relations, plot, image, multiverse, Stephen King.

У понятия «интертекстуальность» нет одного четкого определения, и каждый литературовед видит в нем что-то свое. Однако почти все трактовки данного термина сходятся в нескольких аспектах. Таким образом, интертекст – это набор связей между текстами, которые выстраиваются в «диалог», позволяющий читателю шире видеть текст и в полной мере осмысливать задумку автора.

Тем не менее, диалог возможен не только между текстами разных авторов, но и между произведениями одного писателя, когда он обращается к собственным текстам. И в таком случае интертекстуальность в такой форме носит название «автоинтертекстуальность». Это один из способов создателя «вдохнуть жизнь» в уже законченные произведения, позволить им играть новыми красками в воображении читателя, расширяя смысловое поле текстов.

Миры внутри произведений Стивена Кинга входят в одну большую сеть, образуя особую «мультивселенную». Книги писателя связаны определенными местами, событиями и персонажами, которые могут быть вскользь упомянуты в диалогах разных произведений.

Все сюжетно-образные маркеры автоинтертекстуальности в произведениях Стивена Кинга можно условно разделить на три большие группы: места, события и персонажи.

Из наиболее малозначительных мест можно упомянуть прачечную, в которой работала мать главной героини из первого романа С. Кинга «Carrie». Повторно это место упоминается в романе «Roadwork» в первой главе книги:

*Momma worked on the speed ironer and folder down at the Blue Ribbon Laundry in Chamberlain Centre. She had worked there since Carrie was five, when the compensation and insurance that had resulted from her father's accident had begun to run out [King, 1974, c. 15].*

*“Well, I talked it over with my wife,” he said, “and she said go ahead. We had a very good year at the laundry. I work at the Blue Ribbon Laundry over in Western” [Bachman, 1981].*

Однако гораздо большее значение для мультивселенной Стивена Кинга имеют два вымышленных города в штате Мэн, которые являются местами действия сразу нескольких произведений, а также неоднократно упоминаются от книги к книге: Касл-Рок и Дерри.

Касл-Рок – вымышленный город, административный центр округа Касл. Он является основным местом действия следующих произведений: «The Dead Zone», «Cujo», «The Dark Half», «Needful Things», «Gerald's Game», «Bag of Bones», «The Body», «Rita Heyworth and Shawshank Redemption», «The Sun Dog», «It Grows on You», «Uncle Otto's Truck», «Mrs. Todd's Shortcut», «The Man in the Black Suit», «Premium Harmony».

Кроме того, Касл-Рок упоминается в тааких произведениях С. Кинга, как: «Graveyard Shift», «The Stand», «Nona», «Pet Sematary», «Gramma», «The Girl Who Loved Tom Gordon», «Riding the Bullet», «Under the Dome», «11/22/63», «Dr. Sleep», «Revival», «The Long Walk».

Другим местом, которое располагается севернее Касл-Рока и в котором происходят не менее странные события, является вымышленный городок Дерри. Он является местом действия следующих произведений автора: «It», «Insomnia», «Dreamcatcher».

Дерри упоминается в произведениях «The Running Man», «The Body», «Pet Sematary», «Uncle Otto's Truck», «Mrs. Todd's Shortcut», «Tommyknockers», «Misery», «Secret Window», «Secret Garden», «Needful Things», «Hearts in Atlantis», «Storm of the Century», «The Dark Tower», «Under the Dome», «Full Dark, No Stars», «11/22/63».

Стивен Кинг довольно редко использует реально существующие города для показа основных событий в своих произведениях, однако они выступают в роли географического фона для вымышленных городов, как бы намекая читателю на их примерное расположение на карте, а также вплетая собственный вымысел в картину реального мира. Автоинтертекстуальность в данном случае служит для создания атмосферы в произведениях и иллюзии реальности происходящего на страницах романов, позволяет С. Кингу обозначить границы созданного им мира.

Среди событий, которые упоминаются героями разных романов, можно выделить наводнение в Дерри, которое фигурирует в эпизоде романа «It», а также упоминается одним из героев в романе «Dreamcatcher»:

*There is an ancient and incredibly complex system of drains and sewers beneath Derry, a town which exists in what was once swampland shunned even by the Micmac Indians who lived all around it. Most of the sewersystem was built in the thirties, with New Deal money, and most of it will collapse in 1985, during the big storm that will flood the town and destroy the Derry Standpipe [King, 2001, c. 367].*

Данное событие дополняет картину мира мультивселенной Стивена Кинга, позволяет вписать события романа «Dreamcatcher» во временную линию внутри произведений. Ведь роман «It» был написан гораздо раньше, однако события в нем происходят позже, и так как Дерри является общим местом действия для обоих романов, писатель с помощью упоминания одного и того же события связывает два произведения, делая их частью одного целого.

В категории персонажей есть немаловажный герой цикла «Темной башни», который появился на страницах книг задолго до написания основного текста. Это черепаха Матурин, которая впервые появилась в финале первой части романа «It» и оказала большое влияние на победу главных героев. Более подробно Стивен Кинг рассказывает о ней в заключительных частях «Темной башни», а именно в «The Song of Susannah», описывает ее место в устройстве мира, а также основные ее черты характера. В романе «It» у нее скорее роль «второго плана», лишь помощник, а также инструмент для описания мироустройства в этой книге. Она упоминает, как создала этот мир, а также рассказывает о слабостях своего «брата», главного антагониста романа.

Следующий немаловажный персонаж мультивселенной Стивена Кинга, который появляется в нескольких произведениях, это Алый Король, или Рам Аббала. Это, поистине, фундаментальное, inferнальное существо, которое является воплощением всего зла во всех мирах. Он является полной противоположностью Гану – Бога-создателя во вселенной «Темной башни», который постоянно пытается выбраться из своего заточения и повелевает ордами злых сил, подобно библейскому дьяволу. Кроме того, именно ему подчиняется Рэндалл Флэгг, а также он повелевает измерением страшных созданий, из которого на Землю прибыло Оно из романа «It». Также Алый Король упоминается в романах «Insomnia», «Hearts in Atlantis», «Black House».

Еще один важный для мультивселенной писателя персонаж – Рэндалл Флэгг – «кочует» от произведения к произведению автора и является слугой Алого Короля. Его

настоящее имя – Уолтер Падик. Это могущественный колдун, практически бессмертен и в некоторой степени демон. Он известен под многими именами (Человек в черном, Уолтер Падик, Незнакомец-вне-времени, Ричард Фаннин, Уолтер О’Дим, Уолтер Крайнего мира, Уолтер Ходжи, Легион, Темный Человек, Расселл Фарадей), однако почти все его имена сводятся к аббревиатуре «R. F». Данный персонаж появляется, по меньшей мере, в двух произведениях, которые не входят в цикл «Темная башня»: «The Stand» и «The Eyes of the Dragon». В «The Stand» он появляется впервые и является главным антагонистом. Второе его появление было в «The Eyes of the Dragon», где он также стал основным противником главных героев.

Немаловажным образом, который прослеживается от романа к роману автора, можно считать паука. Всегда в произведениях Стивена Кинга – это что-то плохое, знак бедствия или даже форма страха. Например, в романе «It» паук – это наиболее приближенный образ настоящего облика космического существа, которое является главным антагонистом книги. В «The Eyes of the Dragon» Флэгг готовит отравляющее блюдо именно из раздавленного паука, разговаривая с ним и упрашивая отдать свой яд во благо его корыстных планов. И даже в цикле «Темная башня» данный образ находит свое отражение в одной из альтернативных версий внешности Мордред Дискайна – сына Роланда, Алого Короля, Сюзанны и Мии, между которыми он может трансформироваться. Связь дурного образа паука в произведениях Стивена Кинга может быть объяснена не только неприязнью писателя к данным животным, но и в сюжетном плане. Пауки во вселенной Стивена Кинга – вестники Алого Короля, они выражают его волю и во многом схожи с ним в плане намерений, характера и роли в сюжете.

Продолжая анализ влияния Алого Короля на мультивселенную, которую создал Стивен Кинг в своих произведениях, можно заметить, как мастерски писатель расширяет сюжет уже написанных книг с помощью образов, возникающих в его последующих работах и отсылающих нас к его предыдущим романам. Ярким примером такого явления может служить отсылка из финала романа «Insomnia» (1994 г.) к «Pet Sematary» (1983 г.).

По сюжету, главный герой романа «Insomnia», Ральф Робертс, страдает от бессонницы и по мере развития событий он начинает испытывать что-то в роде галлюцинаций: пожилой человек видит ауры людей, а также «трех маленький лысых докторов», которые приходят перед смертью людей и воруют у них какую-либо вещь. В финале произведения Ральф попадает в логово этих докторов и находит там маленький башмачок с инициалами Гейджа Крида – маленького сына главного героя романа «Pet Sematary», трагически погибшего в ходе событий книги:

*“The sneaker of a little boy named Gage Creed, run down by a speeding tanker-truck on Route 15 in Ludlow”* [King, 1994, с. 414].

С помощью этой детали писатель расширяет сюжет собственного претекста: показывает, что смерть мальчика была совсем не случайной, а была спланирована Алым Королем, чьими слугами и являлись «три лысые доктора». Этот же факт дает читателю новую пищу для размышления, связывая две книги воедино. Возникает вопрос: для чего это было нужно воплощению зла? Возможно, это дает читателю намек на то, что вендиго, чей дух является главным антагонистом в сюжете «Pet Sematary», может быть очередным приспешником Алого Короля, который помогает своему господину сеять хаос в очередном параллельном мире.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что использование одних и тех же персонажей в различных произведениях автора выполняет несколько функций. С одной стороны, это «оживляет» истории персонажей предыдущих произведений, дает им продолжение и показывает, что с окончанием сюжета одной книги эти люди не прекращают существовать, как будто они совсем не вымышленные. С другой стороны, этот прием расширяет сюжет произведений, встраивая персонажей в одну систему, и иногда позволяет читателю шире взглянуть на события, происходящие на страницах романов.

Таким образом, мы рассмотрели основные географические, образные и сюжетные переплетения произведений Стивена Кинга и можем сделать вывод, что с помощью средств автоинтертекстуальности писатель расширяет собственную мультивселенную, проводит больше параллелей между своими произведениями и дает читателю гораздо больше пищи для размышления, чем находится на страницах одного произведения.

#### Литература и источники

1. Bachman, R. Roadwork / R. Bachman. – New York: Signet, 1981. URL: <https://libcat.ru/knigi/fantastika-i-fjentezi/uzhasy-i-mistika/296791-2-stephen-king-roadwork.html#text>
2. King, S. Carrie / S. King. – Doubleday, 1974.
3. King, S. Dreamcatcher / S. King. – Scribner, 2001.
4. King, S. Insomnia / S. King. – Viking, 1994.
5. King, S. It / S. King. – Viking, 1986.
6. King, S. Pet Sematary / S. King. – Doubleday, 1983.
7. King, S. The Dark Tower VI: The Song of Susannah / S. King. – Grant, 2004.
8. King, S. The Dark Tower VII: The Dark Tower / S. King. – Grant, 2004.
9. King, S. The Eyes of the Dragon / S. King. – Viking, 1984.
10. King, S. The Stand / S. King. – Doubleday, 1978.

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

**УДК 81'38**

### РЕАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИИ КОМИЧЕСКОГО В РЕЧЕВОМ ПОВЕДЕНИИ ПЕРСОНАЖЕЙ РОМАНА Л. М. МОНТГОМЕРИ “ANNE OF GREEN GABLES”

*Лугодина М. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[m.lugodina@yandex.ru](mailto:m.lugodina@yandex.ru)

**Аннотация.** В данном исследовании рассматривается категория комического, различные подходы к определению комического и классификации его видов, а также связь комических элементов и речевого поведения в художественном произведении. Основываясь на анализе романа “Anne of Green Gables”, приводятся примеры того, как и зачем приемы комического используются в литературном произведении. На лексическом уровне в комических ситуациях можно отметить обилие метафор, идиом и широкий спектр регистров речи, придающих героям и взаимодействию между ними глубины и реалистичности. Фонетические приемы и эмфатические конструкции играют большую роль в передаче эмоционального состояния персонажа. В результате, стилистические приемы на всех уровнях языка позволяют автору создать правдоподобный мир и запоминающиеся образы.

**Ключевые слова:** категория комического, эстетический анализ, теория юмора, речевое поведение.

### REALIZATION OF THE COMIC CATEGORY IN THE SPEECH BEHAVIOR OF THE CHARACTERS

IN THE NOVEL “ANNE OF GREEN GABLES” BY L. M. MONTGOMERY

*Lugodina M. A.*

Kemerovo State University

[m.lugodina@yandex.ru](mailto:m.lugodina@yandex.ru)

**Annotation.** This study examines the category of the comic, different approaches to defining the comic and classifying its types, as well as the connection between comic elements and speech behavior in a literary work. Based on the analysis of the novel "Anne of Green Gables," examples are given of how comic techniques are used in a literary work. At the lexical level, in comic situations, there's the abundance of metaphors, idioms, and a wide range of speech registers that give depth and realism to the characters and to their interactions. Phonetic devices and emphatic constructions play an important role in conveying the emotional state of the character. As a result, stylistic techniques at all the language levels allow the author to create a believable world and memorable images.

**Key words:** the category of the comic, aesthetic analysis, theory of humor, speech behavior.

Понятие категории комического – один из фундаментальных элементов эстетического анализа литературного произведения. Существуют разные подходы к определению комического, а также несколько классификаций его видов в зависимости от характера ситуации и объекта смеха. В. Раскин объединил различные теории о комическом в три группы и предложил свою классификацию: теории несовместимости (разница между ожидаемым и действительным), теории высвобождения (выброс психической энергии и разрядка напряжения) и семантическая теория юмора (пересечение двух несвязанных контекстов) [Артемова, Леонович, 2017, с. 21]. Также представляет интерес классификация Б. Дземидюка, основанная на роли субъекта или объекта комического. Он делит существующие концепции на три вида – объективистские, субъективистские и реляционные [Дземидюк, 1974, с. 11]. Данное исследование углубляется в сферу реализации категории комического в художественном произведении, и ставится цель выявить связь комических элементов и речевого поведения. Внедряя комические приемы в реализацию речевого поведения литературных персонажей, автор может оживить произведение, придать героям глубины и реалистичности, а также создать необходимое настроение.

В художественных произведениях речевое поведение обладает теми же свойствами, что и в ситуации реального жизненного общения, но при этом служит целям автора и может иметь такие особенности, как преувеличенность и оценочность, а также изменяться с течением художественного времени. Все это в том числе отражается и в комизме как существенном элементе повествования.

Рассматривая реализацию категории комического в речевом поведении персонажей романа "Anne of Green Gables", можно сделать вывод об обширном и разнообразном применении комизма в произведении. Принимая во внимание три главных вида комического – юмор, иронию и сатиру – можно заметить тенденции в их взаимосвязи с определенными ситуациями. Так, юмор чаще всего имеет внешнее проявление, то есть герои, являющиеся объектом юмористической ситуации, этого не осознают. Комический эффект заметен только с позиции другого персонажа либо читателя. С другой стороны, иронические высказывания даются сознательно некоторыми героями книги относительно чьего-либо поведения – это можно увидеть, например, в замечаниях, которые Марилла делает Энн: *"And most people when they put a pie in the oven to warm up for dinner take it out and eat it when it gets hot instead of leaving it to be burned to a crisp"* [Монтгомери, 2008, с. 154].

Однако и юмор, и ирония чаще имеют либо позитивно-нейтральную, либо слегка раздраженную эмоциональную окраску. И, в последнюю очередь, сатира, проявляющаяся в форме злого сарказма, присутствует в произведении в коммуникативных ситуациях негативного характера, когда один персонаж издевается над другим: *"Anne Shirley, since you seem to be so fond of the boys' company we shall indulge your taste for it this afternoon," he said sarcastically. "Take those flowers out of your hair and sit with Gilbert Blythe"* [там же, с. 111].

На фонетическом уровне комические приемы реализуют две основные функции. Во-первых, встречающиеся в речи некоторых жителей Эйвонли фонетические графоны показывают уровень образованности этих персонажей, а также усиливают контраст между ними и главной героиней. Это особенно заметно в первой интеракции Энн и Мэттью, когда в ответ на длинные реплики и сложные вопросы девочки он трехкратно отвечает *"Well now, I dunno"*. На фоне красноречия и богатого воображения Энн, такой недальновидный ответ вызывает комический эффект. Во-вторых, такой фонетический прием, как дефисация нередко характеризует эмоциональное состояние, например, крайний уровень взволнованности или страха: *"Oh, Mar-Marilla," chattered Anne, "I'll b-b-be contt-tented with c-c-commonplace places after this"* [там же, с. 157]. На контрасте внутренних переживаний Энн и сухости Мариллы ситуация приобретает забавную окраску.

При анализе лексического уровня можно сказать, что комический эффект часто создается из-за привычки Энн выражать свои мысли и чувства в максимально торжественной манере. Даже в повседневных разговорах она использует литературные выражения и обильные эпитеты (*"splendid"*, *"fascinating"*, *"a bosom friend"*, *"kindred spirit"*, etc.), что не всегда кажется приемлемым для других.

В особо трагических ситуациях, например, в сцене прощания со своей близкой подругой, девочка также использует архаичные формы: *"Diana, wilt thou give me a lock of thy jet-black tresses in parting to treasure forevermore?"* [там же, с. 128].

На протяжении произведения можно увидеть большое разнообразие грамматических средств реализации речевого поведения в комическом контексте. Эмфатические конструкции, призванные усилить значимость слов главной героини, также подчеркивают смешное противоречие между ее страхом упасть в воду при поломке моста и желанием это увидеть: *"... Because, you see, if the bridge did crumple up I'd want to see it crumple"* [там же, с. 29].

В речи Энн встречаются интересные случаи использования неправильных форм сравнительной и превосходной степени прилагательных, которые свидетельствуют о ее возрасте и низкой степени образованности на момент начала книги: *"I was gladder than ever"* [там же, с. 24] или *"I'd be ever so much gratefuller if – if you'd made just one of them with puffed sleeves"* [там же, с. 80].

Обращая внимание на другие иррегулярные формы, жители Эйвонли иногда используют диалектическую форму *them* вместо *these/those*, как, например, в последующем насмешливом высказывании Мариллы: *"What a girl you were for making mistakes in them days, Anne"* [там же, с. 274].

Внутренний рост и развитие главной героини также отражены в пласте категории комического. Первые 30 глав из 38 очень подробно описывают жизнь Энн в период с 11 до 14 лет, а оставшиеся главы посвящены обучению Энн в Квинс. В завершающих главах книга поднимает более серьезные темы и общее настроение меняется, так же как и речевое поведение героини. Это заметно на всех уровнях языка.

Таким образом, реализуя категорию комического в речевом поведении персонажа, автор достигает различные цели. Комизм становится инструментом выражения личностных особенностей отдельных персонажей, а также помогает передать динамику их развития в результате взросления и получения жизненного опыта. Также, рассматривая комические ситуации, связанные непосредственно с главной героиней, можно увидеть ее индивидуальность и уникальность ее образа (мышления, мировоззрения) по сравнению с большинством окружающих ее людей. Все это делает персонажей более интересными для читателя и вызывает сопереживание. Кроме этого, следует отметить, что категория комического также придает красок взаимодействию между разными героями. Юмор, ирония и сатира тонко передают характер взаимоотношений, создавая органичное социальное пространство.

### Литература и источники

1. Артемова, А. Ф. Заметки об английском юморе: монография / А. Ф. Артемова, Е. О. Леонович. – 2-е изд. – М: ФЛИНТА, 2017. [Электронный ресурс] – URL: <https://e.lanbook.com/book/97148> (дата обращения 30.03.2023).
2. Дземидюк, Б. О комическом / Дземидюк Б. – М.: Прогресс, 1974. – 223 с.
3. Калмыкова, И. Г. Категория комического и жанр комедии в литературном процессе: проблемы изучения. [Электронный ресурс] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriya-komicheskogo-i-zhanr-komedii-v-literaturnom-protsesse-problemy-izucheniya/viewer> (дата обращения 30.03.2023).
4. Рохлина, Т. А. Грамматика комического в немецком прозаическом шванке: монография / Рохлина Т. А. – М.: ФЛИНТА, 2020. – 215 с.
5. Чеботникова, Т. А. Речевое поведение личности в дискурсе художественного произведения: роли, маски, образы: монография / Т. А. Чеботникова. – Оренбург: Изд-во ОГПУ, 2011. – 300 с.
6. Montgomery L.M. “Anne of Green Gables” Wordsworth, 2008. – 282 с.

*Научный руководитель – Потапова Н.В., канд. филол. наук, доцент кафедры романо-германской филологии ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 821.111**

### ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОЕ ВКЛЮЧЕНИЕ КАК ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ОСОБЕННОСТЬ РОМАНА ДЖОНА ФАУЛЗА «КОЛЛЕКЦИОНЕР»

*Нагорная М. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[mvnag-2002@mail.ru](mailto:mvnag-2002@mail.ru)

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности функционирования интертекстуальных включений в романе Джона Фаулза «Коллекционер». Исследование проводится в рамках прагматического подхода и опирается на теорию речевых актов, а также на теорию интертекстуальности. Данный подход позволяет установить связь романа «Коллекционер» и пьесы У. Шекспира «Буря». Взаимосвязь произведений актуализируется в именах героев, а также на уровне сюжета. Благодаря интертекстуальному анализу были выявлены сходства и различия героев обоих произведений и интенции персонажей романа «Коллекционер». Джон Фаулз выражал намерения героев и их образы имплицитно, с помощью аллегорий и аллюзий. Понимание данных особенностей произведения позволяет увидеть красоту художественного текста.

**Ключевые слова:** интертекстуальность, прагматика, теория речевых актов, интертекст, аллюзия, аллегория.

### INTERTEXTUAL ELEMENTS AS A PRAGMATIC FEATURE OF JOHN FOWLES' NOVEL "THE COLLECTOR".

*Nagornaya M. V.*

Kemerovo State University

[mvnag-2002@mail.ru](mailto:mvnag-2002@mail.ru)

**Annotation.** The article examines the peculiarities of intertextual elements in John Fowles' novel 'The Collector'. The study is based on the pragmatic approach, the theory of speech acts and the theory of intertextuality. The connection of the novel 'The Collector' and W.

Shakespeare's play 'The Tempest' is noticed in the names of the characters and in the plot. The comparison of the characters and their intentions was conducted by means of the intertextual analysis. John Fowles widely uses allegories and allusions. Understanding these features of the work allows us to see the beauty of the artistic text.

**Key words:** intertextuality, pragmatics, speech act theory, intertext, allusion, allegory.

Тема выявления литературной преемственности наиболее ярко проявляет себя в рамках теории интертекстуальности. Так, интертекстуальное включение можно рассмотреть в качестве прагматической особенности романа «Коллекционер» английского писателя-постмодерниста Джона Фаулза. Для более глубокого изучения данной проблемы необходимо ознакомиться с такими понятиями, как: прагматика, лингвистическая прагматика, теория речевых актов и интертекстуальность.

Термин прагматика ввел американский ученый 30-х годов XX века Чарльз Моррис как название одного из разделов семиотики, делящийся на три части: синтактика (отношение между знаками), семантика (отношение знаков к объекту) и прагматика (отношение между знаками и говорящим) [Норман, 2009, с. 5]. Таким образом, прагматический аспект языка является наиболее важным предметом изучения для прагматики.

В основе понимания термина лежит определение, взятое из лингвистического энциклопедического словаря: «Прагматика - область исследований в семиотике и языкознании, в которой изучается функционирование языковых знаков в речи» [Ярцева, 1990].

В свою очередь прагматика художественного текста является рядом интенций автора, которые выражены с помощью разных языковых средств в речи автора и персонажа, чтобы воздействовать на читателя, и которые рассчитаны на более детальную интерпретацию читателем имеющихся средств [Дотмурзиева, 2006, с 8]. Существует пять уровней прагматики художественного текста: фонографический, лексический, синтаксический и общетекстовый.

Для анализирования различных коммуникативных ситуаций, возникающих в рамках художественного текста, можно обратиться к теории речевых актов. Благодаря этой теории легче систематизировать интенции автора. Теория речевых актов, автором которой является оксфордский аналитик Дж. Остин, возникла в конце 1940-х гг. В своих работах Дж. Остин описал, что многие предложения не только описывают действие, но и производят его. Например, клятвы, обещания, договоры и тому подобное. Их аналитик назвал перформативными, чтобы отличать от описательных предложений, главной целью которых является описать, констатировать или сообщить что-либо. По мнению Дж. Остина, речевые акты имеют три уровня: локутивный, иллокутивный и перлокутивный.

Термин «интертекстуальность» впервые был использован в 1967 году в работах французского филолога Ю. Кристевой. Её концепция сформирована на основе анализа идеи «полифонического романа» М. Бахтина. Ю. Кристева считает, что текст является переплетением текстов и кодов, трансформацией других текстов. Каждый текст имеет общее свойство, выражающееся в наличии связи между любыми текстами, с помощью которых они или их части могут имплицитно или эксплицитно ссылаться друг на друга: «Для познающего субъекта интертекстуальность – это понятие, которое будет признаком того способа, каким текст прочитывает историю и вписывается в нее» [Степанов, 2001, с 37].

Обращаясь к работам Фатеевой Н. А., можно обнаружить деление интертекстуальности на читательскую (исследовательскую) сторону и авторскую. Так, для читателя интертекстуальность является установкой на углубленное понимание текста и разрешение непонимания текста благодаря установлению связей с другими текстами. Для автора – это «способ генезиса собственного текста и постулирования собственного поэтического «Я» через сложную систему отношений оппозиций, идентификаций и

маскировки с текстами других авторов (то есть, других поэтических «Я»)» [Фатеева, 2007, с. 16].

К сожалению, не существует общей классификации видов интертекстуального включения. Однако предлагаем рассмотреть классификации, актуальные для данного исследования, например Н. Пьеге-Гро:

1. Цитата
2. Ссылка-референция
3. Плагиат
4. Стилизация

В работе французского литературоведа Жерара Женетта «Палимпсесты: литература во второй степени» можно выделить следующие пять типов взаимодействия текстов:

1. Интертекстуальность – два или более текстов в одном (цитата, аллюзия, плагиат и т. д.)
2. Паратекстуальность – отношение текста к своему заглавию, послесловию, эпиграфу.
3. Метатекстуальность – комментирующая и критическая ссылка на свой претекст.
4. Гипертекстуальность – пародирование или осмеивание одним текстом другого
5. Архитекстуальность – жанровая связь текстов.

Так же следует разделять два понятия «цитата» и «аллюзия». Под цитатой необходимо понимать воспроизведение двух или более компонентов претекста (исходного текста) с сохранением того описания некоторых положений вещей, установленного в тексте-источнике. Аллюзия – намек на общеизвестные факты, литературные произведения, исторические события и тому подобное.

При создании романа «Коллекционер» Джон Фаулз переносит в произведение образы шекспировских героев. Ассоциации с пьесой У. Шекспира «Буря» возникают с самого начала романа благодаря именам персонажей. Имена героев часто выражают их характер, внутренние качества и даже предсказывают события, которые должны с ними произойти. Английский писатель-постмодернист называет главных героев своего произведения так же, как и У. Шекспир, но при этом меняет их и наделяет другими качествами.

Главный герой Фредерик Клегг похищает девушку по имени Миранда Грей и держит её в заточении, но при этом пытается создать «лучшие условия» для её жизни в подвале дома. Он искренне верит, что не совершает зло, так как его намерения по отношению к девушке чисты и искренны. В имени героев мы можем увидеть аллюзию на имена персонажей «Бури». Миранда Грей сравнивается с Мирандой Шекспира, прекрасной девой, заточенной на острове вместе с монстром Калибаном. Так и у Дж. Фаулза, девушка заточена в подвале Фредерика Клегга. Он представляется Фердинандом (что является аллюзией на прекрасного Неаполитанского принца в пьесе), чтобы звучать более благородно: «...She wasn't to know F stood for Frederick. I've always liked Ferdinand...», «...Lord Ferdinand Clegg, Marquis of Bugs» [Fowles, 2010, с. 19]. Однако главная героиня понимает, что её похититель чудовище, словно Калибан: «Ferdinand,» she said. «They should have called you Caliban» [Fowles, 2010, с. 56]. Но главный герой не разбирается в искусстве и не сильно образован, поэтому подобные аллюзии ему совершенно не понятны: «Come, thou tortoise!» she cried (a literary quotation, I think it was)» [Fowles, 2010, с. 115]. Клегг-Калибан отождествлён со злой, темной и лицемерной стороной человечества, как и Калибан Шекспира, который является хтоническим существом, олицетворением подземных сил.

Однако Дж. Фаулз наделяет своего Калибана положительными качествами. К сожалению, благородные порывы души гибнут из-за ограниченности и духовной бедности персонажа. Миранда Грей пытается оправдать Клегга: «That sums him up. He's got to be

correct, he's got to do whatever was «right» and «nice» before either of us was born. I know it's pathetic, I know he's a victim of a miserable Nonconformist suburban world and a miserable social class, the horrid timid copycatting genteel in-between class»...But Caliban's England is fouler» [Fowles, 2010, с. 265].

Для главной героини существует свой Фердинанд в лице художника Джорджа Парсона, к которому она испытывает чувства. Эта идея раскрывается в сцене с игрой в шахматы, которая была в пьесе «Буря»: «Открывается вход в пещеру; там Фердинанд и Миранда играют в шахматы.

«MIRANDA.

Sweet lord, you play me false.

FERDINAND.

No, my dearest love,

I would not for the world.

MIRANDA.

Yes, for a score of kingdoms you should wrangle,

And I would call it fair play» [Shakespeare, 2009, с.139].

В романе «Коллекционер» мы наблюдаем аналогичный эпизод: «He gave me a long look. Then he changed, he got out the chess-board and we played chess and he let me beat him. He wouldn't admit it, but I am sure he did» [Fowles, 2010, с. 300]. Миранда не может понять художника. Опираясь на текст шекспировской «Бури», можно выявить интенцию Парсона: в пьесе Фердинанд дает клятву Просперо, отцу девушки, что он сохранит ей «пояс целомудрия...до совершения брачного обряда...», и после чего они играют в шахматы. Так, Парсон принимая на себя роль Фердинанда, демонстрирует свое намерение Миранде.

Таким образом, можно сделать вывод, что интертекстуальность в романе Джона Фаулза «Коллекционер» создает особый пласт произведения, а благодаря идейной и текстовой преемственности можно рефлексировать о злободневности проблем, которые поставлены в тексте У. Шекспира «Буря». Аллегория из пьесы во второй части романа подчеркивает контраст мироощущения героев. Читателю проще увидеть полную картину событий в романе «Коллекционер», поскольку автор текста высказывает свою позицию не только посредством прямого описания, но также с помощью интертекстуальных элементов.

#### Литература и источники

1. Дотмурзиева, З. С. Прагматика англоязычного художественного текста и проблемы прагматики его перевода/ З. С. Дотмурзиева. – П.: Издательство Пятигорского государственного лингвистического университета, 2006. – 21 с.
2. Норман, Б. Ю. Лингвистическая прагматика (на материале русского и других славянских языков): курс лекций / Б. Ю. Норман. – М.: Издательский центр Белорусского государственного университета, 2009. – 183 с.
3. Степанов, Ю. С. Семиотика: Антология / Ю. С. Степанов. - М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, - 2001. – 702 с.
4. Фатеева, Н. А. Контрапункт интертекстуальности или интертекстов в мире текстов / Н. А. Фатеева. – М.: Комкнига, 2007. — 280 с.
5. Ярцева, В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь/ В. Н. Ярцева. – М.: Советская энциклопедия, 1990.
6. Fowles, J. The Collector/ J. Fowles. - L.: Collins classics, 2010. - 400 p
7. Shakespeare, W. The Tempest/W. Shakespeare. - L.: Penguin popular classics, 2009. - 200 p.

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

ОБРАЗ ЯЗЫКА НАИВНОГО ГЕРОЯ В ПОВЕСТИ М. БУЛГАКОВА «СОБАЧЬЕ  
СЕРДЦЕ»

*Суслина С. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Suslinasofja79@gmail.com](mailto:Suslinasofja79@gmail.com)

**Аннотация.** Статья посвящена особенностям трактовки образа языка «наивного» героя в повести М. Булгакова «Собачье сердце». Произведён анализ такой разновидности литературного героя как «наивный герой» с акцентом на его речевом портрете, на образе языка такого персонажа. Образ языка Шарика / Шарикова анализируется с использованием метода лингвоперсонологического анализа; на основе речевого портрета Шарика выявляются признаки «наивного героя» - разновидности персонажа, ставшей наиболее актуальной в эпоху Просвещения и развивавшейся в дальнейшем в литературе. Речевые характеристики Шарика и их изменение у Шарикова являются важным элементом формирования сюжета «преображения» человека.

**Ключевые слова:** образ языка, наивный герой, М. Булгаков «Собачье сердце», речевой портрет, лингвоперсонологический анализ

THE IMAGE OF THE NAIVE HERO'S LANGUAGE AND IN M. BULGAKOV'S  
NOVELLA «THE HEART OF A DOG»

*Suslina S. S.*

Kemerovo State University

[Suslinasofja79@gmail.com](mailto:Suslinasofja79@gmail.com)

**Annotation.** The article is devoted to the peculiarities of the interpretation of the image of the language of the "naive" hero in M. Bulgakov's novel "The Heart of a Dog". The analysis of such a variety of literary hero as a "naive hero" with an emphasis on his speech portrait, on the image of the language of such a character. The image of the language of Sharik / Sharikov is analyzed using the method of linguopersonological analysis; on the basis of the speech portrait of Sharik, signs of a "naive hero" are revealed - a type of character that became most relevant in the Enlightenment era and developed later in literature. The speech characteristics of the Ball and their change in Sharikov are an important element in the formation of the plot of the "transformation" of a person.

**Key words:** the image of the language, naive hero, M. Bulgakov «Heart of a dog», speech portrait of, linguopersonological analysis

Исследование речевого портрета и изучение образа языка персонажей литературных произведений весьма актуально для современной культуры, так как даёт интересный материал для сравнительно-сопоставительного анализа с внелитературными образцами репрезентации человека через речь. Опыт персонажей в повести М. Булгакова «Собачье сердце» является основой построения сюжета о трансформации человека, что сопровождается также трансформацией его языка и мышления. Целью предлагаемой статьи является анализ образа языка Шарика / Шарикова в повести М. Булгакова «Собачье сердце» и выявление характеристик образа языка, важных для формирования образа «наивного» героя.

Литературоведческих работ, специально посвященных поэтике "наивного" героя и данной теме, насколько нам известно, не существует. Исследованием речевого портрета среди лингвистов занимались следующие учёные: Виноградов В. В., Караулов Ю. Н., Китайгородская М. В., Розанова Н. Н., Крысин Л. П., Леорда С. В., Тарасенко Т. П. и др., в

литературоведении категорию "речевого портрета" и "образа языка" героя описывали Тамарченко Н.Д., Тюпа В.И.

В любом художественном произведении основным предметом изображения является персонаж, следовательно, исследование поэтики героя включает в себя и изучение речевой характеристики персонажей. Речевая характеристика персонажей отражает личностные черты героев и суть эпохи [Тамарченко, 2008, с.199]. Образ языка является способом внешнего проявления (экспликации) внутреннего мира персонажа [Тамарченко, 2008, с.151]. Но в то же время образ языка героя служит для характеристики персонажа с позиции автора: содержание речи, интонации, стилистические особенности речи, уникальная лексика используются автором для создания образа, выявления черт характера, а также для выстраивания ценностно-смысловых оппозиций в произведении. Нашим рабочим определением будет следующее: образ языка – это образная характеристика персонажа, реализованная через его речь на протяжении всего произведения.

Центральным понятием предлагаемой работы является категория «наивного героя». Наивный герой – это герой, который изображается автором в аспекте его «незнания», «непонимания» закономерностей окружающего его мира, но в то же время он изображается в аспекте его способности к удивлению. Ведь понимание устройства мира, общественного устройства у такого героя не совпадают с общепринятым. На первый план в таком персонаже выходит его способность видеть мир «отстранённо», без привычных другим людям стереотипов; для него характерно искреннее удивление перед непонятным; стремление к узнаванию нового.

Важной особенностью таких персонажей является их язык. Он отличается некоторыми очевидными особенностями: такие персонажи не понимают скрытые формы выражения смысла (иронию, сарказм, иносказание и «эзопов язык» [Николюкин, 2001, с.933]) и на такие реплики отвечают с полной серьёзностью; они используют стилистически окрашенную лексику (просторечие уличного языка или «высокий» книжный стиль), так как часто они владеют только тем стилем, который был доступен им непосредственно в их предыдущем опыте. Благодаря своей наивности такой герой делает «видимыми» для читателя причинно-следственные связи, которые обычно не замечаются людьми, привыкшими к общепринятым логическим взаимосвязям, поскольку его видение служит контрастом к этой действительности: введение наивного героя часто использовалось в культуре как сатирический приём автора с целью привлечения внимания читателей к проблемам общества и человеческим недостаткам, которые хорошо было бы исправить. Культурная традиция использования «наивного героя» нашла наибольшее применение в эпоху Просвещения. Однако и в XX веке такая разновидность персонажа оказалась востребована.

Наивность героя в повести М. Булгакова «Собачье сердце» основана на специфическом кругозоре героя, который в начале повести является псом Шариком, потом он трансформируется в пролетария Полиграфа Полиграфовича Шарикова, а после вновь в пса Шарика.

Язык персонажей является средством индивидуализации, которое определяется возрастом, настроением, местом в социуме, темпераментом говорящего. «Образ языка» Шарика, на наш взгляд, нужно описывать в двух ипостасях: в начале повести он Шарик, «милейший пёс» (по выражению профессора Преображенского), а после экспериментальной операции он преобразуется в Полиграфа Полиграфовича Шарикова – человека «новой формации». Такое разделение даёт нам возможность увидеть разные типы «наивного героя»: в случае Шарика его наивность обусловлена тем, что его кругозор – это кругозор умной, проницательной, сочувствующей слабым, в то же время по-своему хитрой собаки, оценивающей принципы устройства человеческого общества со своей собачьей точки зрения. Наивность в данном случае связана с проекцией ценностей героя, не являющегося человеком, на людей, их интересы и взаимоотношения.

Наивность Шарикова, ставшего биологическим человеком, связана с тем, что у него нет никакого опыта существования в человеческом обществе, он из-за своей духовной неразвитости довольствуется социальными стереотипами, предлагаемыми ему пролетарской социалистической картиной мира.

Общим для обеих персонажей является то, что они не понимают сложность человеческих взаимоотношений, объясняя многие причинно-следственные связи исходя из своего кругозора, не зная подлинных причин происходящего и истинного отношения к ним окружающих людей.

В «Собачем сердце» значимость ступеней развития героя высвечена в авторском кругозоре через событие обратного преобразования. Решение вернуть Шарикова обратно к Шарикю принимает не он сам, а профессор Преображенский и доктор Борменталь. Они испытывают разочарование в результатах эксперимента:

«Объясните мне, пожалуйста, зачем нужно искусственно фабриковать Спиноз, когда любая баба может его родить когда угодно. Ведь родила же в Холмогорах мадам Ломоносова этого своего знаменитого. Доктор, человечество само заботится об этом и в эволюционном порядке каждый год упорно, выделяя из массы всякой мрази, создаёт десятками выдающихся гениев, украшающих земной шар. <...> Моё открытие, черти б его съели, с которым вы носитесь, стоит ровно один ломаный грош...» [Булгаков, 2016, с.237].

Эксперимент оказывается не столько биологическим, сколько социальным, и этот социальный эксперимент показывает, что преобразённый Шариков усваивает наиболее выгодные модели поведения, он легко приспосабливается к окружающей его социальной реальности, но не может и не хочет духовно развиваться и расти, не ценит всего, что выходит за границы его узкого потребительского кругозора, связанного с чисто бытовыми жизненными потребностями.

Речевые портреты героев также отличаются: речь Шарика отличается богатым словарным запасом, он строит длинные монологи:

«Но вот тело моё изломанное, битое, надругались над ним люди достаточно. Ведь главное что – как врезал он кипятком, под шерсть проело, и защиты, стало быть, для левого бока нет никакой. Я очень легко могу получить воспаление лёгких, а, получив его, я, граждане, подохну с голоду. С воспалением лёгких полагается лежать на парадном ходе под лестницей, а кто же вместо меня, лежащего холостого пса, будет бегать по сорным ящикам в поисках питания? Прохватит лёгкое, поползу я на животе, ослабею, и любой спец пришибёт меня палкой насмерть. И дворники с бляхами ухватят меня за ноги и выкинут на телегу...» [Булгаков, 2016, с.144].

Речь Шарикова отличается тем, что герой использует слова-паразиты, много грубых просторечий, бранной лексики. Герой не следит за своей речью, он говорит быстрее, чем думает, у него словарный запас значительно уже, чем у Шарика.

На синтаксическом уровне речь героев тоже заметно отличается: у Полиграфа Полиграфовича предложения короткие, резкие, осложнены однородными членами, например, в ситуации выбора вечернего променада можно заметить обрывочность, короткие предложения:

«Борменталь же, подкрепившись, обнаружил склонность к деятельности.

– Ну с, что же мы с вами предпримем сегодня вечером? – осведомился он у Шарикова.

– В цирк пойдём, лучше всего.

– Каждый день в цирк, – благодушно заметил Филипп Филиппович, – это довольно скучно, по-моему. Я бы на вашем месте хоть раз в театр ходил.

– В театр я не пойду, – неприязненно отозвался Шариков и перекошил рот.

– <...>– Вы меня извините... Почему, собственно, вам не нравится театр?

Шариков посмотрел в пустую рюмку как в бинокль, подумал и оттопырил губы.

– Да дурака валяние... Разговаривают, разговаривают... Контрреволюция одна.» [Булгаков, 2016, с.221], у Шарика же предложения длинные, речь более богатая (см. выше).

Шарик – хоть и пёс, но его мышление очень самостоятельное: нет признаков влияния на него никаких идеологических концепций, можно сказать, что он мыслит очень практично, то есть он оценивает людей согласно их отношению к собакам, а также к понятиям «комфорт», «полнота бытия», то есть он оценивает то, насколько люди способны радоваться жизни, наслаждаться тем, что жизнь может им дать (еда, питьё и другие приятные вещи):

«Повар попадаетея разный. Например – покойный Влас с Пречистенки. Скольким он жизнь спас. Потому что самое главное во время болезни перехватить кус. И вот, бывало, говорят старые псы, махнёт Влас кость, а на ней с осьмушку мяса. Царство ему небесное за то, что был настоящая личность, барский повар графов Толстых, а не из Совета Нормального питания.» [Булгаков, 2016, с.144].

Полиграф Полиграфович быстро усваивает разные идеологические оценки, он оценивает людей через призму социальных стереотипов о «полезных» и «вредных» для пролетариата «социальных элементах»: например, слово «буржуй» превращается в ругательство, тогда как для Шарика это скорее похвала (повар, который служил у графа, для него стоит выше, чем повар, работающий в советской столовой), таким образом у Шарика и у Шарикова картина мира отличается, и это отражается в языке из-за того, что одни и те же единицы или концепты они используют по-разному.

Шарик умеет читать эмпирически, то есть, например, там, где он может почувствовать запах свиной вырезки, ему даже не нужно читать слово «мясо», то есть, по сути дела, у него есть другие способы «читать реальность». Семиотическая картина мира у Шарика богаче, чем у Шарикова, поскольку Шарик «читает запахи» или «читает биографию города и его районов», структурируя их согласно своим предпочтениям. У Шарикова картина мира перестроена, он использует в основном социальные стереотипы для оценивания людей и их поступков, событий.

В «Собачем сердце» Шариков, его речевой портрет, и то, что он делает, изображены сатирически. С помощью образа языка Шарикова разоблачается бездуховность людей, ограничивающих восприятие других людей социальными категориями.

Таким образом, сравнительно-сопоставительный анализ особенностей языка «наивных» героев М. Булгаков показал, что речевые характеристики и их изменение являются важным элементом формирования сюжета «преображения» человека. Однако автор показывает изменение героя не в рамках сюжета «становления» / «воспитания», а в рамках сюжета «испытания», когда «преображение» оказывается формальным, трактуется, как «ложное» героями-преобразователями Преображенским и Борменталем. Возвращение героя от Шарикова обратно к Шарiku показывает, что «вторжение» человека в природу опасно, а естественное формирование «души» культурой недостижимо при искусственном создании человека. Это сближает сюжет повести Булгакова антиутопиями XX века.

#### Литература и источники

1. Корман, Борис Ошеревич. Практикум по изучению художественного произведения : учебное пособие / Б. О. Корман ; Министерство образования Удмуртской Республики, Институт усовершенствования учителей Удмуртской Республики. - Издание 3-е. - Ижевск : Издательство ИУУ, 2003. - 86, [1] с., включая обложку.
2. Образ языка // Поэтика: слов, актуал. терминов и понятий / [гл. науч. ред. Н.Д. Тамарченко]. — М.: Издательство Кулагиной; Intrada, 2008. – С. 151.
3. Разноречие прозаическое // Поэтика: слов, актуал. терминов и понятий / [гл. науч. ред. Н.Д. Тамарченко]. — М.: Издательство Кулагиной; Intrada, 2008. – С.199

4. Сарказм // Литературная энциклопедия терминов и понятий / гл. сост. А. И. Николюкин. – М.: НПК «Интелвак», 2001. – С. 934.
5. Собачье сердце: повести / Михаил Булгаков. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2016. – 256 с.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент Дрейфельд О. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 811.111**

## **ВЛИЯНИЕ КРЕОЛИЗАЦИИ НА ВОСПРИЯТИЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ НА ПРИМЕРЕ ГРАФИЧЕСКИХ РОМАНОВ КРИСА УЭРА**

*Хиялов Т. Р.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Целью данной статьи является выявление основных способов креолизации художественного текста, а также влияние креолизации на восприятие читателем содержания художественного произведения. Актуальность данной работы заключается в активном развитии такого жанра литературы, как графический роман, который содержит в себе элементы креолизации. В результате данной работы был сделан вывод, что креолизация художественного текста дает возможность читателю интерпретировать происходящее, практически полностью опираясь на невербальные компоненты, особенно в случаях полного неиспользования текстовой составляющей. Кроме того, очевидно, что креолизация текста расширяет инструментарий авторов художественных произведений, позволяющий передавать дополнительную информацию читателям.

**Ключевые слова:** креолизованный текст, графический роман, роман, вербальные элементы, невербальные элементы, поликодовый текст.

## **INFLUENCE OF CREOLIZATION ON THE PERCEPTION OF LITERARY TEXTS ON THE EXAMPLE OF CHRIS WARE'S GRAPHIC NOVELS**

*Khialov T.R.*

Kemerovo State University

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

**Abstract.** The aim of this article is to identify the main ways of creolization of a literary text, as well as the influence of creolization on the reader's perception of the content. The relevance of this work lies in the active development of the graphic novel genre, which contains elements of creolization. It was concluded that the creolization makes it possible to interpret the work, relying almost entirely on non-verbal components, especially in cases of complete non-use of the textual component. The creolization of the text expands the tools of authors, allowing them to transmit additional information to readers.

**Key words:** creolized text, graphic novel, novel, verbal means of expression, non-verbal means of expression, polycode text.

Постоянный поиск авторами художественных текстов новых креативных способов донесения информации до читателей, необходимость привлечения внимания потенциальной аудитории к своему творчеству, а также внедрение новых технологий в области печатного производства привели к активному использованию невербальных знаков, имеющих информативное содержание, в художественных текстах. При этом сам

процесс внедрения невербальных элементов в текст в лингвистике принято именовать креолизацией.

В коллективной монографии *«Креолизованный текст: Смысловое восприятие»* Е.Ф. Тарасов определяет понятие креолизованного текста как «текст, состоящий из вербальной и невербальной (изображение) частей: речевой цепи и изображения предмета, описанного в этой речевой цепи» [Тарасов, 2020, с. 9].

Другими словами, понятие «креолизованный текст», означает текст, содержащий в себе вербальные и невербальные элементы, где под вербальными элементами принято понимать непосредственно текст, а под невербальными – знаки других семиотических систем (знаки препинания, размер и цвет шрифта, изображения и др. элементы), взаимодействующие с текстом.

В связи с тем, что в креолизованных текстах может встречаться различное количество невербальных компонентов, в зависимости от содержания, цели и задач отдельного текста, исследователи выделяют степени креолизации.

Э. Александрова приходит к выводу, что при условии, когда иллюстрация доминирует над текстовой составляющей – это случай полной креолизации; иллюстрации, сопутствующие и выполняющие декоративную функцию, – это случаи частичной креолизации, тогда как тексты с нулевой креолизацией – это тексты, не сопровождаемые иллюстрацией [Александрова, 2017].

В. Н. Семерджиди также рассматривает несколько типов креолизации. Выделяются тексты с частичной и полной креолизацией, при этом исследователь приходит к выводу, что в обоих случаях взаимодействие текста и изображения «обеспечивает целостность и связность произведения, его коммуникативный эффект» [Семерджиди, 2014].

Использование невербальных компонентов при создании художественных текстов можно объяснить и исследованиями в сфере психологии.

Согласно исследованию «Speed of processing in the human visual system», человеческий мозг способен обработать изображение за 150 миллисекунд. В таком случае иллюстрации не заменяют вербальный компонент, но при их комбинации, становится возможным облегчить читателю обработку информации [Thorpe, 1996].

Тема и коммуникативное назначение поликодового текста определяется смысловым взаимодействием между компонентами, которые, в свою очередь, составляют неповторимое смысловое целое.

В настоящее время, одними из самых широко известных примеров креолизации текста являются феномены комикса и графического романа.

Графический роман – это тип комикса, в котором используется графическое искусство в повествовательной форме, с привлечением изображений для рассказа истории. Другими словами, упор в повествовании делается на визуальную составляющую [Ларионова, 2021].

Принимая во внимание обильное использование невербальных способов передачи информации (изображение, как основной инструмент повествования, цвет изображения, расположение изображения на странице, манипуляции шрифтом в репликах персонажей) при передаче информации, можно сделать вывод, что явление графического романа – это случай полной креолизации текста.

В подобных работах, именно с помощью иллюстраций читатель понимает, что происходит, а текст играет второстепенную роль.

Функции креолизации текста будут рассмотрены на примере работ американского писателя Криса Уэра, который работает в жанре комикса и графического романа.

«Jimmy Corrigan: the smartest kid on Earth» рассказывает историю об одиноком североамериканце средних лет, не приспособленном к жизни в обществе. Он живет один и работает в безымянной компании. Его круг общения ограничивается его матерью, с которой у главного героя сложные отношения. Главным спасением от его жизненной ситуации являются его собственные фантазии.

Основным способом передачи информации выступает изображение. Рисунок, как инструмент повествования, имеет ключевое значение в процессе интерпретации произведения. Изображением демонстрируются действия персонажей, что делает авторские пояснения в процессе повествования излишними. В других случаях, отсутствие текста передает настроение персонажа, как в сцене, где главный герой сидит один в темной комнате. Читатель понимает, что Джимми чувствует себя одиноко лишь благодаря изображению: отсутствие других персонажей в сцене, общая гнетущая обстановка помещения. Его настроение понятно и без текстовых пояснений.

Цвет играет одну из важнейших ролей в процессе интерпретации креолизованного текста, а также графического романа, в частности.

Во время встречи со своим отцом Джимми снова погружается в свои мысли. Он представляет, что находится на корабле в открытом море. Читатель наблюдает корабль со стороны, закат и волны. Преобладают красный и желтый цвета, которые передают мечтательность и расслабленную обстановку. Главный герой желает покинуть кафе, в которое он пришел со своим отцом. Сцена резко прерывается изображением бутерброда с томатным соусом характерного красного цвета, а желтый цвет отведен хлебу. Сочетание цветов создает плавный переход между двумя сценами, а также дает понять, почему Джимми изначально впал в размышления [Ware, 1995, с. 48].

Сюжет графического романа часто сменяет повествование с Джимми на его деда. Чтобы читатель знал, какая сюжетная линия имеет место, автор присваивает каждому герою характерные цвета их одежды. В истории деда главного героя присутствует персонаж по имени Амос, одетый в клетчатую рубашку красного цвета, что дает понять читателю на кого переключилось повествование. Главный герой же, в свою очередь, одет, как и его родственник: жилетка черного цвета, укороченные брюки коричневого цвета и белая кофта под жилеткой. Это может свидетельствовать о сходстве между двумя героями произведения.

«Building stories» – графический роман, содержащий истории разных персонажей, которые можно читать в любом порядке. Роман повествует о людях, проживающих в одном здании: пожилой домовладелице, супружеской паре и молодой одинокой женщине с протезом ноги.

На одной из страниц романа читатель может наблюдать фасад дома, в котором проживают герои. Автор не рисует стены здания, что позволяет увидеть интерьер дома, а также на каких этажах дома проживают герои. Кроме того, каждой комнате уделяется свой собственный цвет интерьера, позволяющий определить кому из персонажей они принадлежат: фиолетовый цвет – пожилая домовладелица, коричневый – женщина с протезом ноги, синий – супружеская пара. Рисунок, в данном случае, выполняет роль экспозиции и создает художественный мир.

Тема инвалидности в романе раскрывается, в основном, с помощью изображения. Рисунок дает понять, что у героини отсутствует левая нога, а также то, что она пользуется костылями. В то же время, обращая внимание лишь на вербальный компонент произведения, читатель не сможет этого понять, так как текст не содержит данной информации: “*Finally, I got up to go to the bathroom (which I'd been hoping to avoid because I didn't want to risk bothering my downstairs neighbors...)*” [Ware, 2012, с. 33].

Также с помощью невербальных компонентов демонстрируется разница в поведении и внешнем виде героини в одиночестве и в присутствии других людей. Когда она находится дома в одиночестве, читатель видит, как она снимает протез и носит одежду, которая его не прикрывает. Когда она находится в окружении других людей, героиня носит одежду, которая скрывает протез, в то время как ее поза и походка не выдают ее физические особенности.

Подводя итоги, представляется возможным сделать вывод, что креолизация художественного текста позволяет читателю интерпретировать происходящее, практически полностью опираясь на невербальные компоненты. Рисунок демонстрирует

расположение персонажей внутри художественного мира, их действия, внешний вид и их физические особенности. Информация передается при помощи невербальных компонентов, в то время как сообщение в текстовом виде становится излишним. Креолизация текста позволяет использовать такой инструмент, как цвет, который может передавать внутреннее состояние героев, их внешний вид и описывать обстановку внутри художественного мира. В некоторых случаях, невербальный компонент может передавать информацию, полностью отсутствующую в текстовом виде.

#### Литература и источники

1. Александрова, Е. М. Креолизованный мем как новая форма бытования языковых анекдотов / Е. М. Александрова. – М.: Филологические науки. Вопросы теории и практики, 2017.
2. Ларионова, А. Что такое графические романы / А. Ларионова. – М.: Фоксфорд, 2021.
3. Семерджиди, В. Н. Дидактический текст по иностранному языку как креолизованный текст (на материале современных учебников английского и русского языков) / В. Н. Семерджиди. – М.: Вестник Воронежского государственного университета, 2014.
4. Тарасов, Е. Ф. Креолизованный текст: Смысловое восприятие / И. В. Вашунина, Е. Ф. Тарасов, А. А. Нистратов, М. О. Матвеев. – М.: Институт языкознания РАН, 2020.
5. Thorpe, S, Fize, D, Marlot, C. Speed of processing in the human visual system / S. Thorpe, D. Fize, C. Marlot. – М.: Nature, 1996.
6. Ware, F. C. Building Stories / F. C. Ware. – М.: Pantheon Books, 2012.
7. Ware, F. C. Jimmy Corrigan: the smartest kid on Earth / F. C. Ware. – М.: Acme Novelty Library, 1995.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент кафедры романо-германской филологии Потапова Н. В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 821.111**

#### ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ТЕКСТЫ В РОМАНЕ ТОМАСА ГАРДИ «ТЭСС ИЗ РОДА Д'ЭРБЕРВИЛЛЕЙ»

*Шамовская О. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[schamovskaia.ol@gmail.com](mailto:schamovskaia.ol@gmail.com)

**Аннотация.** Проблемы интертекстуальности и прецедентности по-прежнему считаются особо значимыми в лингвистике и литературе, так как эти темы остаются одними из наиболее спорных. Произведения Томаса Гарди, великого английского писателя и поэта поздневикторианской эпохи, внесли большой вклад в литературу. Они известны своим реалистичным взглядом на жизнь и посвящены таким бессмертным темам, как семейные конфликты, одиночество, смерть и жизнь. Эта работа посвящена использованию аллюзий в романе Томаса Гарди «Тэсс из рода д'Эрбервиллей». Целью работы является выявление роли и значимости мифологических и Шекспировских мотивов как источников интертекстуальности и прецедентности в произведении писателя.

**Ключевые слова:** интертекстуальность, прецедентные тексты, аллюзии, Томас Гарди, Уильям Шекспир, мифология.

## PRECEDENT TEXTS IN THOMAS HARDY'S NOVEL "TESS OF THE D'URBERVILLES"

*Shamovskaya O. V.*

Kemerovo State University  
[schamovskaia.ol@gmail.com](mailto:schamovskaia.ol@gmail.com)

**Annotation.** The problems of intertextuality are still considered significant in linguistics and literature, as these topics remain among the most controversial. The works of Thomas Hardy, the great English writer and poet of the late Victorian era, made a great contribution to literature. They are known for their realistic outlook on life and are dedicated to such immortal themes as family conflicts, loneliness, death and life. This work is devoted to the use of allusions in Thomas Hardy's novel "Tess of the d'Urbervilles". The aim of the work is to identify the role and significance of mythological and Shakespearean motifs as sources of intertextuality in the writer's work.

**Key words:** intertextuality, precedent texts, allusions, Thomas Hardy, William Shakespeare, mythology.

Любой литературный текст не может существовать сам по себе, так как согласно семиотической теории культуры, тексты функционируют в текстовом пространстве (семиосфере), находясь в постоянном взаимодействии с абсолютно разными литературными произведениями. Это пространство называют интертекстуальностью. Проблемы интертекстуальности и прецедентности по-прежнему считаются особо значимыми в лингвистике и литературе, поскольку, несмотря на то, что по этому вопросу написано много исследований, эти темы остаются одними из наиболее спорных.

В лингвокультурологическом дискурсе понятие прецедентности (с лат. *praecedens*—предшествующий) считается ключевым в теории интертекстуальности. Под прецедентным текстом мы понимаем готовый продукт речи, (поли)предикативную единицу, сложный знак, который известен каждому среднестатистической личности лингвокультурного сообщества, а обращение к нему регулярно возобновляется, так как он обладает большим значением для определённой культурной группы [Дубовицкая, 2012, с. 15–20].

Опираясь на классификацию Г. Г. Слышкина, Ю. Л. Шишова относит к прецедентным текстам греческую, римскую, общегерманскую мифологию, Библию, фольклорные произведения, произведения классической европейской литературы [Завьялова, Прохорова, 2018 с. 30]. Обычно писатели или ораторы используют прецедентные тексты, чтобы усилить значение выражения, придать глубину персонажу или сюжету. Но все функции можно свести к самой основной — смыслопорождающей, которая достигается путем передачи авторской связи, убеждения, размышления и сбора релевантного материала, а также игры слов и парольного обращения к предшествующим явлениям.

Произведения Томаса Гарди, великого английского писателя и поэта поздневикторианской эпохи, внесли большой вклад, а его революционные идеи повлияли на многих великих писателей, включая Дэвида Герберта Лоуренса, Джона Каупера Поуиса и т.д. Его произведения известны реалистичным взглядом на жизнь и посвящены таким бессмертным темам, как семейные конфликты, одиночество, смерть и жизнь. Но главной особенностью его произведений является большое количество интертекстуальных включений – как правило, из греко-римской мифологии, Библии и работ Шекспира.

«Тэсс из рода д'Эрбервиллей» — это трагический роман Томаса Гарди о молодой девушке Тэсс Дарбейфилд, которая проходит через много трудностей: она знакомится с Алеком д'Эрбервиллем, который изнасиловал ее, а затем она знакомится с Энджелом Клэром и выходит за него замуж, но он бросает ее после того как она рассказывает свой секрет. В конце книги через некоторое время Тэсс снова встречает Алека и начинает жить

с ним, но позже Энджел возвращается, и Тэсс убивает Алека, а затем они вместе бегут в Стоунхендж, но полиция их арестовывает, а Тэсс вешают.

Но чтобы подчеркнуть невиновность и милосердие Тэсс, Томас Гарди часто сравнивает ее с греческими богинями. Артемида, «владычица дикой природы», ассоциируется с охотой; в то же время она также ассоциируется с маленькими существами, особенно оленями, которых она сильно любит. Тема охоты занимает центральное место в произведении. Несмотря на то, что Гарди часто сравнивает Тэсс с Артемидой, в произведении она также изображена как олененок, которого преследует коварное общество со своими законами. Более того, лес, в котором Тэсс была изнасилована Алеком, называется *“The Chase”*.

С другой стороны Артемида, с которой Тэсс ассоциируется, является «богиней-девственницей». И именно невинность Тэсс привлекла Энджела в ней: *“What a fresh and virginal daughter of nature that milkmaid is!”*; *“Nothing so pure, so sweet, so virginal as Tess had seemed possible all the long while he had adored her”* [Hardy, 2008, p. 136]. Даже после ее признания Энджелу было трудно поверить в ее слова: *“nature, in her fantastic trickery, had set such a seal of maidenhood upon Tess’s countenance that he gazed at her with a stupefied air”* [Hardy, 2008, p. 257].

Однако в греческой мифологии существует миф о Артемиде и Актеоне, знаменитом охотнике, который увидел обнаженную Артемиду и был превращён в оленя, которого затем растерзали собаки. Таким образом, точно так же, как Артемида, Тэсс убила Алека, потому что он пытался воспользоваться ею. Более того, Тэсс, также сравнивается с Деметрой, греческой богиней плодородия и покровительницей земледелия, потому что Тэсс, как и Деметра, очень близка к природе: *“It was then, as has been said, that she impressed him most deeply. She was no longer the milkmaid, but a visionary essence of woman — a whole sex condensed into one typical form. He called her Artemis, Demeter, and other fanciful names half teasingly, which she did not like because she did not understand them”* [Hardy, 2008, p. 146].

Энджел, в свою очередь, олицетворяет Аполлона, бога оракулов, целительства, стрельбы из лука, музыки и искусств, солнечного света, знаний. Он напоминает Аполлона, потому что в начале произведения он любит музыку и танцы, излучает радость и свет. Аполлон также изображается в мифах как бог, пасущий белый скот и играющий на лире. Энджела, который днем работает среди скота, а по вечерам играет на арфе, любят многие и считают его настоящим джентльменом: *“Mr. Angel Clare — he that is learning milking, and that plays the harp... Yes, he is quite the gentleman-born”* [Hardy, 2008, p. 129]. Однако в конце произведения Энджела олицетворяет более взрослого и нежного Аполлона, который приносит благословение людям. Тэсс боготворила и поклонялась Энджелу: *“They then walked on under the trees, Tess turning her head every now and then to look at him. Worn and unhandsome as he had become, it was plain that she did not discern the least fault in his appearance. To her he was, as of old, all that was perfection, personally and mentally. He was still her Antinous, her Apollo even”* [Hardy, 2008, p. 408]. Более того, следует принять во внимание, что Стоунхендж, куда Тэсс и Энджел бегут в конце произведения, является храмом солнца, таким образом, это место связано с Аполлоном, богом Солнца.

Следует отметить, что Томас Гарди использует как имплицитные, так и эксплицитные мифологические аллюзии с целью создания глубинной характеристики. Таким образом, выступая в качестве основного средства описания героев, аллюзия вызывает эмоциональные ассоциации, затрачивая минимальный объем языковых средств.

Произведения Шекспира также оказали большое влияние на Томаса Гарди: оба писателя имели трагическое мировоззрение и писали об этом. Но трагическое видение обоих художников сильно отличается друг от друга. Например, все герои Гарди являются самыми обычными людьми с добрым сердцем, в то время как Шекспир больше писал о людях с высоким статусом. Также в трагедиях Шекспира герой сам решает свою судьбу, а у Гарди все действия героев определяются обстоятельствами, которые находятся вне их

контроля. Так, например, Гарди использует отрывок из пьесы Шекспира «Два веронца» в качестве эпиграфа к книге: *“Poor wounded name! My bosom as a bed/ Shall lodge thee”* [Hardy, 2008, p. 2]. Эта аллюзия предвосхищает тот смысл, который предстоит увидеть читателю в самом произведении. Более того, использование аллюзии в эпиграфе придает тексту загадочности и побуждает читателя к размышлению и повторному прочтению.

Для описания Энджела Томас Гарди также ссылается на «Макбет»: *“the appearance of the third and youngest would hardly have been sufficient to characterize him; there was an uncribbed, uncabined aspect in his eyes and attire, implying that he had hardly as yet found the entrance to his professional groove.”* [Hardy, 2008, p. 22]. Однако Гарди меняет оригинальную цитату с: *“I am cabin’d, cribb’d”* на *“uncribbed, uncabined”* чтобы показать свободу и независимость Энджела в начале произведения.

Томас Гарди также использует аллюзию на трагедию «Ромео и Джульетта», чтобы показать обреченность отношений Тэсс и Энджела: *“She was conscious of the notion expressed by Friar Laurence: ‘These violent delights have violent ends.’”* [Hardy, 2008, p. 233]. Более того, Алек при встрече с Тэсс начинает флиртовать с ней, но она этого не понимает: *“I have been watching you from over the wall — sitting like Im-patience on a monument, and pouting up that pretty red mouth to whistling shape, and whooing and whooing, and privately swearing, and never being able to produce a note.”* [Hardy, 2008, p. 67]. Здесь мы видим отсылку на комедию «Мера за меру». Но в этом фрагменте есть и отсылка на комедию «Двенадцатая ночь», в которой Виола, переодевая в Цезарио, рассказывает герцогу о своих чувствах.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что произведения Шекспира сильно повлияли на мировоззрение и творчество Томаса Гарди. Он использовал прецедентные имена, высказывания и ситуации из произведений Шекспира с целью передать свою субъективную точку зрения и придать дополнительный смысл.

Таким образом, прецедентные тексты играют большую роль в идиостиле Томаса Гарди. Исследование показывает, что чаще всего он обращался к Библии, греко-римской мифологии, и работам Шекспира. В его работах прецедентные тексты выполняют следующие функции: оценки, моделирующую, людическую, экспрессивно-декоративную, эстетическую, и смыслопорождающую функции.

#### Литература и источники

1. Дубовицкая, Л. В. Функции прецедентности иконических компонентов креолизованных текстов // Вестник МГОУ, Серия «Лингвистика», № 2/2012. – С. 15-20.
2. Завьялова, Г. А. Прецедентные феномены в детективном дискурсе (на материале английского и русского языков) / Г. А. Завьялова, Л. П. Прохорова; Кемеровский государственный университет. – Кемерово, 2018. – С. 1-37.
3. Gordon, George. Shakespearian Comedy and other Studies. L.: Oxford University Press, 1944. – P. 50-76.
4. Millgate, Michael. Thomas Hardy Reappraised: Essays in Honour of Michael Millgate. University of Toronto Press, 2006. – P. 30-50.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц., зав. кафедрой романо-германской филологии Прохорова Л.П., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

# КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКОВЫХ ЕДИНИЦ

УДК 81'42

## АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ДОМИНАНТЫ КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУР (НА ОСНОВЕ СОВРЕМЕННЫХ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ)

*Агibalова Д. М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[d.agibalova@bk.ru](mailto:d.agibalova@bk.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена выявлению и сопоставлению аксиологических доминант в сфере семейных ценностей у представителей российской и китайской лингвокультур (ЛК). Актуальность данного исследования заключается в сосредоточении научного интереса вокруг проблематики ценностей в МКК (межкультурной коммуникации). Объектом нашего исследования являются ценностные установки в выявленных тематических группах (ТГ) «супружеские ценности», «детско-родительские ценности», «общие ценности». Предметом исследования послужил лингвокультурологический аспект изучения ценностных установок. Цель работы: выявление доминантных аксиологем в аксиосфере китайской и русской ЛК на материале текстов в медиaprостранстве. Задачи исследования: 1) изучение теоретической базы по данной теме; 2) выявление и сопоставление аксиологических доминант изучаемых ЛК; 3) реконструирование аксиологической картины мира в сфере семейных ценностей; 4) описание лингвокультурной специфики полученных в ходе исследования результатов.

**Ключевые слова:** аксиологема, аксиосфера, аксиологические доминанты, концепт, концептосфера, семейные ценности.

## AXIOLOGICAL DOMINANTS OF CHINESE AND RUSSIAN LINGUOCULTURES (BASED ON MODERN FAMILY VALUES)

*Agibalova D.M.*

Kemerovo State University

[d.agibalova@bk.ru](mailto:d.agibalova@bk.ru)

**Annotation.** The article is devoted to the identification and comparison of axiological dominants in the sphere of family values among representatives of two linguistic cultures (LC): Russia and China. The relevance of this research lies in the concentration of scientific interest around the problem of values in the ICC (intercultural communication). The object of our research is the value attitudes in the identified thematic groups (TG) "marital values", "child-parent values", "common values". The subject of the study was the linguoculturological aspect of the study of value attitudes. The aim of the work was to identify dominant axiologemes in the axiosphere of Chinese and Russian LC. Research objectives: 1) study of the theoretical basis on this topic; 2) identification and comparison of the axiological dominants of the studied LC; 3) reconstruction of the axiological picture of the world in the field of family values; 4) description of the linguistic and cultural specifics obtained during the study.

**Keywords:** axiologeme, axiosphere, axiological dominants, concept, conceptosphere, family values.

Язык – способ выражения мысли, он вариативен и способен транслировать как сознание одного человека, так и общества в целом. В силу уникальной природы человека порождение речи является результатом его мыслительной деятельности, отражающей принадлежность к какой-либо лингвокультуре, так «язык есть важнейший способ

формирования и существования знаний человека о мире» [Маслова, 2001]. Активное изучение языка с точки зрения антропоцентрической парадигмы в современной лингвистике закономерно приводит к рассмотрению человека как главного субъекта порождения речи и как главного носителя ценностей. Вследствие чего человеческая речь как отражение аксиологического потенциала лингвокультуры становится объектом изучения лингвистов.

В рамках антропоцентрической парадигмы следует выделять когнитивную лингвистику и лингвокультурологию. В двух данных направлениях отражение специфики ЛК приходится на выделение термина «концепт». С точки зрения когнитивной лингвистики, концепт рассматривается как «ментальное образование, своеобразный фокус знаний о мире, когнитивная структура, включающая разнотипные единицы оперативного сознания» [Пименова, 2016, с. 58]. С точки зрения лингвокультурологии, термин понимается как «многомерное смысловое образование, в котором выделяются ценностная, образная и понятийная стороны» [Карасик, 2002, с. 132], а также является способом по «реализации ценности этносов» [Евсюкова, 2016, с. 248]. Таким образом, концепт – это ментальная единица общественного сознания, хранящая в себе аксиологическую, образную и понятийную информацию.

Рассмотрение лингвокультурных особенностей концепта обращает наше внимание на такой раздел лингвистики, как лингвоаксиология. Лингвоаксиология – это междисциплинарная наука, образованная на стыке аксиологии и лингвистики для реконструирования аксиологической картины мира представителей разных ЛК. При исследовании ценностей двух культур необходимо обращение к таким понятиям, как аксиологема, аксиосфера и, как следствие, аксиологическая доминанта. Аксиологема – это «любое языковое выражение оценки в данном дискурсивном мире <...>, явные оценочные суждения, устойчивые сочетания, средства выражения эмфазы, номинативные средства квалификации» [Серебренникова, 2011, с. 25].

На материале текстов, представленных в русском и китайском медиапространстве, проанализированный нами материал на русском и китайском языках позволил определить общие ТГ. ТГ подразделяются на три блока: «супружеские ценности», «детско-родительские ценности», «общие ценности».

Анализ китайского медиа-пространства для ТГ «общие ценности» представляется в следующем виде: ядро группы включает в себя аксиологемы *любовь/爱 (11), счастье/幸福 (10), деньги/钱 (9)*. Ближнюю периферию составляет *порядок, гармония, работа по дому, границы, уважение*. Дальняя периферия представлена аксиологемами *понимание, равенство, чувство безопасности, благодарность, поддержка, терпеливость, умение брать на себя обязательства, психологически здоровые взаимоотношения, помощь, почтительность к родителям, забота, защита и свобода*. Ориентирующими словами послужили *家庭的/семья, 家庭的/семейный, 家人/члены семьи, 家里的/в доме*. ТГ «детско-родительские ценности» имеет следующую структуру: ядро характеризуется аксиологемами *любовь/爱 (11), уважение/尊重 (6), понимание/体谅 (6)*. Ближнюю периферию составляют *гармония и границы*. Дальняя периферия включает с себя *психологически здоровые отношения, почтительность к родителям, равенство, счастье, чувство безопасности, поддержку, терпеливость, свободу, умение брать на себя обязательства, защиту и благодарность*. Ориентирующими словами стали *孩子/дети/ребенок, 父母 /родители, 爸爸 /отец, 妈妈 /мать*. В ТГ «супружеские ценности» аналогично выделяется ядро и периферия: *любовь/爱 (7), понимание/体谅 (5) и счастье/幸福 (4)* характеризуют ядро группы. Периферию образуют такие аксиологемы, как *уважение, забота, благодарность, гармония, верность, терпеливость, работа по дому, поддержка, умение брать на себя обязательства, психологически здоровые отношения, границы*. Ориентирующими словами служат *结婚, 丈夫, 妻子*.

Таблица 1. Ядерные ценности китайской ЛК

	Супружеские ценности	Детско-родительские ценности	Общие ценности
Ядерные аксиологемы	любовь (7), понимание (5), счастье (4)	любовь (11), уважение (6), понимание (6)	любовь (11), счастье (10), деньги (9)

Таким образом, в китайской лингвокультуре выявлена иерархия тематических групп следующего типа: первое место занимают *общие семейные ценности* – 22 ключевых слова; второе место включает *детско-родительские ценности* – 16 ключевых слов; третье место содержит *супружеские ценности* – 14 ключевых слов.

Анализ русского медиа-пространства в ТГ «супружеские ценности» характеризуется ядром с аксиологемами *любовь (27)*, *уважение (12)*, *компромисс (6)*. Ближнюю периферию характеризуют: *благодарность*, *внимание*, *забота*, *доверие*, *понимание*, *личное пространство*, *умение прощать*. Дальняя периферия включает в себя *умение слышать и слушать*, *распределение обязанностей*, *верность*, *умение идти на уступки*, *открытость и честность*. Ориентирующими словами для группы послужили *брак*, *муж*, *жена*, *партнер*, *отношения*.

Ядерными аксиологемами, которые составляют ТГ общих семейных отношений, являются *любовь (12)*, *уважение (7)*, *компромисс (7)*. Ближнюю периферию группы общих семейных ценностей составляют аксиологемы *доверие*, *поддержка*, *помощь*. Для дальней периферии характерны *забота*, *распределение обязанностей*, *понимание*, *умение прощать*, *открытость и честность*, *личное пространство*, *умение слышать и слушать*, *верность*, *гармония*. Ориентирующими словами стали *в семье*, *члены семьи*, *семья*, *семейные отношения*.

ТГ «детско-родительские ценности» описывается 6 ключевыми словами. Ядром являются аксиологемы *забота (5)*, *любовь (4)*, *уважение (4)*. Периферию группы составляют *помощь* и *распределение обязанностей*. Ориентирующие слова представлены такими лексическими единицами как *дети*, *родители*, *родственники*.

Таблица 2. Ядерные ценности русской ЛК

	Супружеские ценности	Детско-родительские ценности	Общие ценности
Ядерные аксиологемы	любовь (27), уважение (12), компромисс (6)	забота (5), любовь (4), уважение (4)	любовь (12), уважение (7), компромисс (7)

Так, в русской лингвокультуре наблюдается иерархичность отличного типа: на первом месте стоят *супружеские ценности* – 17 ключевых слов; второе место занимают *общие семейные ценности* – 16 ключевых слов; третье место включает *детско-родительские ценности* – 6 ключевых слов;

Сопоставление трех ТГ в исследуемых лингвокультурах представило возможность для выявления сходств и различий. Для ТГ «общие семейные ценности» в двух лингвокультурах характерно выделение общего элемента – *любовь*. В китайской же, наряду с аксиологемой *любовь* зафиксированы аксиологические доминанты *счастье*, *деньги*. В то время как в русской, вместе с аксиологемой *любовь*, характеризующими тематическую группу доминантами стали *уважение*, *компромисс*. В ТГ «детско-родительские ценности» в китайской и русской ЛК имеет больше сходств, чем различий, позволяет выделить такие общие аксиологические доминанты, как *любовь* и *уважение*. Различия заключаются в выделении китайской лингвокультурой аксиологической

доминанты *понимание*, а русской лингвокультурой - *забота*. Общим элементом тематической группы «супружеские ценности» выступает *любовь*. Различия тематической группы «супружеские ценности» представляются в выделении аксиологем *понимание, счастье* в китайской лингвокультуре, а также наличием аксиологем *компромисс, уважение* - в русской.

Исследование показало, что для представителей русской лингвокультуры преобладающим типом отношений в семейной сфере являются супружеские отношения с выделяемыми ценностными доминантами *любовь, уважение, компромисс*. В то время как для представителей китайской лингвокультуры преобладающими типом выступают отношения между всеми членами семьи с доминирующими аксиологемами «любовь», «счастье», «деньги».

В ходе исследования был применен сопоставительный анализ семейных ценностей, который позволил выявить как единство, так и расхождение ценностного потенциала двух лингвокультур. Т.к. для каждой из групп были выделены и контекстуально описаны аксиологические доминанты, это позволило отразить специфику ценностных установок каждой изучаемой ЛК. Помимо этого удалось определить иерархическую зависимость между ними, характеризующуюся лингвокультурной спецификой русского и китайского менталитета.

#### **Литература и источники**

1. Евсюкова, Т. В. Лингвокультурология [Электронный ресурс]: учебник. 4-е изд., стер. / Т.В. Евсюкова, Е.Ю. Бутенко. – М.: ФЛИНТА, 2016. – 480 с.
2. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
3. Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: коллективная монография / под редакцией Е.Ф. Серебренниковой [и др.]. – М.: ТЕЗАУРУС, 2011. 352 с.
4. Маслова, В. А. Лингвокультурология / В.А. Маслова. – М.: Академия, 2001. – 208 с.
5. Пименова, М. В. Концептуальная картина мира / М.В. Пименова. // Когнитивная лингвистика и концептуальные исследования. – 2012. Вып. 17. – С. 73-81.

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

**УДК 811.111**

### **СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С СЕМАНТИКОЙ «ПРЕСТУПЛЕНИЕ – НАКАЗАНИЕ» В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

*Губер Н. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Данное исследование посвящено сравнительно-сопоставительному анализу фразеологических единиц, репрезентирующих концепты «Преступление» и «Наказание» в английском и русском языках. Своеобразие этой тематической сферы изучается на материале фразеологизмов, которые были получены из лексикографических источников. Целью исследования является комплексное сопоставительное изучение указанных фразеологических единиц на семантическом уровне, что позволяет выявить специфику фразеологизации данных концептов и их образно-метафорическую основу.

Полученные результаты могут использоваться в практических курсах сопоставительной фразеологии английского и русского языков, а также в курсе лексикологии.

**Ключевые слова:** фразеологизм, сопоставительный анализ, языковая картина мира, английский язык, русский язык, преступление, наказание.

## COMPARATIVE ANALYSIS OF PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE SEMANTICS OF “CRIME – PUNISHMENT” IN RUSSIAN AND ENGLISH

*Guber N.V.*

Kemerovo State University

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

**Summary.** This study is devoted to the comparative analysis of phraseological units representing the concepts of “Crime” and “Punishment” in English and Russian. The peculiarity of this thematic sphere is studied on the material of phraseological units that were obtained from lexicographic sources. The purpose of the study is a comprehensive comparative study of these phraseological units at the semantic level, which allows us to identify the specifics of phraseologization of these concepts and their figurative and metaphorical basis. The results obtained can be used in practical courses of comparative phraseology of English and Russian languages, as well as in the course of lexicology.

**Keywords:** phraseology, comparative analysis, language picture of the world, English, Russian, crime, punishment.

Современное языкознание уделяет особое внимание сравнительно-сопоставительному анализу языков, рассматривая язык как носитель культурных особенностей, которые впоследствии передаются другим поколениям людей. Освоить язык – значит освоить и культурные ценности, накопленные народом. Сопоставление фразеологических единиц (ФЕ) разных языков имеет важное значение в современной лингвистике. Это объясняется тем, что фразеология является важным звеном в изучении любого языка, а также служит источником познания культуры народа. Однако фразеологизмы – это важное отражение не только культуры изучаемого языка: они ещё и носители быта, истории и языковой картины мира людей, говорящих на нём.

Сопоставительное изучение фразеологизмов позволяет лучше понять синтаксические, лексические и морфологические особенности языков, а также расширить знания об истории, литературе, особенностях национального характера носителей сопоставляемых языков.

В последнее время интерес учёных к сопоставительному исследованию фразеологии различных языков существенно вырос. При этом исследователи выбирают фразеологические единицы, имеющие сходную тематику или семантическое значение в разных языках, и анализируют их структуру, семантику и употребление.

Для начала определим, что такое фразеологизм. Фразеологизм – это лексически неделимое, устойчивое в своём составе и структуре, целостное по значению словосочетание, воспроизводимое в виде готовой речевой единицы (по определению В. В. Виноградова) [Виноградов, 1977, с. 28].

Фразеологические единицы есть в любом языке, и изучение английских фразеологизмов всегда представляло большой интерес для лингвистов. Уже давно ведутся исследования в области фразеологии английского языка.

Поскольку данная работа посвящена исследованию фразеологизмов с семантикой «Преступление» и «Наказание», рассмотрим, что может считаться преступлением и наказанием.

Преступление – правонарушение, противозаконное действие, подлежащее ответственности, наказанию. Результатами подобного действия может стать физический,

моральный, материальный ущерб. Наказанием считается мера воздействия на того, кто совершил преступление, проступок.

При написании работы использовались 42 русских и 39 английских фразеологизмов, связанных с темой «Преступление».

Концепты «Преступление» и «Наказание» в русской лингвокультуре тесно связаны между собой и представлены единым целым: за преступлением закономерно следует наказание. Этот факт определяет особенности данных концептов в русской языковой картине мира [Шанский, 1985].

Анализируя русские пословицы и поговорки, репрезентирующие концептуальное единство «Преступление – Наказание», можно отметить, что сами слова «преступление» и «наказание» в них не употребляются. Вместо них используются замены, подразумевающие под собой незаконные действия: *вор (воровать), злое ремесло, вина, виновный, украсть, заварить кашу* и др.

Слово «наказание» также заменяют синонимы: *мука, кара, суд, сидеть в яме, быть битым, неволя, выхлёбывать, расхлёбывать* и др.: *Год торгуй, два воруй, а три в яме сиди; Легко воровать, да тяжело отвечать; Каков грех, такова и расправа; Кто накрошил, тот и выхлебай; Сколько вору ни воровать, а виселицы не миновать; Нельзя исцелить, так можно отрубить.*

Вероятно, использование подобных замен связано с так называемой «поэтической» частью устной народной речи, которая стремится красочно и иногда иносказательно донести до людей главную мысль [Климович, Фаткуллина, 2015]. Частотность употребления слов, семантически связанных с воровством: *вор, воровать, таскать, брать, взять, украсть* – говорит о распространённости этого вида преступления: *залезать в карман; прибираться к рукам; что ни двор, то вор.*

Во многих русских фразеологизмах тематики «Преступление» используется слово «рука» или его синонимы (например, лапа): *брать/давать на лапу; греть руки; запускать лапу; обагрять руки в крови; прибираться к рукам; давать волю рукам* [Пословицы русского народа, 1989].

Использование данного слова объясняется тем, что ещё с древнейших времён рука – это орудие труда человека, и едва ли не все действия человек выполняет непосредственно руками. Первоначальное значение этого слова – «собирать», что и делает человек, совершающий воровство: он «прибирает» к себе чужое.

В отличие от русского языка в англоязычной картине мира преступление проецируется сквозь призму доказательности. Наказание, в свою очередь, понимается как остановка незаконных поступков, выступает как показательный пример. Наказание может быть соразмерным преступлению (по закону, не по закону) или наоборот – несоразмерным.

В идиомах отразилась английская правовая культура, специфика преступлений и мер наказания, ценности справедливости, порядка, а также несоблюдения и нарушения закона. В семантике идиом и контекстах, в которых они употребляются, было раскрыто концептуальное содержание преступления и наказания. Наказание – это пресечение незаконной деятельности, урок, предательство, несправедливость. Преступление – свидетельство, доказательство, признание.

В то время как большинство русских фразеологизмов преступление связывают с воровством, в английском можно найти много фразеологизмов, связанных непосредственно с избиениями и убийствами: *Send smb to his account* – отправить кого-то на тот свет, убить; *take smb for an airing* – ужокошить кого-либо (увесть жертву за город); *to give smb beans* – всыпать кому-то; *bathe in blood* – учинить кровавую расправу; *burst smb.'s boiler* – погубить кого-либо.

Если в русском сознании со словом «преступление» прочно ассоциируется слово «рука», то в основе многих английских фразеологизмов, связанных с преступлением, лежит слово «кровь»: *bathe in blood* – учинить кровавую расправу; *blood and iron* –

беспощадное применение силы; *have smb.'s blood on one's hands* – быть ответственным за гибель кого-либо; *shed smb.'s blood* – пролить чью-либо кровь. Это может быть связано с тем, что кровь в кельтской традиции является хранилищем жизненной силы и духовного начала.

Однако в русском и английском языках можно найти и похожие моменты – например, несопоставимость/сопоставимость наказания и совершенного преступления. В русском языке: *Каков грех, такова и расправа; богатому идти в суд – трын-трава; бедному – долой голова; на деле прав, а на бумаге виноват*. В английском языке: *Jersey justice* – наказание, которое кажется строже, чем требует преступление; *slap on the wrist* – более лёгкое наказание, неравноценное проступку.

Таким образом, настоящее исследование позволяет сделать вывод о том, что есть общие черты и различия в восприятии преступления и наказания в русско- и англоязычной лингвокультурах. Кроме того, в основе многих фразеологизмов данной сферы лежит конкретный образ, который позволяет народу сформировать представление о том или ином явлении. Изучение фразеологизмов позволяет выявить мироощущение и языковую картину мира народа, говорящего на данном языке.

#### Литература и источники

1. Виноградов, В. В. Лексикология и лексикография: Избранные труды. - М.: Наука, 1977 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://obuchalka.org/2016110591627/leksikologiya-i-leksikografiya-izbrannie-trudi-vinogradov-v-v-1977.html> (дата обращения: 01.04.2023).
2. Шанский, Н. М. Фразеология современного русского языка [Электронный ресурс]. – М.: Высшая школа, 1985 - Режим доступа: <https://www.klex.ru/j6d> (дата обращения: 27.03.2023).
3. Климович, О. В., Фаткуллина, Ф.Г. Фразеологизмы со значением «преступление» и «наказание» в русской языковой картине мира // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2-26. – С. 5963-5967. – Режим доступа: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=38539> (дата обращения: 20.03.2023).
4. Пословицы русского народа: сборник В. Даля. В 2-х т. [Электронный ресурс]. — М.: Художественная литература, 1989. — 449 с. - Режим доступа: <https://imwerden.de/publ-5760.html> (дата обращения: 03.04.2023).

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доцент кафедры романо-германской филологии Ермолаева Е. Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 808:81'27'276**

#### **ПРИЕМЫ РЕЧЕВОГО ВОВЛЕЧЕНИЯ В МИКРОБЛОГАХ НА РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И КИТАЙКОМ ЯЗЫКЕ**

*Ивлева П. М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[alinye0710@gmail.com](mailto:alinye0710@gmail.com)

**Аннотация.** Исследование посвящено понятию речевого вовлечения в микроблогах. Актуальность работы обусловлена проблематикой современной лингвистики и ее направлений, таких как социолингвистика, риторика и интернет-лингвистика. Доклад освещает понятия речевого вовлечения и речевого воздействия. Проблематика исследования связана с выявлением национальной специфики приемов речевого вовлечения. В результате исследования сделан вывод о том, что различия

закljučаются в визуальном оформлении материала, например, в обилии привлекающих внимание ярких картинок и надписей, и специфических для культуры лексических единицах. Авторы микроблогов стремятся к созданию близких и долгосрочных отношений с подписчиками, для чего необходимо активно поддерживать уровень коммуникативной вовлеченности пользователей. Это становится возможным с помощью выделенных приёмов вопроса, обращения и побуждения.

**Ключевые слова:** речевое вовлечение, речевое воздействие, интернет-коммуникация.

## SPEECH INVOLVEMENT IN MICROBLOGS IN RUSSIAN, ENGLISH AND CHINESE

*Ivleva P. M.*

Kemerovo State University

[aliney0710@gmail.com](mailto:aliney0710@gmail.com)

**Annotation.** This study is devoted to the concept of speech engagement in microblogs. The relevance of the work is due to the problems of modern linguistics, such as sociolinguistics, rhetoric and Internet linguistics. The report highlights the concepts of speech involvement and speech impact. The problematics of the study is related to the identification of the presence of national specifics of methods of speech involvement. As a result of the study, it was concluded that the differences lie in the visual design of the material, for example, in the abundance of eye-catching bright pictures and inscriptions, and in culture-specific lexical units. Microblogging authors strive to create close and long-term relationships with subscribers, for which it is necessary to actively maintain the level of communicative involvement of users. This becomes possible with the help of dedicated methods of questioning, appealing and inciting.

**Key words:** involvement, speech impact, internet-communication.

Помимо того, что сфера данного исследования связана с современными направлениями лингвистики и изучением понятия с неопределенными до конца границами [Катышев, 2015], актуальность так же обусловлена практическими проблемами современного общества, связанными с общением и взаимодействием коммуникантов в виртуальном пространстве. Под речевым вовлечением в данном исследовании понимается речевое воздействие на адресата с целью вовлечения его в коммуникацию. С понятием речевого вовлечения тесно связано понятие речевой вовлеченности. Речевая вовлеченность – это степень когнитивного и поведенческого участия в коммуникативном процессе. Это понятие считается противоположным отказу от общения [Гуляева, 2016]. Оно фигурирует в психологии, социолингвистике, маркетинге, интернет-коммуникации и т.д. При сопоставлении понятий языкового вовлечения и вовлеченности в коммуникацию, можно понять, что последнее является результатом и целью первого. Чтобы адресат сохранял вовлеченность в коммуникацию, адресанту нужно ее поддерживать, придерживаясь стратегиям речевого вовлечения и использовать для этого приемы речевого вовлечения.

Так как жанр микроблога подразумевает под собой письменный дискурс. При этом виде коммуникаций и дискурса, коммуниканты лишены общего контекста и не могут к нему обратиться [Катышев, 2016].

Соответственно, из ряда приемов, доступных адресанту при устной коммуникации, отменяются приемы невербальной коммуникации, использование интонации и зрительного контакта. Следовательно, привлечь читателя к коммуникации хозяин микроблога может только с помощью формулировки предложений и использования подходящей лексики.

Самый часто используемый пример среди авторов микроблогов — это вопрос, заданный своим подписчикам в конце или начале поста. Видя вопрос, направленный не

конкретно на одного читателя, а, скорее, на всю аудиторию (что делает его схожим с риторическим вопросом), читатель бессознательно захочет на него ответить и прокомментирует, тем самым он вступает в коммуникацию. Не отвеченный вопрос вызывает чувство незавершенности, открытости, с чего начинается коммуникативная вовлеченность адресата. «*А как вы встречаете свое утро?*», «*Ждёшь лета?*» «*when is a story 'too long' to read?*» и т.д. Данный прием активно используется как в микроблогах на русском и китайском языке, так и в англоязычном сегменте.

Следующая популярная стратегия, используемая авторами микроблогов на всех трех вышеперечисленных языках, — стратегия провокации. Автор публикует пост с провокационным высказыванием или мнением, например, «*Место женщины на кухне!*». Такой пост привлечет внимание значительного количества пользователей, которые начнут комментировать контраргументы против данного скандального высказывания. Содержание таких постов часто носит аморальный характер, они могут содержать оскорбления и непристойную лексику. Такой прием среди пользователей социальных сетей называют «кликбейт», от англ. *click* — щелкать, и *bait*-наживка.

Приемом речевого вовлечения также может считаться обращение к определенному читателю или группе читателей: «*Жители Санкт-Петербурга!*», «*Самара!*», «*People of New York!*» и т. д. Видя обращение к себе, читатель чувствует нужду ответить на вопрос в посте или же просто его прокомментировать. Так же используются прямые побуждения к вступлению в коммуникацию: «*Пишите ваше мнение в комментариях!*», «*欢迎你在底下留言, 和我们交流看法! (Вы можете оставить сообщение ниже и обменяться мнениями с нами!)*».

Исследование показало, что авторы из разных лингвокультур используют общие успешные приемы речевого вовлечения, что может быть обусловлено особенностями интернет-коммуникации, основное влияние на которую оказала всеобщая глобализация. Для интернет-коммуникации характерно некоторое «смазывание» языковых и культурных барьеров. Однако, несмотря на использование общих приемов, внутри них сохраняются лингвокультурные особенности, характерные для носителей языка, на котором ведется микроблог, заключающиеся в выборе специфических лексических единиц, использовании понятий, существующих только в определенной культуре и упоминании реалий и событий, происходящих внутри данной культуры.

### Литература и источники

1. Гуляева, М. А. Теоретические основы изучения вовлеченности в коммуникацию / М. А. Гуляева // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. — 2016. — № 9-10. — С.65-68.
2. Катышев, П. А. Вовлечение с позиций риторической критики / П. А. Катышев, Б. Е. Кильдибекова // Вестник Кемеровского государственного университета. — 2015. — №4. — С.89-95.
3. Катышев, П. А. К вопросу о судебной лингвистической экспертизе по делам, связанным с вовлечением в деятельность нелегальных организаций / П. А. Катышев, С. В. Оленев // Acta Linguistica Petropolitana. Труды института лингвистических исследований. — 2016. — №3. — С.407-418.

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

**О ПОЛОЖЕНИИ И ПОТЕНЦИАЛЕ РАЗВИТИЯ КРЕОЛИЗОВАННЫХ  
ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ В КОММУНИКАТИВНОЙ ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ**

*Коршунова Э. Д.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[elina\\_k1711@mail.ru](mailto:elina_k1711@mail.ru)

**Аннотация.** В предложенной статье рассматривается один из типов коммуникативных единиц, функционирующих в сети интернет – креолизованный интернет-мем. В рамках данного исследования представляется авторский взгляд на предмет креолизованного интернет-мема: определение данного феномена, положение рассматриваемого явления по отношению к другим звеньям типологии интернет-мемов. Автором выделяется новейшая разновидность интернет мемов, бытующая в особых локусах пространства Интернета, определяемая как креолизованный видеомем. Также автором высказываются предположения о тенденции дальнейшего развития креолизованного интернет-мема в соотношении его с другими типами интернет-мемов. В заключение статьи обозначается вектор дальнейшего изучения феномена креолизованного интернет-мема.

**Ключевые слова:** мем, интернет-мем, креолизованный текст, креолизованный видеомем, социальные сети, интернет-коммуникация, коммуникативная среда.

**ON THE POSITION AND POTENTIAL OF THE DEVELOPMENT OF  
CREOLIZED INTERNET MEMES IN THE COMMUNICATIVE INTERNET  
ENVIRONMENT**

*Korshunova E.D.*

Kemerovo State University

[elina\\_k1711@mail.ru](mailto:elina_k1711@mail.ru)

**Annotation.** The proposed article considers one of the types of communicative units functioning on the Internet – a creolized Internet meme. Within the framework of this study, the author's view on the subject of the creolized Internet meme is presented: the definition of this phenomenon, the position of the phenomenon in question in relation to other links in the typology of Internet memes. The author highlights the newest kind of Internet memes that exist in special loci of the Internet space, defined as a creolized video meme. The author also makes assumptions about the trend of further development of the creolized Internet meme in relation to other types of Internet memes. In conclusion, of the article, the vector of further study of the phenomenon of the creolized Internet meme is indicated.

**Key words:** meme, internet meme, creolized text, creolized video meme, social networks, internet communication, communicative environment.

Явление, называемое мемом, нередко попадает в поле зрения исследователей. Однако их внимание к данному феномену зачастую обусловлено не интересом к мему как таковому, а пересечением его с другими научными сферами. Между тем сфера мемов стремительно развивается, появляются новые образцы и формы данных текстов, до сих пор не получившие должного внимания ученых.

В настоящей статье мы рассмотрим такую разновидность мема как креолизованный интернет-мем, проанализируем его положение по отношению к другим типам интернет-мемов, а также попытаемся сформулировать дальнейшие тенденции развития данного типа текста.

Впервые понятие «мем» было введено Р. Докинзом в книге «Эгоистичный ген». Под мемом Ричард Докинз понимал любую идею, символ, манеру, ситуацию или образ

действия, осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку посредством речи, письма, видео, ритуалов, жестов и т.д. [Докинз, 1993].

Такой подход, на наш взгляд, является весьма обширным и не вполне соотносится с понятием мема, сформированном в сознании современного человека. Справедливо будет отметить, что обычно понятие «мем» у среднестатистического интернет-пользователя ассоциируется со смешной картинкой или вирусным видео. В этой связи правомерно будет сузить предмет разговора до понятия «интернет-мем», соотносящегося с представлением людей о меме в целом.

Возникает вопрос: что понимать под интернет мемом? В статье «Что такое интернет-мем?» С.В. Канашина приводит определение интернет-мема в широком традиционном понимании: «интернет-мем – комплексный феномен интернет-коммуникации, представляющий собой целостную, завершенную единицу, с текстом и картинкой в квадратной рамке» [Канашина, 2017, с. 85]. Данное определение является весьма спорным, так как сужает предмет интернет-мема до креализованного текста, не принимая во внимание сугубо вербальные или визуальные разновидности мемов.

В то же время Щурина выделяет следующие типы интернет-мемов: текстовый мем, мем-картинка, видеомем, креализованный мем [Щурина, 2012, с. 164]. Данная типология расширяет предметную область интернет-мемов, вступая в полемику с позицией Канашиной.

В нашей статье мы будем рассматривать явление интернет-мема опираясь на типологию Ю.В. Щуриной, признавая определение, данное в статье Канашиной, в качестве определения креализованного интернет-мема.

Помимо прочего в статье «Что такое интернет-мем?» приводятся следующие характеристики интернет-мема: вирусность, реплицируемость, эмоциональность, серийность, микрия, минимализм формы, полимодальность, актуальность, юмористическая направленность, медийность, фантазийный характер [Канашина, 2017, с. 86]. Данные характеристики мы, в рамках данной работы, также будем рассматривать применительно сугубо к креализованным интернет мемам.

Принимая во внимание, сказанное выше, мы можем сформулировать собственное определение креализованного интернет-мема. Креализованный интернет-мем – это полимодальная реплицируемая коммуникативная единица, функционирующая в сети Интернет и призванная спровоцировать адресата на эмоциональный отклик.

На данный момент креализованный интернет-мем является наиболее продуктивным и популярным типом интернет-мемов. Следствием такой популярности становится постепенное вытеснение из коммуникативного интернет-пространства данным типом интернет-мемов остальных типов: мем-картинка, текстовый мем, видеомем. Более того, существует тенденция креолизации отдельных образцов типов некреализованных мемов. Данный факт свидетельствует о главенствующей позиции креализованного интернет-мема по отношению к остальным типам интернет-мемов.

Новейшим проявлением креализованного интернет мема можно считать креализованный видеомем, наиболее распространенный на интернет таких платформах как TikTok, VK Клипы, YouTube. Подобное явление позволяет нам предполагать, что различные типы интернет-мемов с каждым разом стремятся к наиболее глобальному процессу синтеза, вследствие которого образуется разновидность полимадального текста, обнаруживающая в себе компоненты всех типов интернет-мемов сразу.

Относительно тенденции дальнейшего развития креализованного интернет-мема мы считаем правомерным выдвинуть следующие предположения:

1. Креализованный интернет-мем продолжит занимать лидирующие позиции в области продуктивности, продолжая отодвигать на задний план все остальные типы интернет-мемов;
2. Креализованный видеомем продолжит свое развитие в коммуникационной среде, но не сможет занять главенствующую позицию над креализованным интернет-

мемом, представляющим собой статичное изображение, в силу специфики продуцирования данной разновидности креолизованного текста;

3. Такие типы интернет-мемов как текстовый мем, мем-картинка, видеомем продолжают продуцироваться в интернет пространстве, но претерпят некоторые изменения: новые образцы данных типов текстов утратят вирусный характер, а примеры, претендующие на вирусность, будут подвергаться стремительному процессу креолизации; новые единицы некреолизованных мемов станут появляться все реже.

Причины стремления некреолизованных интернет-мемов переходить в новое качество, становясь текстом, совмещающим визуальную и вербальную составляющие, непосредственно связаны с темой, обозначенной в данной работе, однако являются предметом для отдельного обсуждения, выходящим за рамки данной статьи.

#### **Литература и источники**

1. Докинз, Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз – М.: Мир, 1993 – 318 с.
2. Канашина, С.В. Что такое интернет-мем? / С.В. Канашина - Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, no. 28 (277), 2017, с. 84-90.
3. Щурина, Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю.В. Щурина – Научный диалог, no. 3, 2012, с. 161-173.

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

**УДК 81`1**

## **ПОСЛОВИЦЫ КОРОНАВИРУСНОЙ ТЕМАТИКИ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

*Кызыласова Ю. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[shastun00@list.ru](mailto:shastun00@list.ru)

**Аннотация.** В статье представлен сопоставительный анализ русских и английских пословиц, включающих лексемы коронавирусной эпохи. Актуальность данного исследования обусловлена появлением огромного количества новых пословиц, связанных с темой пандемии коронавируса. Цель работы – систематизация имеющегося материала и выявление наиболее частотного способа трансформации прецедентных высказываний как в русском, так и в английском языке. Лингвистический анализ показал, что старые и легко узнаваемые пословицы актуализируются, когда в их состав в качестве сущностносинонимичных элементов вводится новая терминология, например, пришедшая в связи с пандемией новой коронавирусной инфекции. Мутации пословиц являются не только отрицанием языковых стереотипов, сложившихся в обществе, но и иронической репрезентацией новых жизненных устоев в изменившихся социально-исторических условиях.

**Ключевые слова:** прецедентный феномен, коронавирус, трансформация, языковая картина мира, пословица.

## **COVID-19 PROVERBS IN RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES**

*Kyzylasova Y.V*

Kemerovo State University

[shastun00@list.ru](mailto:shastun00@list.ru)

**Annotation.** The article presents a comparative analysis of Russian and English proverbs, including lexemes of the coronavirus era. The relevance of this study is due to the emergence of a huge number of new proverbs related to the topic of the coronavirus pandemic. The purpose of the work is to systematize the available material and identify the most frequent way of transforming precedent statements in both Russian and English. Modified proverbs are most often used in informal communication. Linguistic analysis has shown that old and easily recognizable proverbs are actualized when new terminology is introduced into their composition as essentially synonymous elements, for example, which came in connection with the pandemic of a new coronavirus infection. Mutations of proverbs are not only a denial of linguistic stereotypes that have developed in society, but also an ironic representation of new life principles in changed sociohistorical conditions.

**Keywords:** precedent phenomenon, coronavirus, transformation, linguistic picture of the world, proverb.

В последние годы тема прецедентных феноменов является одной из наиболее актуальных тем отечественной лингвистики. Факт пристального внимания языковедов к прецедентным феноменам связан с тем, что они, как правило, окрашены какими-то яркими эмоциями, раскрывающими специфику этноса и его языка. В связи с появлением в жизни людей такой новой реалии, как пандемия коронавируса, произошли значительные изменения уже существующих пословиц, находившихся в активном употреблении в речи. Измененные пословицы чаще всего употребляются в неформальной обстановке общения. В работе поставлена цель - выявить специфику трансформации пословиц русского и английского языков в пословицы коронавирусной эпохи, определить их роль в организации языковой картины мира данных народов, обладающих диаметрально противоположной культурой.

Материальную базу исследования составили: «Словарь пословиц русского языка» В.И. Даля, «Словарь русских ковидных антипословиц» под редакцией В. М. Мокиенко, Харри Вальтера, учебный интернет-форум «Здоровье», медицинский форум «Скорая помощь», а также материал газеты «Комсомольская правда». Выбор фактического материала во многом обусловлен его нетипичностью для среднестатистических носителей языка, так как в основном подобные пословицы чаще всего употребляются в речи работников медицинского звена.

В современной лингвистике актуальными являются исследования, направленные на изучение функционирования пословиц в речи представителей разных лингвокультур. Данные исследования обуславливают выделение такого феномена, как трансформация прецедентных высказываний, под которой понимается изменение уже существующих устойчивых выражений под влиянием процессов, происходящих в общественной жизни носителей языка. В работе особое внимание уделено «антипословицам». В справочнике «Русская речевая культура» антипословица характеризуется как «шутливая переделка пословицы, ее своеобразный смысловый антипод, использующийся как средство языковой игры» [Дунев, 2006, с.10-11]. Намеренное искажение и переименование известных пословиц, поговорок и других устойчивых выражений наблюдается во всех языках и преследует определенные цели. В основе любого вида трансформации лежит языковая игра. Термином "языковая игра", введенным в лингвистику Л. Витгенштейном, обозначается специфическое употребление языковых единиц, осознанное говорящим в функциональном отношении, т.е. соотнесенное со сферой общения [Витгенштейн, 1953, с. 710]. Языковая игра связана с активностью языковой личности и способностью творчески использовать языковые знания.

Проведенный анализ позволил выделить доминирующие в речи способы трансформации прецедентных пословиц:

По типу трансформации: 1) Формальная трансформация на основе омофонии. 2) Формально-семантическая трансформация на основе словообразования и полной замены исходного слова.

По месту трансформации в пословице: 1) Трансформируется только первая часть. 2) Трансформируется только вторая часть. 3) Трансформация происходит и в первой, и во второй частях.

Проиллюстрируем выдвинутое положение конкретными примерами:

Формально-семантическая трансформация на основе словообразования и полной замены исходного слова:

На бога надейся, а маску носи (интернет форум «Здоровье») – На бога надейся, а сам не плошай (Словарь пословиц русского народа).

Бойся китайцев, дары приносящих (интернет форум «Здоровье») – Бойся данайцев, дары приносящих (Словарь пословиц русского народа).

Обещанной вакцины 3 года ждут (Словарь русских ковидных антипословиц) – Обещанного три года ждут, а на четвертый отказывают (Словарь пословиц русского народа).

Формальная трансформация на основе омофонии:

Коронавирус на пороге, а ВОЗ и ныне там (Словарь русских ковидных пословиц) – А воз и ныне там (Словарь пословиц русского народа).

Баба с ВОЗу, кобыле легче (форум Скорая помощь) – Баба с возу, кобыле легче (Словарь пословиц русского народа).

Трансформация первой части:

Что русскому насморк, то немцу смерть (Словарь русских ковидных антипословиц) – Что русскому хорошо, то немцу смерть (Словарь пословиц русского народа).

Самоизоляцию пережить – не поле перейти (Словарь русских ковидных антипословиц) – Жизнь пережить – не поле перейти (Словарь пословиц русского народа).

Трансформация второй части:

Век живи, век лечись (Словарь русских ковидных антипословиц) – Век живи, век учись (Словарь пословиц русского народа). Переболела – гуляй смело. (Словарь русских ковидных антипословиц) – Сделал дело – гуляй смело (Словарь пословиц русского народа).

Мал санитарзер, да дорог (Словарь русских ковидных антипословиц) – Мал золотник, да дорог (Словарь пословиц русского народа).

Трансформация в обеих частях:

В магазин поспешишь – людей заразишь (форум Скорая помощь) – Поспешишь – людей насмешишь (Словарь пословиц русского народа).

С инфицированным жить – в карантине выть (Словарь русских антиковидных пословиц) – С волками жить по волчьей выть (Словарь пословиц русского народа).

Англоязычные пословицы также были проанализированы согласно данной классификации. В ходе анализа выяснилось, что абсолютно во всех случаях был представлен только один способ трансформации «в обеих частях»: They are met by a mask, they are escorted by temperature ( Встречают по маске, а провожают по температуре) - They are met by their clothes, they are escorted by their minds Do not have a hundred masks , but have an antiseptic ( Не имей сто масок, а имей антисептик) - Do not have a hundred dollars , but have a hundred friends

В английском языке было обнаружено выражение, которое не вошло в общую классификацию. Это пример самобытного текста (предложения). Better get vaccine late than get ill corona again (Лучше поздно привиться, чем снова болеть короной). Это выражение было придумано представителями американской нации. Его особенностью является рифма – главная часть предложения «better get vaccine late» рифмуется с придаточной частью «than get ill corona again».

Проведённый анализ позволяет сделать вывод о том, что явление ковидных пословиц в разных языковых культурах требует системного и всестороннего лингвистического исследования. Язык живо реагирует на процессы, которые происходят в обществе, и мгновенно отражает их. Языковая картина мира носителей русского и английского языка отразила явления пандемии в устойчивых выражениях. Языковая игра – это средство выражения личности. Результаты исследования показали, что преобладающим способом для образования ковидных «антипословиц» путем трансформации прецедентных феноменов является формально-семантическая трансформация на основе полной замены слова в исходном варианте пословицы.

#### **Литература и источники**

1. Витгенштейн, Л. Логико-философский трактат / Л. Витгенштейн. - Берлин.: 1953. – с. 7-10.
2. Дунев, А. И. Русская речевая культура/ А. И. Дунев, В. Д. Черняк. – СПб.: САГА Азбука-классика, 2006. – 218 с.
3. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. - М.: Наука, 1987. - 263 с.
4. Мокиенко, В. М. Словарь русского языка коронавирусной эпохи / В. М. Мокиенко СПб.; Институт лингвистических исследований РАН, 2021. – 241 с.

*Научный руководитель – канд. филологических наук доц. Булгакова О.А., ФБГОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 81'276.3-053.2**

### **ПРАГМАТИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА И СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДИМИНУТИВОВ В ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ ЛИЧНЫХ БЛОГОВ)**

*Левичева Е. В.*

ФБГОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[levicheva.liza@yandex.ru](mailto:levicheva.liza@yandex.ru)

**Аннотация.** В данной статье проанализированы термины «диминутивность» и «диминутив». Рассмотрены интерпретации этих терминов в английском и русском лингвистическом дискурсе. Описаны особенности образования диминутивов в обоих языках, а также особенности выражения категории диминутивности на современном этапе развития языка и влияние Интернет-дискурса на способы ее выражения. Диминутивы были определены нами как прагматические слова, следовательно, были описаны прагматические функции диминутивов. Также был проведен анализ личных блогов русскоязычных и англоязычных авторов с помощью сопоставительного и компонентного анализа. Было выявлено, что категория диминутивности может проявляться не только на лексическом и грамматическом уровне, но и с помощью эмодзи.

**Ключевые слова:** категория, диминутивность, аналитический, синтетический, эмодзи, Интернет, блог.

### **PRAGMATIC PROPERTIES AND STRUCTURAL AND SEMANTIC FEATURES OF DIMINUTIVES IN INTERNET DISCOURSE (ON THE EXAMPLE OF PERSONAL BLOGS)**

*Levicheva E.V.*

Kemerovo State University

[levicheva.liza@yandex.ru](mailto:levicheva.liza@yandex.ru)

**Abstract.** In this article, the terms "diminutivity" and "diminutive" are analyzed. The interpretations of these terms in English and Russian linguistic discourse are considered. The features of the formation of diminutives in both languages are described, as well as the features of the expression of the category of diminutivity at the present stage of language development and the influence of Internet discourse on the ways of its expression. Diminutives were defined by us as pragmatic words; therefore, the pragmatic functions of diminutives were described. The analysis of personal blogs of Russian-speaking and English-speaking authors was also carried out using comparative and component analysis. It was revealed that the category of diminutivity can manifest itself not only at the lexical and grammatical level, but also with the help of emoticons.

**Keywords:** category, diminutivity, analytical, synthetic, emoticons, Internet, blog.

В течение последних десятилетий сеть Интернет находилась в процессе непрерывного интенсивного развития, что привело к тому, что Интернет-коммуникация стала неотъемлемой частью жизни людей. Общение в виртуальном пространстве приобрело свои особенности в виде определенной лексики, использовании эмодзи, несоблюдении пунктуационных норм и грамматических правил. Помимо новых явлений, в сферу Интернет-коммуникации проникли и старые привычные нам категории языка, например, диминутивные формы. Однако средства выражения категории диминутивности претерпели определенные изменения.

Объект исследования – категория диминутивности в русском и в английском языках.

Предмет исследования – способы репрезентации категории диминутивности в русскоязычном и англоязычном Интернет-дискурсе.

Актуальность данной работы заключается в том, что каждый из нас является активным пользователем социальных сетей, а жанр личного блога, на основе которого проведено исследование, с каждым днем становится все более популярным. Категория диминутивности находит множество проявлений в этом жанре, являясь при этом мало изученной, - в этом заключается новизна данной работы.

Данная работа основана на материалах работ ученых и исследователей, которые были посвящены диминутивам и их функционированию в Интернет-дискурсе.

В ходе исследования был произведен сравнительный анализ большого количества определений терминов «диминутивность» и «диминутив» в работах отечественных и зарубежных авторов. На основе этого анализа был сделан вывод, что интерпретации данных терминов и в русском, и в английском языкознании имеют небольшие различия, но в целом их можно назвать аналогичными.

Общее определение можно сформулировать таким образом: диминутивность – это грамматическая категория, выражающая обобщенное значение малого размера или объема, обычно выражаемая с помощью добавления различных аффиксов, несущая различные эмоциональные окраски, такие как уменьшительность, ласкательность и т.д. Отсюда следует, что «диминутив» — уменьшительно-ласкательная форма слова или его уменьшительное производное.

Согласно В.В. Виноградову, значения, выражаемые диминутивами, можно описать как обширную гамму «...самых разнообразных оттенков экспрессии: сочувствия, иронии, пренебрежения, злобы, пестрой и противоречивой гаммы эмоций и оценок» [Виноградов, с.188].

Стоит отметить, что в связи с тем, что русский язык по своему формальному устройству является синтетическим, то категория диминутивности находит свое проявление в основном на лексическом уровне, за счет добавления приставок и суффиксов. Английский язык – аналитический, следовательно, кроме синтетических средств образования диминутивов, аналитические средства встречаются довольно часто.

Для подтверждения данного убеждения обратимся к примерам из социальных сетей пользователей сети Интернет: 1) А на самом деле есть, потому что они сделаны в день нашей свадьбы, это была такая прогулочка после ЗАГСа. 2) Дружочек мой красивый

3) Красненького захотелось. В этих предложениях присутствуют такие диминутивы, как

«прогулочка», «красненького», «дружочек». Они образованы синтетическим способом с помощью уменьшительно-ласкательных продуктивных суффиксов –чк, -ч, -еньк, которые добавляют высказываниям оттенок ласкательности и помогают передать эмоции, испытываемые авторами.

Для английской языковой традиции характерно использование аналитических диминутивов, образованных по шаблону прил.(димин.)+сущ. [Schneider, с.137-151]. Например, «little jellyfish», «tiny human», «little ginger». Чуть менее продуктивной является редупликация, например, «teeny-weeny» в предложении «A teeny-weeny tiny super cute tongue out Tuesday».

Как было сказано выше, интернет-коммуникация не стоит на месте, а находится в постоянном развитии, видоизменяя и адаптируя уже известные нам понятия и категории. Изменения коснулись и категории диминутивности. Помимо описанных выше способов ее выражения, рассмотрим использование эмодзи («смайликов») как способ выражения категории диминутивности, ведь данные символы несут эмоционально-экспрессивную нагрузку и играют важную роль при восприятии текста [Васильева, Халина, с.105-111].

В ходе исследования было отмечено, что такие символы как «❤️», «♥️» и «💖» часто используются в предложениях со словами, имеющими диминутивные значения. Эта особенность касается и русского: 1) Разве можно отказать такому милому старичку, как ты? ❤️ 2) Поздравляем Мишельку с выставочным дебютом ❤️ 3) Минутка импровизации от Насти на тему «Кошечка» ❤️❤️❤️ и английского языка:

1) Daddy&daughter ❤️ 2) Hope to see these beautiful little birds again ❤️❤️ 3) creating and sharing my body once again❤ little love bowl part 2. В данных примерах эмодзи играют вспомогательную роль, подчеркивая ласкательность и нежные чувства авторов к описываемым событиям, предметам и людям.

Однако в некоторых случаях авторы не используют диминутивные формы, но дополняют текст эмодзи, которые помогают выразить эмоции, обычно выражаемые при помощи диминутивов: 1) Her ❤️ 2) Beauty Of Nature❤ 3) The most iconic place❤ 4) Немного о прекрасном❤ 5) Я знаю, что у меня огромный охват женской аудитории❤ 6) Очень красивые румяна Kiko❤. Данные символы являются неотъемлемой частью поста, т.к. передают настроение автора и его отношение к месту/человеку/предмету. Несмотря на то, что в данных примерах диминутивные формы использованы не были, эмодзи успешно заменяют их, позволяя автору донести до читателей необходимые чувства и эмоции.

Таким образом, можно сделать вывод, что в современном Интернет-дискурсе диминутивность является продуктивным способом общения авторов личных блогов с аудиторией. При этом категория диминутивности выражается не только синтетическими и аналитическими способами, но и с помощью характерных для Интернет-дискурса символов – эмодзи.

#### Литература и источники

1. Васильева, И. А., Халина, Н. В. Эмодзи как дополнительный семантико-семиотический компонент современного SMM-текста // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. - 2021. - С. 105-111.

2. Виноградов, В. В. Русский язык: (Грамматическое учение о слове): [Учеб. пособие для вузов по спец. "Рус. яз. и лит."]. - 3-е изд., испр. изд. - М.: Москва : Высш. шк., 1986. - 639 с.
3. Schneider, K.P. The truth about diminutives, and how we can find it: Some theoretical and methodological considerations. // SKASE Journal of Theoretical Linguistics. 2013, vol.10, no.1, p.137-151.

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. кафедры романо-германской филологии Башкатова Ю.А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

УДК 81'27

## СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЗАИМСТВОВАННОЙ ЛЕКСИКИ

*Масленникова Д. Н.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[kemsu@list.ru](mailto:kemsu@list.ru)

**Аннотация.** Данная статья посвящена изучению заимствованной лексики в русском языке. Целью работы является анализ использования заимствованной лексики, обсуждение её функционирования. Материалом исследования стали 20 наиболее частотных англицизмов из электронного орфографического академического ресурса «Академос» Института русского языка им. В. В. Виноградова. При помощи анализа данных анкетирования по такому социальному параметру, как возраст и род занятий (учеба в школе/институте или работа) участников опроса, установлена зависимость уровня понимания семантики заимствованной лексикой от этих факторов. В результате исследования, представленного в статье, было выявлено, что заимствованной лексикой преимущественно пользуется молодое поколение.

**Ключевые слова:** социолингвистика, функции заимствованной лексики, заимствованная лексика, интернет-сленг, особенности заимствованной лексики, новые слова, англицизмы.

## SOCIOLINGUISTIC FEATURES OF THE BORROWED VOCABULARY FUNCTIONING

*Maslennikova D. N.*

Kemerovo State University

[kemsu@list.ru](mailto:kemsu@list.ru)

**Annotation.** This article is devoted to the study of borrowed vocabulary in the Russian language. The aim of the work is to analyze the use of borrowed vocabulary, discuss its functioning. The material of the study was the 20 most frequent anglicisms from the electronic spelling academic resource "Akademos" of the Institute of the Russian Language. V. V. Vinogradova. By analyzing the survey data on such a social parameter as the age and occupation (studying at school / college or work) of the survey participants, the dependence of the level of proficiency in borrowed vocabulary on each of these factors was established. As a result of the study presented in the article, it was revealed that the younger generation mainly uses borrowed vocabulary.

**Key words:** sociolinguistics, functions of borrowed vocabulary, borrowed vocabulary, Internet slang, peculiarities of borrowed vocabulary, new words, anglicisms.

Процессы глобализации, имеющие всемирный характер и проявляющиеся во многих сферах (например, экономической, политической, культурной и т.д.), все больше отражаются в жизни человека. Если говорить о языковых изменениях, то становится популярной тенденция интеграции языков. В целом, интеграция – не новое явление в языке, но стоит отметить, что в связи с условиями глобализации процесс ускорился. Изменения в языке требуют всестороннего изучения.

Проблема заимствований привлекала внимание и была предметом исследования отечественных и зарубежных ученых, в частности: Ш. Балли, И. А. Бодуэна де Куртене, А. А. Булахловского, Л. П. Крысина, А. Н. Мороховского, Е. В. Поляковой, В. М. Русановского, А. А. Стишовой и т.д

**Актуальность** исследования обусловлена динамичным развитием и изменчивостью лексики русского языка, интернет-пространство наиболее быстро реагирует на современные процессы, отражая не только новые слова, но и отношение к ним носителей языка. Анализ изменения языка, освоение новых слов, особенности их функционирования в речи – актуальные вопросы лингвистического исследования.

**Объектом исследования** является заимствованная лексика.

**Предмет исследования:** социолингвистические особенности заимствованной лексики.

**Методы исследования:** анализ, описательно-аналитический метод, метод сравнений и аналогий, метод обобщения, анкетирование.

Одним из значимых процессов русского языка является заимствование иноязычных слов. Наиболее активно происходит процесс изменений в лексическом составе языка, а процесс заимствования является одним из основных признаков развития языка. В результате такого освоения русский язык пополняется значительным количеством заимствований, отражая «языковой вкус эпохи» [Арапов, 1990, с. 15] и демонстрируя «процесс перехода иноязычного слова как факта другой языковой системы, обозначающего чужую реалию, в заимствованное слово – элемент» [Воробьева, 2019, с. 75].

Исследование литературы по теме позволяет сделать вывод, что не существует точного определения заимствованной лексики. По нашему мнению, более точное значение даёт словарь лингвистических терминов: «заимствование – это переход компонентов одного языка в другой как результат взаимодействия языков или сами компоненты, перенесенные из одного языка в другой» [СЛТ, 1969].

Причинами заимствований становятся название новых вещей и понятий. Также есть и ряд других причин: социальные, лингвистические, эстетические и прочие.

Проблематика исследования диктует необходимость проведения лингвистического эксперимента с целью определения состава и распространённости заимствованных лексем, их функциональной значимости, а также отношения носителей русского языка к новым словам.

В лингвистическом эксперименте участвовал 51 респондент.

Условно участники опроса были распределены на три возрастные группы: 1) от 15 до 17 лет (17 человек); 2) от 18 до 23 лет (17 человек); 3) от 38-50 лет (17 человек).

Респондентам предлагалось пройти опрос, в котором необходимо дать определение каждому слову. Если участник не знал правильного определения слова, то ему было предложено дать свою трактовку заимствованного слова. Также информантам предлагалось ответить на следующие вопросы: «Как часто Вы употребляете в своей речи заимствованную лексику?» и «Как Вы относитесь к заимствованным словам?».

В исследовании было проанализировано 20 наиболее частотных англицизмов: абьюз, вайб, войсить, газлайтинг, дронуть, краш, кринж, лол, рофл, свэг, стриминг, тильт, токсик, треш, хайп, хейтить, чекать, шипперить. Для примера рассмотрим, как происходил анализ заимствованных слов:

- Кринж (англ.) – чувство стыда за чьи-либо действия (определение взято из Викисловаря).

23 из 51 респондента дали верное лексическое значение слову «Кринж». Из них 9 респондентов относятся к первой возрастной группе, 12 – ко второй и 2 – к третьей. Помимо правильных ответов респонденты часто ошибались в определении лексических значений: «страх», «что-то смешное», «прикол», «что-то плохое» и т.п.

- Краш (англ.) – возлюбленный (определение взято из Викисловаря).

33 из 51 респондента дали верное лексическое значение слову «Краш». Из них 12 респондентов относятся к первой возрастной группе, 15 – ко второй и 6 – к третьей. Респонденты давали не только верные ответы, но и неверные, например: «молодец», «женех», «персонаж из мультика» и т.п.

- Рофл (англ.) – шутка, прикол, розыгрыш (определение взято из Викисловаря).

25 из 51 респондентов предложили правильное значение слову «Рофл». 30 респондентов из первой возрастной группы, 21 респондент из второй группы и 4 респондента из третьей. Помимо правильных ответов респонденты часто ошибались в определении лексических значений: «ха-ха», «искренний смех», «насмешка» и т.п.

- Хейт (англ.) – ненавидеть, активно высказывать своё недовольство (определение взято из Викисловаря).

37 из 51 респондентов предложили верное лексическое значение слову «Хейтить». 13 респондентов принадлежат к первой возрастной группе, 14 – ко второй и 10 – к третьей. Помимо правильных ответов респонденты часто ошибались в определении лексических значений: «что-то ужасное», «успех», «восторг».

- Тилт (англ.) – состояние умственного или эмоционального замешательства (определение взято из Викисловаря).

12 из 51 респондентов дали правильное значение слову «Тилт». Из них 10 респондента относятся к первой группе, 2 – ко второй и ни одного правильного ответа от третьей группы. Респонденты давали не только верные ответы, но и неверные: «игра какая-то», «помада» и т.п.

Проанализировав заимствованную лексику, ответы реципиентов, показывающие отношение к этим словам, мы можем сделать вывод, что семантика новых лексем не всегда правильно трактуется носителями языка. Молодое поколение (65%) активно использует заимствования и одобряет их функционирование, люди старшего возраста менее знакомы с выбранными для эксперимента словами, поэтому отрицают положительное значение новых заимствованных слов.

Таким образом, в современном мире при условии глобализации и поддержке международных связей процессы взаимообмена культур и языков происходят наиболее интенсивно.

#### Литература и источники

1. Арапов, М. В. Сленг // Лингвистический энциклопедический словарь. – Под ред. В. Н. Ярцевой; Ин-т языкознания АН СССР. — М.: Сов. энцикл. 1990. – С. 461.
2. Воробьева, И. А. Понятие «неологизм», классификация неологизмов в английском языке // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2019. №3(101). – С.158-166.
3. Словарь лингвистических терминов / гл. ред. Ахманова О.С. – М.: Советская Энциклопедия, 1969. – 419 с.

Научный руководитель – к.ф.н., доцент Чабаненко М. Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».

## СВОЕОБРАЗИЕ РЕКЛАМЫ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ В АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

*Опрыск Я. А.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** В данной статье анализируются лингвокультурологические особенности рекламы детского питания. В статье автором раскрываются характерные черты, присущие данному типу рекламы, структура текста, сходства и различия в английской и русской лингвокультурах. Особое внимание уделяется выявлению и рассмотрению различных лингвокультурных стереотипов в рамках рекламных текстов. В ходе работы были использованы методы сопоставления и описания, а также метод сплошной выборки. Новизна данной статьи заключается в том, что ранее при исследовании лингвокультурологических особенностей рекламного текста не было акцентировано внимание на лингвокультурных стереотипах и ценностях, получающих актуализацию при организации его структуры и смыслового пространства.

**Ключевые слова:** реклама, детское питание, лингвокультурологический стереотип, рекламный текст, слоган, средства привлечения внимания.

## PECULIARITY OF ADVERTISING OF CHILDREN'S FOOD IN ENGLISH AND RUSSIAN LINGUOCULTURES

*Oprysk Y.A.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** This article analyzes the linguocultural features of advertising children's food. The author reveals the characteristic features inherent in this type of advertising, its structure, similarities and differences in different linguocultures. Special attention is paid to identifying and examining different linguistic and cultural stereotypes within the framework. The novelty of this article lies in the fact that previously the study of linguocultural specificities of advertising texts had not been focused on linguocultural stereotypes and values, which are actualised when organising their structure and semantic space.

**Keywords:** advertising, children's food, linguocultural stereotype, advertising text, tagline, attention-grabbing means

Настоящая работа нацелена на изучение лингвокультурных особенностей современных англоязычных и русскоязычных рекламных баннеров, направленных на демонстрацию детского питания. Актуальность данного исследования обусловлена применением лингвокультурологического подхода к анализу языковых явлений, так как в системе и функционировании языка отражается культура того или иного лингвокультурного сообщества. Реклама детских товаров является сложной и требует постоянного совершенствования приёмов и средств для продвижения продукции.

Объектом исследования выступает реклама детского питания в России и Англии с позиций лингвокультурологического подхода.

Предмет изучения – лингвокультурные стереотипы в русскоязычной и англоязычной баннерной рекламе детского питания.

Реклама сопровождает человечество на протяжении всего его развития. Этимологически слово «реклама» происходит от корня «рек» – «говорить, кричать». Реклама начала появляться задолго до нашей эры. Ещё в Древнем Египте и Древней Греции появились первые рекламные тексты. Это были совсем простые объявления,

которые носили информационный характер. Реклама прошла большой путь, чтобы стать частью человеческой жизни. Вместе с изменениями в сфере технологий менялась и реклама, увеличивая своё воздействие на потребительское сознание. Большое количество рекламных сообщений направлено на побуждение потребителя к совершению определённых действий, при этом оставляя у человека ощущение независимости и самостоятельности.

Одно из первых определений рекламы представлено в работе Теодора Кёнига «Реклама и плакат как орудия пропаганды» [1925], в которой учёный рассматривает влияние рекламы на человека. «Торговая реклама есть планомерное воздействие на человеческую психику с целью создать возможно более интенсивную волевою подготовленность к покупке рекламируемого» [Кёниг, 1925, с. 48]. Данное определение подчёркивает психологическое воздействие рекламы: она должна быть настолько убедительной, чтобы побудить человека к приобретению рекламируемого товара.

С точки зрения лингвокультурологов, «...реклама представляет собой особый коммуникативно-социальный и лингвокультурологический феномен. Рекламный текст как область прагматически интенсивного применения языка даёт важную информацию о системе ценностных ориентаций современного человека, так как реклама, с одной стороны, адаптируется к соответствующей лингвокультурной среде, а с другой стороны – сама эту среду формирует. В рекламном тексте находит отражение своеобразие национально-специфической картины мира» [Журавская, 2005, с. 411]. Данное определение в рамках нашей темы более точно раскрывает смысл изучаемого нами феномена, именно оно характеризует рекламу как лингвокультурное явление.

Чаще всего реклама детского питания ориентирована на родителей. Это объясняется тем, что именно родители являются целевой аудиторией. Тем самым это способствует увеличению эффективности продаж.

Для практического анализа нами были выбраны и проанализированы баннеры разных производителей детского питания в количестве 15 на английском и 15 на русском языках. Как любая форма рекламы, баннеры содержат рекламный текст, который состоит из 1-2 распространённых предложений. Текст написан простыми, всем понятными словами, часто зарифмован в запоминающийся слоган. Под слоганом мы подразумеваем «рекламный девиз, который в сжатом виде передаёт рекламное сообщение, характеризуя товар и его производителя» [Жиронкина, 2014, с. 68].

При исследовании мы обратили особое внимание на выявление лингвокультурных стереотипов посредством анализа структурных и содержательных компонентов рекламы, так как именно они являются средствами привлечения целевой аудитории.

В лингвокультурологии понятие «стереотип» рассматривается как часть картины мира, которая существует в сознании личности. «Это некоторый образ-представление, ментальная “картинка”, некое устойчивое, минимизировано-инвариантное, обусловленное национально-культурной спецификой представление о предмете или ситуации» [Нельсон, 2003, с. 27]. В большинстве рекламных баннеров образ ребёнка является ключевым компонентом как в англоязычной, так и в русскоязычной рекламе. Это обусловлено тем, что ребёнок представляет собой семейную ценность. То есть возникает стереотип: счастливый ребёнок – счастливая семья. Выбор данного образа обуславливается главной задачей – привлечением покупателей. Реклама показывает ребёнка в его естественной среде, так как питание одна из основных сфер деятельности. У каждого родителя появится желание приобрести товар, если он увидит ребёнка, который «уминает за обе щеки» рекламируемое детское питание. Особенностью образа ребёнка в английской рекламе детского питания является то, что чаще всего мы можем видеть испачканного ребёнка, чего не наблюдается в русской рекламе. Можно предположить, что это связано с потребностью в чистоте в двух лингвокультурах. Для родителей в России важно, чтобы ребёнок оставался чистым после приёма продукта питания, в Англии же это является показателем того, что ребёнку действительно нравится детское питание.

Ориентированность на родителей проявляется в наличии слов «органический», «полезный», «натуральный», «здоровый» в текстах русскоязычной рекламы и слов «healthy», «natural», «organic», «big», «strong», «the nicest way», «100% meat», «fresh» в англоязычной рекламе. При переводе мы можем понять, что для родителей двух лингвокультур важна польза продукта. В английской и русской рекламе встречаются образы счастливых детей и их родителей, которые проводят время вместе, олицетворяя образ счастливой семьи. Ориентированность на детей менее выражена, она заключается в ярком фоне рекламного текста, образе «счастливый ребёнок» и мультипликационном образе.

В русских рекламных текстах детского питания используются различные эпитеты, которые описывают сам продукт, показывают все его положительные свойства. Используются такие языковые приёмы, как сравнение «органическое больше, чем натуральное», антитеза «маленькое счастье, большая любовь», уменьшительно-ласкательные слова «крошка», использование терминов, рифма. В английских рекламных текстах широко употребляются эпитеты, например, «the best», «organic», «happy», менее распространены сравнительные конструкции, слоганы не зарифмованы «organic look like this», «yummy by nature».

На основании вышеизложенного мы можем сделать вывод о том, что большинство параметров рекламы детского питания в английской и русской лингвокультурах схожи. В обеих лингвокультурах рекламный текст содержит образы ребёнка и семьи, описывает высокое качество продукта, наполнен яркой цветовой символикой. Различия состоят в используемых языковых конструкциях в рекламных текстах и воссоздании образа «испачканного ребёнка» в Англии.

#### Литература и источники

1. Жиронкина, Д. Слоганы: понятие, значение, методология разработки / Д. Жиронкина, Т. В. Рябова // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2014. – №24. – С. 68-72. URL:<https://elibrary.ru/item.asp?id=21170638> (дата обращения 07.03.2022).
2. Журавская, С. Л. Реклама: современные технологии / С. Л. Журавская. – М.: Инфра-М, 2005. – 411 с.
3. Кёниг, Т. Реклама и плакат как орудия пропаганды / Т. Кёнинг. – Л.: Время, 1925. – 285 с.
4. Нельсон, Т. Психология предубеждений. Секреты шаблонов мышления, восприятия и поведения / Т. Нельсон. – СПб: Прайм-еврознак, 2003. – 384 с.

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

811.111'37

### КОНЦЕПТЫ ВРЕМЕН ГОДА (ЗИМА И ЛЕТО) В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

*Прекина Д. Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Данная статья посвящена изучению концептов зимы и лета на примере русского и английского языков. В ходе исследования были рассмотрены понятия «концепт» и «языковая картина мира». Поскольку данные термины являются довольно обширными и не имеют единой четкой характеристики, в статье приведены несколько

подходов ученых и филологов для лучшего понимания разносторонних аспектов понятий. Помимо этого, здесь представлены несколько методик изучения концептов, а также более детально рассмотрена одна из них (концептуальный анализ). Даются определения концептов «зима» и «лето» в русском и английском языках.

**Ключевые слова:** концепт, языковая картина мира, язык, образ, концептуальный анализ, методы, концепты времен года.

## THE SEASON CONCEPTS (AUTUMN AND SPRING) IN THE RUSSIAN AND ENGLISH LANGUAGES

Prekina D.E.

Kemerovo State University

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

**Annotation.** This article is devoted to the study of the concepts of winter and summer on the example of Russian and English languages. In the study, the definitions of "concept" and "linguistic picture of the world" were considered. Since these terms are extensive and do not have a single clear characteristics, the article presents several approaches of scientists and philologists for a better understanding of the definitions' versatile aspects. In addition, several methods for studying concepts are presented here, and one of them (conceptual analysis) is considered in more detail. The definitions of the concepts "winter" and "summer" in Russian and English are also given.

**Keywords:** concept, linguistic picture of the world, language, image, conceptual analysis, methods, concepts of seasons.

Основополагающим в изучении лингвокультуры, одной из сторон языка, является анализ тех или иных лингвистических явлений и обнаружение национально-культурных особенностей.

Изначально в XIX веке В. Гумбольдт предположил, что особенности каждой национальности, ее духа, могут влиять на язык и видение образов тех или иных слов [Радченко, 1997, с.64]. Иначе говоря, В. Гумбольдт первый ввел определение понятия «языковая картина мира» (далее ЯКМ). В. И. Постовалова понимает данный термин как «исходный глобальный образ мира, лежащий в основе мировидения человека, репрезентирующий сущностные свойства мира в понимании ее носителей и являющееся результатом всей духовной активности человека» [Постовалова, 1988, с.8-69]. При таком подходе понятия концептуальной и языковой картины мира различаются. Н. Н. Гончарова же, опираясь на В. В. Морковина, с данным подходом не соглашается и считает, что данные понятия тесно связаны и неразрывны. Она считает, что ЯКМ это «информация о среде и человеке, переработанная и зафиксированная в языке» [Гончарова, 2012, с.397]. Мы также придерживаемся этого мнения, ведь ЯКМ, вызванная деятельностью людей, непосредственно порождает некий концепт для каждого слова.

Концепт – это обобщающие характеристики слова, ассоциации и ощущения, вызываемые тем или иным предметом. М. В. Пименова, в свою очередь, дает определение, отображающее и другие важные аспекты данного термина: она видит концепт, как некий символ, отображающий национальность, но при этом осложненный индивидуальным представлением [Пименова, 2013, с. 129]. Концепт – понятие когнитивное, это ментальная единица, ведь он создается и осознается только в голове человека, и от особенностей менталитета каждого народа зависит видение разных слов. Однако, несмотря на различия того или иного концепта в отдельных языках и культурах, он, все же, является основой слова в сознании коллектива. Как пишет Г. А. Крюкова, концепты – «это, по существу, ключевые номинации фактов культуры, которые обычно в словарях сопровождаются стилистическими оценочными пометами» [Крюкова, 2008, с.130]. Мы будем

придерживаться этого определения, ведь в нашем дальнейшем исследовании концепт будет рассматриваться как более обобщенная единица, отображающая главные особенности видения определенной культуры и народа.

Язык является главным носителем концептуальной картины мира, именно благодаря ему при исследовании можно выявить, какие важные для народа аспекты заключаются в слове или устойчивых выражениях [Пименова, 2011, с.131].

Прежде чем перейти непосредственно к концептам зимы и лета, важно рассмотреть различные методы их анализа и обозначить тот, который будем использовать мы.

Существует множество различных методов анализа: к примеру, анализ словарных толкований ключевого слова. Принцип заключается в том, что нужно найти как можно больше дефиниций в различных толковых словарях, после чего на их основе определяются все возможные характеристики концепта [Попова, Стернин, 2001, с.14].

Также одной из методик является компонентный анализ слова. В основе данного метода изучения концептов лежит детальное рассмотрение каждого отдельного сем – наименьший смысловых единиц слова, из которых складывается его лексическое значение. Далее устанавливаются семантические связи и отношения в лексико-семантической группе или семантическом поле. На третьем этапе определяются категориальные признаки концепта. Данный метод направлен, по большей части, на выявление содержания концепта, но при этом в обязательном порядке учитываются и связи между анализируемыми единицами [Стадульская, 2012, с. 112-113].

Однако мы, в свою очередь, будем придерживаться метода концептуального анализа. Данный метод появляется все чаще и чаще в исследованиях и статьях различных филологов, ведь он является одним из ведущих методов. Обусловлено это тем, что в концептуальном анализе присутствуют сразу несколько приемов: концептуальное моделирование, гештальтное структурирование и фреймо-сценарное моделирование [Гусева, 2012, с.24]. Концептуальный анализ выявляет отдельные смыслы, которые передают слова, выражения и т.д. При изучении концептов в данном методе отдельно рассматриваются значения, относящиеся к нему, определения из толковых словарей и употребление в разных контекстах. Благодаря такому комплексному и разностороннему подходу к изучению всех доступных толкований слова, можно выделить основные значения концепта, те самые ключевые характеристики, отображающиеся в нем. Также, при использовании концептуального анализа, выявляются не только «явные» аспекты отдельного концепта, но и «скрытые», например, вероятностные или вызванные какими-либо ассоциациями. Именно этот метод мы и будем использовать в дальнейшем.

Определившись с методом исследования концепта, можно перейти к рассмотрению возможных признаков и значений концепта «зима», а также вариантов ассоциаций с данным словом в русском языке. Сюда относится следующее:

- 1) Зима, как время года, период с декабрь по февраль;
- 2) Зима, как период сессии и каникул, праздников;
- 3) Зима, как символ смерти в поэзии;
- 4) Зима, как период прилета конкретных птиц: зимующие свиристели, пуночки.
- 5) Ассоциации с зимой: мороз, снег, темные ночи, иней, метель, вьюга;
- 6) Группа ассоциаций «виды деятельности, активного отдыха, спорта», характерные исключительно для русского языка: купание в проруби, расчистка дороги, подледная рыбалка.

В дальнейшем исследовании мы планируем рассмотреть концепт «зима» в английском языке, русских и английских пословицах, поговорках, а также проанализировать концепт «лето» в обоих языках по тому же принципу. В последующем мы выделим не только сходства данных понятий в видении двух разных культур, но и, что более важно, различия в них.

### Литература и источники

1. Гончарова, Н. Н. Языковая картина мира как объект лингвистического описания/Н. Н. Гончарова. – Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки, 2012. – 397 с.
2. Крюкова, Г. А. Концепт. Определение объема содержания понятия/Г. А. Крюкова. – Издательство РГПУ имени А. И. Герцена, 2008. – 130 с.
3. Пименова, М. В. Концептуальные исследования и национальная ментальность/М. В. Пименова. – Гуманитарный вектор, 2011. – 131 с.
4. Пименова, М. В. Типы концептов и этапы концептуального исследования. – Вестник КемГУ, 2013/М. В. Пименова. – 129 с.
5. Попова, З. Д., Стернин, И. А. Очерки по когнитивной лингвистике/З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж, 2001. – с. 14
6. Постовалова, В. И. Картина мира и жизнедеятельности человека. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира/В. И. Постовалова. – М., 1988. – с. 8-69.
7. Радченко, О.А. Язык как мирозидание. Лингвофилософская концепция неогумбольдтианства/О. А. Радченко. – М.: Метатекст, 1997. – Ч.1.
8. Стадильская, Н. А. Компонентный анализ значения слова как способ выявления содержания концепта/Н. А. Стадильская. – Вестник Челябинского государственного университета, 2012. – с. 112-113
9. Гусева, Э. Ю. Концептуальный анализ как метод лингвистических исследований/Э.Ю. Гусева. – Интеллект. Инновации. Инвестиции, 2012. – с.24
10. Вэй, У. Зима и лето как фрагменты русской языковой картины мира (на фоне китайского языка)/У Вэй. – Мир русского языка, 2012. – с. 109

*Научный руководитель – канд. филол. наук, доц. кафедры романо-германской филологии Башкатова Ю. А., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 811.161.1'38**

### **РЕЧЕВОЕ ВОВЛЕЧЕНИЕ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ НА РУССКОМ, КИТАЙСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ (НА МАТЕРИАЛЕ ИГРОВЫХ И ТРЭВЕЛ-БЛОГОВ)**

***Рыззина Е. Е.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[strangetown51@gmail.com](mailto:strangetown51@gmail.com)

**Аннотация.** В статье исследуется речевое вовлечение в интернет-коммуникации на русском, китайском и английском языках на материале игровых и трэвел-блогов. Работа основана на риторическом анализе более ста видео и постов блогеров, среди которых: Антон Лядов, Антон Птушкин, nuriyama, gracemandarin, Дмитрий Куплинов, Call me Kevin, penguinz0, windy31, 蝦愛橘子, 藍仙子儒儒, собранных методом сплошной выборки на сайтах Youtube, Twitch, Weibo. Исследование показало, что большинство авторов стремятся к единым стратегиям и тактикам речевого вовлечения, самые частотные из которых — самопрезентация, информирование, дружелюбие и диалогизация. Частотность и универсальность тактик объясняется глобализацией интернет-пространства, в результате которой блогеры из разных стран стремятся к единому стандарту речевого вовлечения, чтобы привлечь больше зрителей, продать рекламу и вызвать интерес к своему контенту. Среди отличий между блогами из разных стран выделяются: стремление русскоговорящих

блогеров вызывать эмоции, напряжение и высокий интерес к происходящим на экране событиям, подчёркнуто внимательное отношение китайских авторов к своим зрителям, проявляющееся в адаптации контента для иностранцев, стремление англоговорящих блогеров поделиться эмоциями по поводу той или иной ситуации, что часто не связано напрямую с основным контентом.

**Ключевые слова:** речевое вовлечение, интернет-коммуникация, социальные сети, социальные медиа, туристический дискурс, игровой дискурс, коммуникация.

## ENGAGEMENT IN INTERNET-COMMUNICATION IN RUSSIAN, CHINESE AND ENGLISH (BASED ON GAMING AND TRAVEL BLOGS)

*Rynzina E. E.*

Kemerovo State University

[strangetown51@gmail.com](mailto:strangetown51@gmail.com)

**Annotation.** The paper explores speech involvement in Internet communications in Russian, Chinese and English on the material of game and travel blogs. The work is based on the rhetorical analysis of more than a hundred videos and posts of bloggers, including: Anton Lyadov, An-ton Ptushkin, nuriama, gracemandarin, Dmitry Kuplinov, Call me Kevin, penguinz0, windy31, 蝦愛橘子, 藍仙子儒儒 collected by solid sampling on Youtube, Twitch, Weibo sites. The study showed that most authors strive for unified strategies and tactics of speech involvement, the most frequent of which are self-presentation, informing, friendliness and dialogue. The frequency and versatility of tactics is explained by the globalization of the Internet space, as a result of which bloggers from different countries strive for a single standard of speech involvement in order to attract more viewers, sell ads and arouse interest in their content. Among the differences between blogs from different countries, they stand out: the desire of Russian-speaking bloggers to evoke emotions, tension and high interest in the events taking place on the screen, the attentive attitude of Chinese authors to their viewers, manifested in adapting content for foreigners, the desire of English-speaking bloggers to share emotions about a particular situation, which is often not directly related to the main content.

**Keywords:** speech engagement; internet-communication; social networks; social media; tourism discourse; gaming discourse; communication.

В настоящее время понятие «речевое вовлечение», характеризующее интеракцию между говорящим и слушающим, является относительно новым для коммуникативной лингвистики, а значит, оно нуждается в детальном изучении (см работы А. Г. Жуковой, П. А. Катышева, Б. Е. Кильдибековой, С. В. Оленева, Н. М. Романовой, Чжао Янь и др.). Стратегии и тактики речевого вовлечения используются говорящим, чтобы воздействовать на аудиторию, побудить её к каким-либо действиям с целью выполнения задач адресанта. Интернет-коммуникация реализует модель потенциального ежедневного вовлечения, поэтому здесь реализуется огромное количество дискурсивных стратегий и тактик с целью поднятия охвата аудитории, закрепления какой-либо идеологии и т. п. «В социальной сети деятельность вовлекателя сводится к тому, чтобы побудить вовлекаемых к участию в жизни сообщества, сделать данный процесс управляемым (т. е. эффективный контроль = стимулирование адресата + управление им)» [Жукова, Катышев, 2018, с. 137].

Исследуя речевое вовлечение в контексте трёх разных языков, необходимо учитывать языковую картину мира каждого из участников интеракции. Ввиду того, что культуры разных стран во многом различны, появляется необходимость в выявлении специфики речевого вовлечения на китайском, русском и английском языках. Необходимо проанализировать факторы, благодаря которым процесс речевого вовлечения становится успешным для китайских, русских и англоговорящих слушателей, выявить различия в восприятии вовлекающей коммуникации носителями исследуемых языков.

Целью работы является выявление стратегий и тактик речевого вовлечения в интернет-коммуникации на русском, китайском и английском языках на материале игровых и трэвел-блогов. Достижение данной цели исследования обусловило необходимость решения следующих задач: 1) рассмотреть понятие речевого вовлечения, его стратегии, тактики и подходы к исследованию; 2) проанализировать стратегии и тактики речевого вовлечения в русских, китайских и английских трэвел и игровых блогах; 3) исследовать тенденции развития речевого вовлечения в трэвел и игровых блогах; 4) обобщить результаты исследования и сформулировать предложения.

Анализ более ста публикаций (видео, постов и т. п.) русских, китайских и английских игровых и трэвел-блогов за полтора года показывает, что в данный момент китайское, русское и английское речевое вовлечение довольно схожи. Китайские блогеры нередко используют местоимения ты (你) и мы (我们), даже если владелец блога всего один. То же самое прослеживается и в двух других лингвокультурах. Так, игровые блогеры на протяжении всего видео или трансляции могут обращаться к своим зрителям во втором лице, создавая таким образом атмосферу дружеского разговора. Особенно часто подобное прослеживается у Дмитрия Куплинова и windy31, которые практически в каждом своем ролике обращаются к зрителям на «ты». Это может свидетельствовать о том, что главным фактором речевого вовлечения в данный момент является создание условий, при которых устанавливается тесная связь со зрителем, создается непринужденная, дружеская обстановка.

Различия блогов и других областей веб-коммуникаций заключаются в «легкости публикации и поиска, скорости распространения и социальной значимости, возможности прямой связи и взаимосвязанности между отдельными блогерами и всей блогосферой» [Гермашева, 2011, с. 9]. К экстралингвистическим тактикам вовлечения, используемых в игровых и трэвел-блогах, также можно отнести то, что зачастую блогеры, выпуская видео о путешествиях и играх, также публикуют посты по смежным темам, интересующим их целевую аудиторию: мода, еда, изучение китайского языка и т. п. Так, китайка Нуриа Ма, помимо обзоров своих путешествий, публикует различные наряды, спрашивая у зрителей мнение о подобранных аксессуарах. Некоторые блогеры даже создают отдельные каналы на иностранных языках, чтобы расширить свою аудиторию. Подобное можно увидеть у таких блогеров, как gracemandarin и nuriaa. Несмотря на то, что у них есть блоги на китайском языке, они также имеют публикации на английском. Говоря о языковых приёмах, следует отметить, что русскоязычные блогеры часто в своих видео используют сленговые выражения, просторечные слова, например, у Антона Птушкина: «печалька», «круто», «кайфовать», то же самое прослеживается и у англоязычных блогеров. Часто просторечными словами типа: «goofy», «heck» (Call Me Kevin и penguinz0) они заменяют обценную лексику, чтобы не повышать возрастной рейтинг своих видео. Стоит также подметить широко используемый всеми блогерами приём — упоминание своих социальных сетей с целью побудить аудиторию подписаться: gracemandarin: «如果你有追踪我的 (Rúguǒ nǐ yǒu zhuīzōng wǒ de...) — Если вы подписаны на мой...»; Call Me Kevin: «Check out other social media». Таким образом блогеры могут не только рекламировать свои медиа, но и просить о пожертвованиях и привлекать к рекламированному в видео продукту.

Исследование показывает, что речевое вовлечение в игровых и трэвел-блогах стремится к соответствию параметрам позитивной коммуникации. В работе О. А. Леонтович позитивная коммуникация охарактеризована как «взаимодействие, основанное на положительных эмоциях, направленное на взаимопонимание и приносящая удовлетворение всем участникам. Конститутивными признаками позитивной коммуникации являются ее конструктивность, эффективность и ориентация на благоприятное развитие взаимоотношений» [Леонтович, 2015, с. 164]. Отличия между блогами разных стран имеют культурно-языковые причины. Например, в блогах на китайском языке зачастую используются этикетные выражения (что обусловлено

культурой вежливости в Китае), тогда как русские блогеры чаще стремятся свести коммуникативные барьеры к минимуму, создавая имитацию дружеского общения. Англоговорящие же блогеры не стесняются высказывать своё мнение по тем или иным ситуациям гораздо чаще, чем блогеры из других стран, даже несмотря на то, что тематика подобных комментариев может не совпадать с интересами аудитории.

И тем не менее, несмотря на различия блогеров из разных стран, есть несколько общих стратегий: доверительное общение с аудиторией; повествование через самопрезентацию; дружелюбие к зрителям; интересные советы для аудитории; диалогизация.

Всем этим можно объяснить успех блогеров, многотысячную аудиторию блогов и огромное количество комментариев под каждым выпуском. Также мы выяснили, что блогеры чаще рассматривают зрителей как потребителей контента, благодаря им они могут пускать рекламу и зарабатывать на ней. Так что вполне можно сказать, что их успех обоснован правильным выбором стратегий и тактик вовлечения в коммуникацию большого количества пользователей интернета.

Основной составляющей речевого поведения ведущего трэвел-блога является самопрезентация, так как истории о путешествиях буквально проходят через образ блогера. Чем грамотнее ведущий подходит к представлению себя, тем сильнее ему доверяют зрители. В игровых блогах же намного важнее создать дружелюбную атмосферу, поскольку зачастую целевая аудитория такого контента просматривает его дома, после учебы или рабочего дня.

#### **Литература и источники**

1. Гермашева, Т. М. Языковая личность субъекта блог-дискурса: лингвокогнитивный аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Т. М. Гермашева. — Нальчик, 2011. — 21 с.
2. Жукова, А. Г. Речевое вовлечение в деятельность радикальной организации на страницах социальной сети / А. Г. Жукова, П. А. Катышев // Политическая лингвистика. — 2018. — № 5. — С. 134–142.
3. Леонтович, О. А. Позитивная коммуникация: постановка проблемы / О. А. Леонтович // Russian Journal of Linguistics. — 2015. — № 1. — С. 164–177.

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

**УДК 811.161.1'38**

### **ФЕНОМЕН ОМОГРАФИИ В В РУССКОЙ ЛИНГВИСТИКЕ: ЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОПРЕДЕЛЕНИЙ**

*Сабирова М. М.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[sabirovamadina2002@gmail.com](mailto:sabirovamadina2002@gmail.com)

**Аннотация.** В статье рассматриваются трактовки омографов в лингвистических словарях, справочниках, учебниках и пособиях. Авторы дают различные толкования, поэтому возникает необходимость их анализа и систематизации по различным основаниям, в частности, - по наличию или отсутствия точек пересечения, совпадения, по которым и устанавливается степень «омографизации» языковых единиц. Помимо анализа прямых дефиниций омографов, исследуется отношение омографов к омоформам, омонимам. Делается вывод о необходимости не только уточнения терминологии, но и разрешения теоретических проблем, связанных с таким явлением, как омография.

**Ключевые слова:** омограф, омография, дефиниция, множественность определений, омоформы, омонимы

## THE PHENOMENON OF HOMOGRAPHY IN THE RUSSIAN LANGUAGE AND RUSSIAN LINGUISTICS: A LOGICAL ANALYSIS OF DEFINITIONS

*Sabirova M. M.*

FGBOU VO "Kemerovo State University"

[sabirovamadina2002@gmail.com](mailto:sabirovamadina2002@gmail.com)

**Annotation.** The article deals with the interpretation of homographs in linguistic dictionaries, reference books, textbooks and manuals. The authors give different interpretations, so there is a need to analyze and systematize them on various grounds, in particular, on the presence or absence of intersection points, coincidences, according to which the degree of "homographization" of language units is established. In addition to the analysis of direct definitions of homographs, the relation of homographs to omophorions, homonyms is investigated. It is concluded that it is necessary not only to clarify the terminology, but also to resolve theoretical problems associated with such a phenomenon as homography.

**Key words:** homograph, homography, definition, plurality of definitions, homoforms, homonyms

В толковых словарях лингвистических типов и учебной литературе определения омографов различны. Если углубиться в трактовку омографов, то дефиниции базируются на трех основных признаках омографии: семантике, фонетике (звуковой оболочке) и графике. На основе проанализированных определений попытаемся по данным параметрам систематизировать их, выделив базовые установки автора концепции, в рамках которой сформулировано определение.

Первая установка прослеживается в СРЯ под ред. Белошапковой: по мнению Новикова Л.А (автора раздела Лексикология), «омографы совпадают по написанию, но различаются в произношении благодаря различному ударению: замок (на двери) и замок - 'дворец'; мука (пшеничная) и мука (не жизнь, а мука); стрелки (часов) и стрелки (из лука, ср. меткие стрелки)» [Белошапкова, Брызгунова 1989., с.209]. Следовательно, все те слова, которые объединяются общностью графического единства, но различаются звуковой оболочкой, а именно ударением, рассматриваются в качестве омографов. С той же позицией сталкиваемся у Рахмановой Л.И и Суздальцевой В.Н [Рахманова, Суздальцева и др., 1997., с.41, Голуба И.Б [Розенталь, 2010 с.29], Шмелева Д.Н. [Шмелев, 1977., с.65]. К данной трактовке возникает пару вопросов. Во-первых, если они различаются благодаря ударению, то можем ли мы выделить акцентологию в качестве основного смысловозначительного признака омографов? Во-вторых, омографы указаны в параграфе омонимия, а именно в подпункте под названием «классификация омонимов», т.е. омографы — это вид омонимов? В-третьих, стрелки (из лука, ср. меткие стрелки) это омографы или же омоформы?

Вторая тенденция раскрывается на примере толкований, данных в таких словарях, как «Полный словарь лингвистических терминов» [Матвеева, 2010], ЛЭС [гл.ред. Ярцева, 2002] и др., которые делают упор на семантическое различие и графическое тождество, называя омографами «разные» слова (или формы слов), совпадающие по написанию. То же самое мы находим в пособии «Лексикология СРЯ», в которой Шанский Н.М придерживается мнения, что «омографы - слова и формы, разные по значению, но одинаково изображаемые на письме» [Шанский, 1972, с. 42-44], далее он «синтезирует» омографы с омоформами и омонимами (см. ниже). К данной трактовке также возникают вопросы. С одной стороны, можем ли отнести «формы» к омографам, если да, то в какой мере? С другой стороны, в каком отношении находятся омографы к омонимам?

И наконец, третья установка обозначена в словарях Жеребило Т.В. [Жеребило, 2016] и Розенталя Д.Э. [Розенталь, 1976], которые приходят к умеренной или средней позиции, толкуя омографы, как «разные» слова, совпадающие по написанию, но различные по произношению. Здесь обращено внимание и на графическое тождество, и на фонетическое различие, и на семантическое расхождение. Этой же установки придерживаются Стариченок В.Д. и Балаш Т.В. и Горбацевич О.Е., относящие к омографам слова, которые «одинаково пишутся, но различаются значением и звучанием (ударением): а́тлас – атла́с, му́ка – мука́, ... стре́лки – стрелки́, ду́хи – духи́, вы́купать – выкупать. Омографы также называют графическими омонимами» [Стариченок, Балаш и др, 2011, с.]. При такой трактовке возникает определенная несогласованность дефиниции и языковых фактов: помимо синтеза в примерах омоформ с омографами (и уточнения в различии ударения), также указано, что омографы «примыкают к омонимам» (там же), т.е являются их частью, продолжением, типом. Есть ли у нас основания для этого?

Авторы всех трех подходов эксплицитно не различают омографы с омоформами, а также ставят омографы в зависимость от омонимии. Этот факт нуждается в логическом анализе.

В русской литературе омографы и омоформы часто не дифференцируются. Еще А.Н. Гвоздев говорил, что «важно учитывать различия между омофонами и омографами» [Гвоздев, 1955, с 69]. Из проанализированной нами литературы вытекает, что омоформами обычно называют совпадение отдельных форм слов, у которых сходны звуковые оболочки. Симптоматично, что каждый автор в работах разграничивает омоформы и омографы, но, тем не менее в примерах идет совмещение двух понятий: «па́рить – парить», «стоит - стоит», «мою – мою» (Шмелев Д.Н), «пал-засыпал» (Розенталь Д.В (б)) и др. Таким образом, имеются в виду не омографы, а омоформы, или точнее сказать «омографические омоформы»: в парадигме склонений и спряжений совпадения в написании нет. Считаем, что логичнее было бы привести пару, где совпадение написания при различии звучания сохранялось бы во всех формах. Важно разграничивать данные понятия, т.к терминологическая несогласованность ведет разработку понятия омографии в контексте общей концепции омонимии языковых единиц и – шире – асимметрии языкового знака. Причисление омографов к омонимам не дает такой перспективы, поскольку своим значением они не совпадают друг с другом, так как омонимы — это «слова одинаковые по звучанию, но различные по смыслу», а омографы «различаются значением и звучанием». Следовательно, отнесение одной категории, которая в своей основе противоположна другой, проявляет собой логическую противоречивость и лингвистическое несоответствие.

Стремлению к разграничению названных понятий находим в работах Н.М Шанского, который считает, что «как и омофоны, они могут быть и омонимного характера (замòк- за́мок, мука́ – му́ка, вы́купать – выкупать и др.) и омоформного (мою́ – мою, доро́га – дорога́, бе́лок – бело́к)». Но при таком разнообразии дефиниций недостаточно четко разъясняется структура омографов. Еще Виноградов в статье «Об омонимии и смежных явлениях» говорил, что «таких выражений, нередко встречающихся и в русской, и в западноевропейской лингвистике, как «синтаксическая омонимия», «графические омонимы» и т.п лучше всего избегать» [Виноградов 1960], эту же мысль будет справедливо отнести и к омографам.

Подытожим три различных тенденции взгляды на трактовку омографов.

Первая позиция в толковании омографов не указывают различие в значении слов. Если мы примем данную точку зрения, то в таком случае, нам предстоит отнести к омографам творОг/твОрог, сАжень/сАжень, бОндарь/бОндарь, а они являются вариантами ударения одного и того же слова, поэтому важно учитывать также семантику лексических единиц, т.к семантической, а иногда и фонеморфологической структурой, а также соотношением систем своих форм омографы обособлены.

Авторы второй обращаются только к семантической разобоченности и графическому тождеству, но при таком лексикографическом подходе, свойственном омонимии, на второй план отходит орфоэпия, что впоследствии ведет за собой смешение омографов с омонимией или даже с полисемией. Примечательно, что именно эти авторы относят омографы к видам, типам омонимии.

Третья позиция может быть названа компромиссной, т.к в ней отражены и графические совпадения, и различие в звуковой оболочке, и на семантическое расхождение. Но даже такой комплексный подход требует определенных оговорок. При толковании необходимо уточнить, во-первых, то, что омографами являются не только совпадение отдельных «форм», но всей парадигмы — это необходимо для четкого разграничения омографов от омоформ. Во-вторых, из этого вытекающие примеры, которые должны иллюстрировать омографы, а не омоформы. В-третьих, объяснение того, что «разность», о которой ими упоминается, заключается в именно в различии семантики. И в-четвертых, указание на различие в произношении, заключающиеся в орфоэпии, а не акцентологии.

Все три позиции в толковании омографов сходятся в графическом сходстве, но в семантическом плане и звуковой оболочке единиц присутствует определенная декорреляция, о чем говорилось выше. Исходя из проделанного анализа, трактовки омографов можно представить в виде таблицы, где «+» обозначены сходства, тождества, а «-» расхождения, различия:

№ подхода	Вид подхода	Авторы	графика	семантика	звук
1	Акцентологографический	Шмелев Д.Н; Голуб И.Б; Новиков Л.А и др.	+		-
2	Лексикографический	Матвеева Т.В; Ярцева В.Н; Ярцева В.Н; Шанский Н.М и др.	+	-	
3	Орфоэпический и лексикографический	Жеребило Т.В; Розенталь Д.Э; Стариченок В.Д и др.	+	-	-

Приведенная таблица иллюстрирует, как употребляется термин «омограф», представляя разные понятия. Общие закономерности развития омографии в лингвистической системе, а также критерии разграничения разных типов омографов до сих пор остаются совершенно невыясненными. Сам собой напрашивается вывод о необходимости уточнения терминологии, т.к. терминологическая несогласованность (и это касается не только лингвистики) ведет к проблемам понимания.

На основе приведенного материала, можно сказать, что существует два подхода в изучении омографов: в узком и широком смысле. В узком смысле омографами называются слова формы (во всей парадигме), совпадающие графически, но различающиеся либо на семантическом, либо на фонетическом уровне. В широком смысле: омографы – единицы, совпадающие по написанию, но различающие по звучанию на всех планах и уровнях языка. Широкий подход наиболее перспективен для научного изучения омографии, поскольку он ставит данное явление в систему, вовлекая единицы

разных уровней и разных планов реализации звучания, а недостатком всех предыдущих было стремление к сужению. Но это предмет последующих исследований.

### **Литература и источники**

1. Виноградов, В. В. Об омонимии и смежных явлениях//Вопросы языкознания. 1960 № 5.
2. Гвоздев, А. Н. Очерки по стилистике русского языка 2-е изд., М., 1955.
3. Рахманова, Л. И., Суздальцева, В. Н. Современный русский язык. Лексика. Фразеология. Морфология: Учебное пособие. – М.: Издво МГУ, «ЧеРо», 1997.- 480 с
4. Современный русский литературный язык. /В.Д.Стариченок, Т.В.Балуш, О.Е.Горбачевич [и др.]; под ред. В. Д.Стариченка. – Минск: Выш. шк., 2011. - 596 с
5. Современный русский язык: Учеб. для филол. С56 спец. ун-тов / В. А. Белошапкова, Е. А. Брызгунова, Е. А. Земская, Л.А. Новиков, М.В.Панов; Под ред. В. А. Белошапковой. -2-е изд., испр. и доп.- М.: Высш. шк., 1989.- 800 с.
6. Шанский, Н. М Лексикология современного русского языка: - 2-е изд., испр. - Москва: Просвещение, 1972. - 327 с.
7. Шмелев, Д. Н. Современный русский язык: Лексика: [Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. № 2101 "Рус. яз. и литература"] / Д.Н. Шмелев. - Москва: Просвещение, 1977. - 335 с.

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

**УДК 81'373.47**

### **СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО МОЛОДЕЖНОГО БРИТАНСКОГО СЛЕНГА НА МАТЕРИАЛЕ СЕРИАЛА «SEX EDUCATION»**

*Сухарева А. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[suharevaal00@gmail.com](mailto:suharevaal00@gmail.com)

**Аннотация.** Феномен сленга и его классификация до сих пор остаются предметом споров для лексикографов. До сих пор нет единого определения сленга. В данной статье предпринимаются попытки сформулировать единое определение сленга. Особое внимание уделяется одной из разновидностей сленга – молодежному сленгу, как особому языку молодежи. Словообразование играет в сленге важную роль, так как помогает молодым людям самовыражаться, а также выделиться на фоне других групп. Единицы молодежного сленга были проанализированы с точки зрения их структуры, были выделены наиболее продуктивные модели словообразования. Примеры были взяты из британского сериала «Sex Education».

**Ключевые слова:** сленг, молодежный сленг, словообразование.

# STRUCTURAL FEATURES OF MODERN BRITISH YOUTH SLANG BASED ON THE TV SERIES “SEX EDUCATION”

*Sukhareva A.V.*

Kemerovo State University

[suharevaal00@gmail.com](mailto:suharevaal00@gmail.com)

**Abstract.** The phenomenon of slang and its classification still remain a controversial question for lexicographers. There is still no single definition of slang. This article attempts to formulate a single definition of slang focusing primarily on one of its varieties – youth slang as a special language of youth. Word formation plays an important role in slang, as it helps young people express themselves and also stand out from other groups. We analyzed the structure of youth slang and identified the most productive models of word formation. The examples were taken from the British TV series “Sex Education”.

**Keywords:** slang, youth slang, word formation.

Сленг является частью любого языка, в том числе английского. Он проникает в язык и укореняется в нем, поэтому отрицать наличие данного явления в языке невозможно. Все изменения, которым подвергается общество, отражаются в языке, в особенности в сленге.

Актуальность исследования заключается в том, что молодежный сленг, являясь неотделимой частью языка, представляет собой одну из спорных тем современной лингвистики. Лексика молодежного сленга постоянно меняется, на смену старым единицам приходят новые, которые требуют описания. Данное исследование помогает определить понятие сленга, а также выявить характерные особенности молодежного британского сленга и его текущие тенденции.

Объектом исследования является британский молодежный сленг в сериале «Sex Education».

Предметом исследования выступают способы словообразования британского молодежного сленга.

Целью исследования является выявление продуктивных способов словообразования единиц молодежного британского сленга

Современный английский язык находится в процессе постоянного развития и изменения, при этом больше всего изменениям подвержен лексический пласт языка.

В настоящее время до сих пор отсутствует общепринятый подход к определению сленга. Исследователи языка до сих пор спорят о том, можно ли выделить сленг в самостоятельную категорию. Сленг не обладает терминологической точностью, и разные исследователи и лингвисты трактуют его по-разному.

Рассмотрев и проанализировав определения различных ученых, мы можем отметить, что не все выделяют сленг в самостоятельную категорию. Вместе с тем, в настоящей работе под сленгом понимается слой лексики, который относится к нестандартному, разговорному языку, используется, в основном, в устной речи определенных социальных групп, имеет яркую стилистическую и экспрессивную окраску, характеризуется неустойчивостью.

Одной из разновидностей сленга является молодежный сленг. Молодежный сленг представляет собой слова и выражения разговорного языка, чаще всего употребляемые молодыми людьми. Из-за того, что молодежь составляет значительную долю населения планеты, со временем сленг начинает плотно укореняться в языке и становится его

естественным явлением, сленговые единицы и выражения одного поколения становятся общеупотребительными для следующего [Partridge, 1960, с.22].

Молодежный сленг характеризуется постоянной изменчивостью. Одной из причин является появление новых предметов и идей, которым необходимо название. Каждому новому молодежному поколению требуются новые слова, чтобы показать свой взгляд на появившиеся или ранее существовавшие реалии. Этот иной взгляд также отражает изменяющуюся культурно-историческую ситуацию, во время которой это поколение вступает в период своей молодости [Береговская, 1996, с.38].

К другим особенностям молодежного сленга относятся его высокая степень экспрессивности и эмоциональности. Они тесно связаны между собой, так как определенные эмоции влияют на оценку, положительную или отрицательную. С помощью сленга молодые люди выражают свое отношение к предметам и людям, при этом сленг позволяет наиболее полно выразить переживаемые эмоции.

Стремление молодых людей отделиться от взрослых, противопоставить себя им также оказывает влияние на молодежный сленг. Молодежный сленг является «личным кодексом этой группы, который воплощает их особые ценности и поведение, а также подчеркивает их исключительность» [Thorne, 2007, с.8]. Стоит также отметить, что молодежный сленг активно используется говорящим для самовыражения, благодаря чему говорящий может выделиться [Береговская, 1996, с.40]. Здесь важную роль играет словообразование, которое помогает подчеркнуть индивидуальность с помощью лексики. В молодежном сленге прослеживается стремление к сознательному искажению значения слова или же его формы.

Таким образом, молодежный сленг - это вид сленга, лексика которого относится к разговорному стилю, и носителями которого выступает молодежь. В этом явлении прослеживается тенденция к противопоставлению говорящего на молодежном сленге и социума. Для молодежного сленга характерна быстрая изменчивость. С помощью сленга молодежь выражает свое отношение к предметам и социуму. Проанализировав 150 единиц лексики молодежного сленга из сериала «Sex Education», мы можем выделить следующие продуктивные способы словообразования: лексико-семантический способ, словосложение, аффиксация, словослияние, конверсия, сокращение, добавление послелога, аббревиация, реверсия, звукоподражание.

Самую многочисленную группу составляют сленгизмы, образованные с помощью лексико-семантического способа (30%). В результате разъединения многозначного слова были образованы слова-омонимы, т.е. слова, одинаковые по написанию и произношению, но разные по значению. Такие единицы подвергаются метафорическому или метонимическому переосмыслению и используются в молодежном сленге с уже обновленной семантикой.

Например, многие существительные, обозначающие какой-то предмет или объект, были использованы для обозначения человека: snowflake, gem, beanpole, crush, cushion, chick, slag. При этом характерный признак объекта переносится на значение новой единицы. Crush, как существительное, означает «крах, столкновение», но в молодежном сленге данное слово используется, чтобы указать на человека, который тебе нравится. В новом значении подчеркивается некая внезапность, неожиданность появления симпатии.

Существительные, обозначающие неодушевленные объекты, также получили новые значения: rack, buzz, bit, vibe, spunk, knob, wheels, pants, chossy. В общем смысле, vibe - это «вибрация», но в молодежном сленге слово получило другое значение «некая атмосфера, некоторое настроение», которым может обладать человек, предмет или событие, и вызывающее определенные эмоции.

Кроме существительных, дополнительным значением в молодежном сленге наделяются и прилагательные: *scabby, baked, clammy, tight, gross, lame, beige, lit*. Первоначальное значение *baked* - это «то, что находилось под тепловой обработкой в печи», *baked* в молодежном сленге - это «тот, кто находится под действием наркотиков». В основе переноса лежит момент воздействия чего-то на объект. С помощью лексико-семантического способа образуются и глаголы: *to chill, to hump, to smash (smth), to shag*. Глагол *to chill* используется в молодежном сленге в значении «отдохнуть, расслабиться». Появление нового значения происходит из-за ассоциации с процессом остывания, охлаждения, например, «остывать» после напряженной работы.

Следующим продуктивным способом образования сленгизмов является словосложение (21,4%). Многие сленгизмы образуются путем соединения обценной лексики с общеупотребительной, что делает их выразительными и запоминающимися. Так, например, существительные с негативным оттенком в значении используются как оскорбления и выражают недоброжелательное отношение к человеку: *dickhead, dick-stain, dicksneeze, thunderdick, asshole, jizz-face, cock-biter, pull-prick*. Иногда слово может иметь и положительную оценку, например, *headfuck* - «кто-то привлекательный». Реже образуются глаголы, где один компонент будет обценным, например, *to slut-shame*.

Третьим продуктивным способом образования сленгизмов является аффиксация (12%). Суффикс *-er* встречается чаще всего: *stoner, slacker, grander, belter*. Встречаются существительные, образованные с помощью суффикса *-y*: *dancey, poeey, lovey, whitey*.

Случаи словослияния (6%) можно увидеть на таких примерах, как *dunno, wanna, gonna*. В данных случаях глагол сливается с частицами *not* или *to*. *Sorta, kinda, hella* тоже можно отнести к этой группе, поскольку в них существительное и предлог *of* сливаются в одну единицу.

С помощью конверсии (5,3%) чаще всего были образованы глаголы: *to eyeball, to bone, to skupe, to alakazam, to blueshell*.

К частотным способам словообразования относится и сокращение (5,3%). Например, *convo* от *conversation*, *props* от *properties*, *scrote* - *scrotum*, *clit* - *clitoris*, *vag* - *vagina*, *champ* - *champion*. Стремление молодежи к сокращениям можно объяснить потребностью сказать быстро, расходуя минимум времени, но при этом точно передать информацию и быть понятым.

В молодежном сленге также можно обнаружить и составные глаголы (4,7%). Добавление к глаголу послелога позволяет создать новую лексическую единицу, значение которой порой трудно понять без контекста. Например, *to screw up, to screw over, to hang out, to hook up, to go down, to bang on, to skive off*.

Потребность сэкономить время при передаче информации также объясняет распространенность аббревиации как способа образования (2,7%). Например, в таких словах как *romcom* (*romantic comedy*), *ИМО* (*in my humble opinion*), *lol* (*laughing out loud*).

Реверсия (1,3%) также позволяет передать смысл, но при этом сэкономить немного времени: *shrink* от *shrinker* (обычно употребляется как *brain shrinker*), *lech* - *lecher*.

Несмотря на то, что многие ученые рассматривают звукоподражание как непродуктивный способ образования, в сериале можно встретить несколько примеров (1,3%). Так например, *rowl* употребляется при описании человека, который хорош в чем-то, синоним к слову *beast*. В данном примере прослеживается схожесть звучания слова с рычанием зверя.

Не все единицы молодежного сленга поддаются анализу с точки зрения словообразования, так как происхождение некоторых слов уходит глубоко корнями в

историю. Исследованием происхождения таких слов занимается этимология. Такие слова изначально относятся к разговорному языку и часто даются в словаре с пометкой «вульгаризм». К ним (10%) относятся, например, minge, twat, jizz, to wank, to wee, и так далее.

Таким образом, можно заключить, что общие правила словообразования применимы и к молодежному сленгу. В процессах словообразования принимают участие всевозможные ассоциации, как фонетического, так и семантического характера. При этом молодые люди проявляют удивительную изобретательность при поиске сходных характеристик предметов и явлений действительности. Нередко встречаются слова, образование которых трудно проследить из-за временной отдаленности происхождения слова.

### **Литература и источники**

1. Береговская, Э.М. Молодежный сленг: формирование и функционирование [Текст] / Э.М. Береговская // Вопросы языкознания. — 1996. — № 3. — С. 32-41.
2. Partridge, E. Slang Today and Yesterday [Текст] / Eric Partridge. — London: Routledge and Kegan Paul, 1960. — 215p.
3. Thorne, T. Dictionary of Contemporary Slang [Текст] / Tony Thorn — London: A.C. Black, 2007. — 513p.

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

УДК 316.774

## КНИЖНАЯ МИНИ-РЕЦЕНЗИЯ: АДАПТАЦИЯ К СОЦИАЛЬНОЙ МЕДИАПЛАТФОРМЕ (НА ПРИМЕРЕ АВТОРСКОГО БЛОГА @BBOOK.BBOX)

*Анисимова М. Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[anisimovamariya90@gmail.com](mailto:anisimovamariya90@gmail.com)

**Аннотация.** Статья посвящена книжным мини-рецензиям авторского блога @bbook.bbox, которые позволяют лаконично и без лишних отступлений дать аргументированную оценку литературному произведению, а также социальной медиаплатформе Instagram (компания Meta Platforms Inc., владеющая социальными сетями Facebook, Instagram и WhatsApp, признана в Российской Федерации экстремистской организацией, ее деятельность на территории России запрещена (здесь и далее по тексту)), которая стала одной из самых удобных и доступных площадок для их публикации. Ключевое значение имеет принцип адаптивности – способ эффективной подачи информации в анализируемом жанре. Благодаря высоким коммуникативным возможностям литературная сфера превратилась в литературную медиасферу. Книжные блоги и сервисы стали востребованной площадкой для обсуждения прочитанного, а также эффективным инструментом для развития литературной среды. Посредством цифровой среды возникновение феномена блогосферы изменило современное читательское бытие и предложило нестандартные подходы к осмыслению книжной культуры. В статье рассматривается концепция социальной медиаплатформы Instagram как удобный метод реализации авторской интенции.

**Ключевые слова:** книжная мини-рецензия, социальная медиаплатформа, Instagram, авторский блог.

## BOOK MINI-REVIEW: ADAPTATION TO A SOCIAL MEDIA PLATFORM (USING THE EXAMPLE OF THE AUTHOR'S BLOG @BBOOK.BBOX)

*Anisimova M. E.*

Kemerovo State University

[anisimovamariya90@gmail.com](mailto:anisimovamariya90@gmail.com)

**Abstract.** The article is devoted to mini-book reviews of the author's blog @bbook.bbox, which allows you to concisely and without unnecessary digressions to give a reasoned assessment of a literary work, as well as the social media platform Instagram (Meta Platforms Inc., which owns the social networks Facebook, Instagram and WhatsApp, is recognized in the Russian Federation as an extremist organization, its activities in Russia are prohibited (here and further in the text)), which has become one of the most convenient and accessible platforms for their publication. The principle of adaptability is of key importance – a way to effectively present information in the analyzed genre. Thanks to its high communicative capabilities, the literary sphere has turned into a literary media sphere. Book blogs and services have become a popular platform for discussing what has been read, as well as an effective tool for the development of the literary environment. Through the digital environment, the emergence of the blogosphere phenomenon has changed the modern reader's being and offered non-standard approaches to understanding book culture. The article discusses the concept of the social media platform Instagram as a convenient method of implementing the author's intention.

**Key words:** book mini-review, social media platform, Instagram, author's blog.

Жанр рецензии оформился в литературно-художественной критике около двух столетий назад. Его характерными особенностями являются наличие субъективной модальности и ценностно-оценочная критическая рефлексия. Цель рецензии заключается в выражении отношения рецензента к исследуемому продукту на основе определенной иерархии ценностей.

Ясность содержания и формы, простота и доступность для читателей являются основными требованиями к жанру рецензии. Для этого автору материала необходимо подвергнуть тщательному анализу не только сам предмет рецензии, но и все сопутствующие материалы, источники интертекста, биографический контекст и т.п.

В зависимости от различных критериев исследователи выделяют несколько видов рецензии. Одним из признаков для классификации этого жанра является параметр объема текста. По этому критерию рецензии делят на гранд-рецензии и мини-рецензии.

Книжная мини-рецензия стала логичной трансформацией классической рецензии, поскольку текст этого жанра некоторые исследователи относят скорее к искусству, нежели к науке. Они объясняют это тем, что аудитория желает видеть в этих материалах не только анализ и оценку качества произведения, но и эмоциональную реакцию критиков на творчество писателя. Именно поэтому окончательная стандартизация формата рецензии так и не произошла.

В перечень основных задач книжной мини-рецензии входит информирование потенциальных читателей о выходе новой книги, лаконичное выражение её содержания и предоставление оценки качества произведения. Этот жанр сочетает в себе информационную, оценочную и рекламную функции.

Первый структурный блок книжной мини-рецензии называется информационным. Он включает в себя выходные данные книги, лаконичные сведения о писателе, краткое изложение содержания, информацию о персонажах, а также данные о времени и месте, в которые помещена история. При этом рассказ о сюжете не должен занимать больше одной трети всей рецензии. В своём материале автор обязан раскрыть главные сюжетные повороты книги, но сохранить интригу и интерес у будущего читателя.

Следующий блок мини-рецензии именуется аргументативным и представляет собой часть, которая должна состоять из рассуждений, впечатлений, выделенных идей, концепций, тенденций, характеристик, особенностей книги, стиля и мировоззрения автора.

Последний оценочный блок содержит в себе общее впечатление от прочитанного произведения, эмоциональные рассуждения журналиста и особо яркие цитаты.

Книжная мини-рецензия может выступать в качестве навигатора, фильтра, стимула и т.д. Будет ли она сообщать только о появлении книги, ориентировать аудиторию или являться поводом для критических размышлений обозревателя зависит от цели автора и площадки для её публикации, но самым главным и неизменным признаком этого жанра остаётся аналитичность.

Книжная мини-рецензия появилась как своего рода адаптация классической рецензии, поскольку у читателей возник спрос на оперативные лаконичные отклики, посвященные литературным произведениям. Книжные мини-рецензии концентрируются на стиле, форме, сюжете, качестве перевода, творческом росте автора. В отличие от них классическая рецензия помимо всего перечисленного уделяет большое внимание разговорам на актуальные специфические темы и проблемы, которые поднимает автор в своей книге, а также определению перспектив дальнейшего литературного развития.

Авторский блог – «это сайт (или раздел сайта), содержащий датированные записи одного автора, посвященные преимущественно бытовой тематике» [Баженова Е.А., Иванова И.А, 2012, с.125]. В литературной интернет-среде появилось определение «букстаграм» для обозначения типа книжных блогов медиаплатформы Instagram. Книжные рецензии, мини-рецензии, отзывы, подборки стали самыми популярными жанрами для обсуждения издательских новинок. На данный момент в авторском блоге

@bbook.bbox опубликовано 132 мини-рецензии на книги самых разных жанров: современный сентиментальный роман, криминальный зарубежный детектив, романтическое отечественное фэнтези, эзотерика, психология и мн. др.

По мнению М.А. Гончаровой базовыми характеристиками Instagram являются: гипертекстуальность, интерактивность, императивность и поликодовость. Исследовательница выделяет три типа блогов «личный», «бизнес» и «аккаунт автора» [Гончарова М.А., 2022, с.77]. Все эти составляющие определяют особенности аккаунтов. Объединяющими чертами будет то, что все они содержат в себе фото- и видеоматериалы и текстовый компонент.

Авторский блог @bbook.bbox относится к типу «аккаунт автора» и имеет ярко выраженную книжную тематику. Наполнение аккаунта состоит из книжных мини-рецензий, литературных подборок, фотографий, юмористических и эстетичных видео (reels) и историй (stories).

Структура книжной мини-рецензии полностью адаптирована под выбранную медиаплатформу. Литературный блог @bbook.bbox разработал индивидуальный подход к написанию книжной мини-рецензии. Основу композиции каждой публикации составляют: заголовок, выходные данные книги, лид, лаконичный пересказ сюжета, недостатки и достоинства произведения, общие впечатления, цитаты, вывод и оценка мозгом и сердцем (по десятибалльной шкале). Такая структура сформирована исходя из предпочтений целевой аудитории блога, а также технических характеристик медиаплатформы.

Одна из особенностей книжных мини-рецензий @bbook.bbox сформировалась благодаря техническим свойствам Instagram. Материалы блога ограничены определенным объемом в 2 200 знаков (350-500 слов), поскольку это максимальный размер текстового поста данной медиаплатформы.

Доминирующая визуализация – ещё одна характеристика, присущая Instagram. Визуальные образы – это универсальный язык, который понятен абсолютно каждому. Скорость восприятия таких источников является главной особенностью Instagram. Фотографии стали новым типом взаимодействия, которые открыто демонстрируют истинную повседневность человека и желаемые представления о ней. Исследователи отмечают специфический тип социальной коммуникации, присущий Instagram. Он основан в большей степени на визуальных образах и в меньшей – текстовой составляющей. Поэтому особенно важно «подавать» книжную мини-рецензию в совокупности с качественной и яркой фотографией, которая создаст визуальное повествование и передаст окружающим ту или иную информацию.

Для привлечения внимания читателей к тексту автор блога @bbook.bbox создаёт оригинальное фото- и видеосопровождение. Для того чтобы аудитория аккаунта имела чёткое представление о том, чему посвящен тот или иной пост, @bbook.bbox в рамках своих сопроводительных материалов делает акцент на обложку книги, которой посвящён текст и соответствующую произведению «атмосферу».

Коммуникативной целью блогов социальной медиаплатформы Instagram является авторская самопрезентация: свободный и открытый характер изложения мыслей и выражение собственного мнения. В «букстаграме» работает тот же принцип: никакая аудитория не будет читать книжные мини-рецензии без привязки к конкретной личности, поскольку им интересно отношение определенного блогера к определенному произведению. Форма авторской самопрезентации выражается в дискуссионности – автор блога приглашает своих читателей к диалогу, а платформа Instagram предоставляет технические возможности комментирования и другого вида общения для обратной связи между аудиторией и автором.

Общим стилеобразующим признаком во всех материалах различных блогов в Instagram является размышляющее и оценивающее авторское «Я». Автор блога имеет достаточно сильное влияние на свою целевую аудиторию так же, как и она на него. Например, в «букстаграме» считается приоритетным публикация отзывов на книжные

новинки или популярные произведения, с которыми читатели уже знакомы либо планируют познакомиться.

Направленные на книжную тематику авторские блоги способны виртуализировать читательские практики и изменить представления об определенных книгах в литературной медиасреде. Цифровые технологии кардинально трансформировали и продолжают трансформировать книжную культуру. Различные медиаплатформы, социальные сети и другие площадки становятся удобным средством для размещения авторского контента. Некоторые интернет-пользователи выбирают для подобных целей Instagram, поскольку он предоставляет блогерам широкие технические возможности и обладает уникальными чертами, присущими только этой медиаплатформе. Авторский блог @bbook.bbox активно публикует посты в жанре книжной мини-рецензии на просторах Instagram и вносит свой вклад в книжную культуру «букстаграма».

#### **Литература и источники:**

1. Абашева, М. П., Максимова, Т. О. Блог-литература как феномен: опыт Евгения Гришковца // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2017. Т. 9, вып. 4. С. 103–112. doi 10.17072/2037-6681-2017-4-103-112.
2. Агеева, Г. М. Литблоги и подкасты как форматы книжного медиабытия // Библиосфера. 2020. № 1. С. 102–107. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-102-107.
3. Баженова Е.А., Иванова И.А. Блог как интернет-жанр // Вестник пермского университета. — 2012. — С. 125–131. <https://cyberleninka.ru/article/n/blog-kak-internet-zhanr>
4. Гончарова, М. А. Виды блогов в социальной сети «Инстаграм» // Поволжский педагогический вестник. — 2022. — № 1. — С. 77–84. <https://cyberleninka.ru/article/n/vidy-blogov-v-sotsialnoy-seti-instagram>
5. Старостина, С. А. Современные писательские блоги в литературном, научном и образовательном пространстве // Неофилология. 2021. Т. 7, № 27. С. 475-482. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2021-7-27-475-482>

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

**УДК 316.774**

### **ОТРАЖЕНИЕ ГРАЖДАНСКОЙ ПОЗИЦИИ ЖУРНАЛИСТА В АВТОРСКОМ МЕДИАПРОЕКТЕ «СКАЖИ ГОРДЕЕВОЙ»**

***Бодянская А. С.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** В статье рассматривается понятие «гражданская позиция журналиста». Внимание обращено на субъективный аспект журналистской деятельности – отражение гражданской позиции журналиста в авторском медиапроекте. Наша задача – рассмотреть способы и приемы отражения гражданской позиции журналиста Екатерины Гордеевой (признана Минюстом РФ иноагентом) в авторском медиапроекте, реализуемом на платформе YouTube, «Скажи Гордеевой». Авторы приходят к выводу, что отражение гражданской позиции и личного отношения к информации, представляемой в выпусках авторского медиапроекта, это обязательная составляющая авторского журналистского материала Екатерины Гордеевой.

**Ключевые слова:** гражданская позиция журналиста, авторская журналистика, субъективный аспект журналистской деятельности

## REFLECTION OF THE JOURNALIST'S CIVIC IN THE AUTHOR'S MEDIA PROJECT «TELL GORDEEVA»

*Bodyanskaya A.S.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** The article discusses the concept of "the civic position of a journalist". Attention is drawn to the subjective aspect of journalistic activity – the reflection of the journalist's civic position in the author's media project. Our task is to consider ways and techniques of reflecting the civic position of journalist Katerina Gordeeva (recognized by the Ministry of Justice of the Russian Federation as a foreign agent) in the author's media project implemented on the YobTube platform, "Tell Gordeeva". The authors come to the conclusion that the reflection of the civic position and personal attitude to the information presented in the issues of the author's media project is an obligatory component of the author's journalistic material of Katerina Gordeeva.

**Key words:** journalist's civic position, author's journalism, subjective aspect of journalistic activity

В условиях развития современного общества главным фактором журналистской деятельности является нацеленность журналиста на формирование общественного сознания. По словам В. И. Толкачев, гражданская позиция журналиста является необходимым условием данного процесса, так как она определяет не только роль и место журналиста в обществе, но и уровень его профессионализма, его личную заинтересованность в социальном прогрессе, его умение отвечать на возникающие риски и вызовы [Толкачев, 2017].

На сегодняшний день теория объективности допускает аналитическое освещение события, что выходит за рамки беспристрастного описания, таким образом, в журналистику допускается субъективность. Журналист создает материал на основе собственных фоновых знаний, происхождения, образования, семьи, системы ценностей и взглядов и т.д. Субъективность в данном случае не является умышленной, а возникает сама по себе [Копнина, 2008]. Дж. Мэррилл выдвигает идею о том, что «Журналисты не могут быть объективными, даже если они этого захотят. Они попадают в естественную ловушку субъективности. Их индивидуальность неотъемлемо присутствует в материале. Они, например, решают, какие части материала сократить, а какие нет, принимают решение о том, на чём заострить внимание, а что сгладить, какие цитаты использовать, а какие нет, что перефразировать, а где использовать прямую речь» [Дэннис, Мэррилл, 1997].

Журналист в первую очередь личность, таким образом, субъективность журналиста – это следствие его убеждений, мировоззрения, позиции пишущего. Последнее понимается как «устойчивая, внутренне осознанная система отношений к обществу, к другим людям и к самой себе, она связана органически с ее ценностной системой и является одним из ее элементов» [Колодкин, 1987]. Именно позиция отражает характер взаимоотношений личности журналиста с обществом, определяет ее социальную активность и направленность деятельности личности на общественно-значимые цели.

Важной составляющей профессиональной личности является ее гражданская позиция. Единого общепринятого определения гражданской позиции журналиста в российской науке не закреплено. К исследованию данного понятия в своих научных трудах обращались, например, В. К. Толкачев, Т. А. Туркова, Т. В. Шумилина. В данной статье мы опираемся на определение гражданской позиции журналиста, данное Т. В. Шумилиной. По мнению исследователя, гражданская позиция журналиста и СМИ – это реализация профессионального и гражданского долга журналиста в конкретных обстоятельствах, другими словами, служение на благо общества, выраженное в оценке, в

отношении к происходящим событиям, в мобилизации интеллектуального потенциала аудитории [Шумилина, 2009].

Гражданская позиция журналиста, как отмечает В. И. Толкачев, имеет профессиональную направленность и неразрывно связана с гражданской позицией человека, личности. «Это обусловлено, в первую очередь, тем, что журналист является непосредственным представителем социальной среды, общества в котором он проживает и формируется как личность, ответственный человек, гражданин своей страны, патриот и защитник своего Отечества, своей Родины» [Толкачев, 2016]. Профессиональная направленность гражданской позиции журналиста говорит о том, что его деятельность направлена на формирование общественного сознания, объективное восприятие обществом происходящих в нём политических, экономических, социальных и морально-нравственных процессов и явлений.

В любом журналистском материале гражданская позиция журналиста выражена всегда, независимо от его жанра и формата. Она является частью авторской позиции и так же может быть выражена явно или скрыто, т.е. эксплицитно или имплицитно. Среди приемов эксплицитного воздействия Т. А. Туркова в статье «Способы выражения авторской позиции журналиста в контексте объективности» выделяет агитацию, антиагитацию, использование эмоционально-окрашенной лексики и лексики сниженного разговорного уровня, использование глаголов, выражающих отношение говорящего; имплицитного – слова-индикаторы, авторский домисел, подбор фактов, апелляция к публике, формальная и логическая структура текста, сравнение [Туркова, 2010].

Рассмотрим на предмет отражения гражданской позиции журналиста в авторском медиапроекте выпуски «Скажи Гордеевой», размещенные на платформе YouTube, авторства российской журналистки Катерины Гордеевой. Специфические способы и приемы отражения гражданской позиции Гордеевой в выпусках «Скажи Гордеевой» можно заметить на уровне структурно-стилистической организации журналистского материала. Элементы журналистского материала, в которых наиболее ярко выражен субъективно-личностный аспект журналистской деятельности: название и тематика и герой выпуска, его структура и монтаж, а также его жанр и форма журналистского материала.

Примером иллюстрации тезисов в данной статье служит видео-интервью YouTube-канала «Скажи Гордеевой»: «Григорий Юдин: „Это диверсия против страны“ // „Скажи Гордеевой”». (Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=BNTDs8x2Zwk>. Дата обращения: 07.04.2023 г.). Материал был опубликован 8 апреля 2022 года. На данный момент выпуск собрал более 5, 3 млн., просмотров, что является наивысшим показателем просмотров на YouTube-канале «Скажи Гордеевой» за последний, 2023, год.

**Жанр и форма журналистского материала.** Выпуски «Скажи Гордеевой» – это интервью в вопросно-ответной форме в формате видео. Журналист в данном случае выступает интервьюером, он формирует вопросы на основе субъективного собственного интереса, исходя из тематики, целей и задач материала, он строит и контролирует ход беседы. Вопросы отражают личную гражданскую позицию журналистки, удовлетворяют ее субъективному интересу в сфере понимания общественных-политических событий, процессов и явлений современности. Гордеева в то же время выступает голосом определенной части народа, таким образом, ее вопросы являются так же и актуальными на данный момент общественными вопросами, присущими определенной части населения страны. *Пример: «60-70% людей, которые поддерживают спецоперацию (я знаю, что ты не любишь ссылки на социологические опросы, но не задать этот вопрос я не могу, потому что на эти цифры все опираются: и пропаганда в том числе опирается на эти цифры. Вот эти 60-70%, они не прощитывают последствия, они не понимают вопросы, которые им задают, что они поддерживают?».*

**Название и тематика и герой выпуска.** Название выпусков «Скажи Гордеевой» – это всегда прямая цитата героя интервью. Если в первых эпизодах программы тематика

одного выпуска не ограничивалась какой-либо одной темой, это зачастую был диалог с героем о его жизни и судьбе, а беседа строилась в формате биографического интервью-портрета, то после событий 24 февраля 2022 года интервью стали постепенно приобретать экспертный характер. Герои новых выпусков – не просто люди с интересной судьбой, а компетентные в сфере истории, социологии, философии, права и пр., люди. Тематика актуальных на данный момент выпусков приобрела острый общественно-политический характер.

Героем рассматриваемого материала стал Григорий Борисович Юдин – российский социолог, эксперт по общественному мнению и опросам в России. Григорий Юдин – кандидат философских наук, научный сотрудник лаборатории экономико-социологических исследований Высшей школы экономики и профессор Московской высшей школы социальных и экономических наук. В описании выпуска Григорий Юдин представлен как *«философ по образованию и человек, максимально точно предсказавший ход трагических событий февраля 2022-го года – один из самых востребованных сегодня социологов и политологов России»*.

Специфическим способом отражения гражданской позиции журналистки здесь является: использование в качестве названия выпуска одной из прямых цитат героя выпуска, которая: а) является смысловым концентратом беседы; б) лучше всего отражает ее тематику; в) не противоречит, а скорее даже подчеркивает гражданские убеждения журналиста.

Часто в название выпуска выносятся реплика героя, последовавшая в ответ на прямой вопрос журналиста, буквально повторяющая его, только в утвердительной форме. Пример. Юдин: *«Огромное количество людей в России, честное слово, готово было бы немедленно отдать свою жизнь, если бы это помогло остановить войну прямо сейчас»*; Гордеева: *«Это диверсия?!»*; Юдин: *«Это диверсия против страны»*. Последняя реплика героя вынесена в название выпуска.

**Структура и монтаж выпуска.** Структура выпусков «Скажи Гордеевой» строится по традиционной для YouTube-канала Гордеевой схеме: превью – основная часть интервью – традиционный блиц. В каждом из структурных элементов так или иначе отражена авторская позиция журналиста. Так, превью, или краткая аннотация выпуска (не более 2-х минут), предваряющая его просмотр и расположенная еще до заставки, строится по принципу отбора (обычно в количестве 8-12) наиболее ярких, смелых фраз героя выпуска. Отбор производится автором материала субъективно в соответствии с его целью и задачами, которые реализуются в конкретном журналистском материале. Таким образом, слова героя интервью становятся и словами автора материала, посредством чего последний подчеркивает свои общественно-политические взгляды, обозначает свою гражданскую позицию. Основная часть выпуска – это собственно беседа журналиста с гостем. Заключительная часть – традиционный для программы блиц, предлагающий герою выбрать наиболее, по его мнению, значимое ценностное понятие в данное время. Блиц не только помогает зрителю понять героя, но и дает представление о гражданской позиции самого журналиста, так как является авторским. Блиц состоит из следующих пар морально-нравственных ценностей личности: милосердие или справедливость, свобода или стабильность, правда или безопасность, Родина или истина. В выпусках, опубликованных после 24 февраля 2022 года, традиционным заключительным вопросом в интервью стал вопрос: *«Где мы увидимся через год?»*.

Отражение гражданской позиции и личного отношения к информации, представляемой в выпусках авторского медиапроекта «Скажи Гордеевой» – это обязательная составляющая авторского журналистского материала Катерины Гордеевой. Элементы журналистского материала, в которых наиболее ярко выражен субъективно-личностный аспект журналистской деятельности и в той или иной мере отражена

гражданская позиция журналистки: название, тематика и герой выпуска, структура и монтаж выпуска, его жанр и форма.

#### Литература и источники

1. Дэннис, Э., Мэррилл, Дж. Беседы о масс-медиа. Вагриус, 1997, 384 с.
2. Колодкин, Б. В. Буржуазное манипулирование сознанием молодёжи капиталистических стран СМПП. Киев, 1987, 39 с.
3. Копнина, Г. А. Речевое манипулирование. Флинта, 2008, 176 с.
4. Толкачев В. И. Гражданская позиция как модель профессионального роста. Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/169757/1/133-136.pdf>
5. Толкачев, В. И. Гражданская позиция журналиста. Режим доступа: <https://pandia.ru/text/80/280/63733.php>
6. Туркова, Т. А. Способы выражения авторской позиции журналиста в контексте объективности / Т. А. Туркова // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки, 2010. – №1. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-vyrazheniya-avtorskoy-pozitsii-zhurnalista-v-kontekste-obektivnosti>
7. Шуმიлина, Т. В. Включенная журналистика: гражданская позиция СМИ и социальная ответственность бизнеса / Т. В. Шуმიлина // Медиаскоп, 2009. – №3. – 20 с.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, доц. Чепкасов А.В., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 316.77**

#### **БАРЬЕРЫ КОММУНИКАЦИИ В ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ АВТОРСКОГО МЕДИАПРОЕКТА «ПОСТУПИЛИ ПРАВИЛЬНО»)**

*Водзинская В. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[varvara\\_smi@mail.ru](mailto:varvara_smi@mail.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена коммуникационным барьерам, возникающим при реализации профессиональной журналистской деятельности. Рассмотрены основные понятия: коммуникация и коммуникационный барьер, а также существующие классификации барьеров по видам. На основании существующих типологий коммуникационных барьеров разработана собственная их классификация, свойственная именно журналистской деятельности. Теоретический материал осмыслен на практическом примере. Материалом для исследования является авторский медиапроект «Поступили правильно» выходивший с 2020 по 2021 год в социальных сетях Кемеровского государственного университета. На его примере рассматриваются конкретные ситуации возникновения барьеров, а также способы их преодоления, если таковые удалось найти.

**Ключевые слова:** коммуникация, медиапроект, коммуникационный барьер.

#### **BARRIERS OF COMMUNICATION IN JOURNALISTIC ACTIVITY (ON THE EXAMPLE OF THE AUTHOR'S MEDIA PROJECT "MAKE THE RIGHT CHOICE")**

*Vodzinskaya V. V.*

Kemerovo State University

[varvara\\_smi@mail.ru](mailto:varvara_smi@mail.ru)

**Annotation.** The article is devoted to communication barriers that arise during the implementation of professional journalistic activities. The main concepts are considered: communication and communication barrier, as well as existing classifications of barriers by type. Based on the existing typologies of communication barriers, their own classification has been developed, which is characteristic of journalistic activity. The theoretical material is comprehended by a practical example. The material for the study is the author's media project "Make the right choice", published from 2020 to 2021 in the social networks of Kemerovo State University. Using his example, specific situations of barriers are considered, as well as ways to overcome them, if any were found.

**Keywords:** communication, media project, communication barrier.

Коммуникация сегодня охватывает все сферы человеческой деятельности и общественных отношений: начиная от общения в семье и заканчивая работой транснациональных компаний. В своей работе А.П. Панфилова утверждает, что коммуникация в современных условиях является основой жизнедеятельности каждой фирмы, организации, предприятия [Панфилова, 2004]. Деятельность журналиста напрямую связана с коммуникацией, будь то написание короткого материала или реализация полноценного журналистского медиапроекта. Во втором случае коммуникация журналиста осуществляется в 3 направлениях: журналист-герой, журналист-технический специалист (оператор, монтажер) и журналист-руководитель издания (пресс-службы). В каждом из направлений коммуникации возникают информационно-коммуникационные барьеры – препятствия объективного и субъективного характера, возникающие при обмене информацией между коммуникаторами [Молчанова, 2019].

Существует множество классификаций барьеров коммуникации по видам. Так В. Шепель выделяет шесть основных явных барьеров коммуникации: дискомфорт физической среды, в условиях которой воспринимается сообщение; инерция включенности, т.е. озабоченность слушателя другими проблемами; антиципация к чужим мыслям, стереотипизированность сознания, амбициозность; языковой барьер – существенное различие словарного запаса, лексикона коммуникатора и реципиента; профессиональное неприятие – некомпетентное вторжение коммуникатора в профессиональную сферу реципиента; неприятие имиджа коммуникатора [Шепель, 1992].

Проанализировав разные типологии С.С. Фролова, М.Х. Мескона, Ф.Г. Степанова, О.Э. Щукиной, А.В. Соколова, мы обозначили семь барьеров, которые могут возникать непосредственно в журналистской деятельности.

1. Языковой барьер: недостаточное знание языков может привести к трудностям в понимании и передаче информации, особенно при работе в международных средах;
2. Технический барьер: ограниченный доступ к современным технологиям может затруднить проведение интервью и получение материалов;
3. Культурный барьер: недостаточное знание культурных особенностей разных стран и общин может привести к неправильной интерпретации информации;
4. Географический барьер: ограниченная мобильность может препятствовать проведению интервью и сбору информации на месте;
5. Этический барьер: журналистский кодекс может влиять на свободу действий и слов при сборе и передаче информации;
6. Информационный барьер: ограниченный доступ к информации или ее специфика могут затруднить проведение исследований и получение данных;
7. Личностный барьер: пристрастия, убеждения, стереотипы или предубеждения могут влиять на передачу информации и оценку событий.

Рассмотрим данные барьеры коммуникации, а также способы преодоления их, на примере авторского медиапроекта «Поступили правильно», выходящего в социальных

сетях Кемеровского госуниверситета с 2020 по 2021 год. В процессе его создания нашли себе место проявления технического, географического, информационного и личностного барьеров.

Так, съёмки выпуска с Вероникой Слугиной были осложнены техническим барьером – звук с петличного микрофона прерывался от порывов ветра, а иногда и вовсе терялся контакт. Решением данной ситуации стал перенос съёмки в помещение, где неполадок не возникло. Переносить съёмки пришлось и во время работы над промо проекта. Связано это было с отключением света в локациях, где необходимо было записывать ведущую. В данном случае преодолеть моментально барьер не удалось: сценарий был переработан под другие локации и съёмки состоялись в этот же день, но позже.

С остальными барьерами процесс их преодоления проходил сложнее, и в некоторых случаях так и не обрел положительный результат. Так, предполагаемая героиня для очередного выпуска проекта находилась в другом городе (географический барьер) и не могла приехать на съёмку. Рассматривался вариант выезда съёмочной группы, но и он оказался невозможным для реализации. В итоге под действием барьера было принято решение о смене героини.

Вышеуказанные примеры относятся ко внешним, или объективным, барьерам, которые напрямую не зависят от журналиста. Следующая группа примеров относится к внутренним, или субъективным, барьерам, зависящим непосредственно от автора проекта.

Так, съёмки с девушками-учеными были осложнены информационным барьером – неспособностью журналиста полноценно поддержать беседу с героиней по теме научного исследования, ввиду неспособности погрузиться в тему на должном уровне. Из-за этого пострадало качество материала – беседа получилась относительно поверхностной и акцент был смещен на другое. Но данный момент не значительно отразился на восприятии аудитории, так как большинство ее представителей также не погружены в тему.

Личностный барьер в рамках реализации «Поступили правильно» проявился в отношении предполагаемых героев на стадии получения приглашения к участию к проекту в целом. Нежелание героев публично рассказывать о своих успехах преодолеть не удалось и в съёмках приняли участие другие студенты.

Более наглядное представление о возникших в ходе работы над проектом коммуникационных барьерах отражено в таблице.

*Таблица 1. Барьеры коммуникации, возникшие в ходе работы над проектом "Поступили правильно"*

Герой выпуска/название	Барьеры коммуникации
Промо-ролик	Технический
Юлия Середа	Географический
Елизавета Баранова	Информационный
Софья Шестакова	Информационный
Данила Ёлшин	-
Юлия Теплова	Технический, географический
Иван Царегородцев	-
Никита Ишутин	-
Анна Анфиногенова	Информационный
Вероника Слугина	Технический, географический
Анастасия Бурлаченко	Информационный, географический
Анастасия Маурер	Технический
Дарья Пономарева	-

Стоит отметить, что проработка и прогнозирование барьеров заранее поможет их избежать в реализации проекта или поможет своевременно принимать решение по их устранению. Ни один проект не пройдет идеально, не столкнувшись с барьером, но постоянный контроль должен способствовать бесперебойной работе команды и созданию качественного продукта.

#### Литература и источники

1. Молчанова, О. И. Информационно-коммуникационные барьеры в условиях медиаконвергенции и возможности их преодоления / О. И. Молчанова // Информационное общество. – 2019. – № 3. – С. 59-68.
2. Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: учеб. пособ. / А. П. Панфилова. – СПб.: Знание, 2004.
3. Шепель, В. М. Настольная книга бизнесмена и менеджера: управленческая гуманитарология / В. М. Шепель. – М.: Финансы и статистика, 1992. – 237 с.

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

**УДК 316.774**

### **РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В БРЕНДИНГЕ ВИДЕОИГР (НА ПРИМЕРЕ DEVOLVER DIGITAL)**

*Красавин И. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[crasavin.iw@gmail.com](mailto:crasavin.iw@gmail.com)

**Аннотация.** В материале представлен анализ роли социальных медиа в брендинге видеоигр на примере американской компании-издателя Devolver Digital. С помощью теоретической основы, обзора компании и анализа различных социальных медиа Devolver Digital в данном исследовании будут рассмотрены конкретные элементы брендинга, которые способствовали успеху компании. Исследование также делает акцент на анализе роли социальных медиа в формировании бренда компании, сравнении социальных медиа и бренда Devolver Digital с другими компаниями игровой индустрии, рассмотрении вирусной рекламной кампании, а также спорных стратегий формирования бренда.

**Ключевые слова:** бренд, брендинг, медиа, маркетинг, реклама, игровая индустрия

### **THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN VIDEO GAME BRANDING (USING DEVOLVER DIGITAL AS A CASE STUDY)**

*Krasavin I. S.*

Kemerovo State University

[crasavin.iw@gmail.com](mailto:crasavin.iw@gmail.com)

**Abstract.** This material presents an analysis of the role of social media in video game branding using the example of the American publisher Devolver Digital. Using a theoretical framework, company overview and analysis of various social media Devolver Digital, this study will examine specific branding elements that have contributed to the company's success. The study also focuses on analyzing the role of social media in shaping the company's brand, comparing Devolver Digital's social media and brand to other companies in the gaming industry, looking at the viral advertising campaign, and controversial brand building strategies.

**Keywords:** brand, branding, media, marketing, advertising, game industry

Социальные медиа стали важнейшим инструментом для компаний различных отраслей, включая индустрию видеоигр, для создания, продвижения и поддержания своих брендов. Компания Devolver Digital, основанная в 2009 году, получила признание за свои уникальные стратегии брендинга и успешное использование социальных медиа для продвижения. Таким образом, целью данной исследовательской работы является изучение роли социальных медиа в брендинге видеоигр на успешном примере Devolver Digital.

Актуальность данного исследования заключается в постоянно растущем значении социальных медиа в современной деловой практике. Поскольку всё больше компаний признают потенциал социальных медиа для продвижения своего бренда и привлечения новых клиентов, очень важно изучить успешные примеры тех компаний, которые эффективно используют эти платформы уже сегодня. Задачей данного исследования является анализ стратегий брендинга, используемых компанией Devolver Digital, с особым акцентом на роль социальных медиа в формировании бренда компании. Также в задачи данного исследования входит выявление особенностей брендинга и причин его появления, анализ всех социальных медиа, используемых Devolver Digital, сравнение их и выбранного брендинга с другими компаниями игровой индустрии.

Для достижения поставленных целей в данном исследовании использована методология качественного исследования, включающая анализ стратегии брендинга и использования социальных медиа компанией Devolver Digital. Данные собраны с опорой на теоретический базис литературы по брендингу и стратегиям социальных медиа в индустрии видеоигр, а также путём анализа платформ социальных медиа и рекламных кампаний Devolver Digital. Наше исследование призвано не только внести вклад в понимание роли социальных медиа в брендинге видеоигр, но и предоставить рекомендации для компаний из других сфер, стремящихся создать успешный бренд с помощью социальных медиа.

Брендинг является важным аспектом маркетинга и любого бизнеса. Немалую роль он играет и в рамках видеоигровой индустрии. Брендинг – это процесс создания уникального имени и образа продукта или услуги в сознании потребителя, в основном с помощью рекламных кампаний с последовательной тематикой[1]. То есть стратегии брендинга используются для дифференциации продукции компании от продукции конкурентов и для формирования лояльности потребителей[2]. В индустрии видеоигр различные стратегии брендинга тоже используются для привлечения клиентов и создания сообщества лояльных игроков[3].

Devolver Digital – американский издатель видеоигр, основанный в 2009 году. Компания опубликовала множество успешных, культовых игровых проектов, включая Hotline Miami, Serious Sam, The Talos Principle и др. Маркетинговые кампании Devolver Digital основаны на традициях вирусной рекламы и могут характеризоваться как вызывающие, эпатажные, гротескные, «кричащие» и агрессивно навязчивые, что может расцениваться как весьма нетрадиционный подход по привлечению потенциальных покупателей. Однако именно эти спорные стратегии брендинга стали признанной частью компании и способствовали успешному развитию.

Маркетинговая стратегия Devolver Digital уникальна и отличается от того, что сегодня предлагают другие издательства видеоигр. Элементы брендинга компании включают смелую, красочную графику, причудливый, «чёрный» юмор, сатиру и вызывающую насмешку над конкурентами, элементы артхауса и ярко выраженный ретро-стиль. Стратегия брендинга также сосредоточена на вовлечении сообщества и создании базы фанатов с помощью социальных сетей. Подобная комбинаторика разрозненных элементов оказалась успешной, и компания завоевала репутацию ведущего новатора в индустрии видеоигр, а также столпом инди-сектора, всегда способного удивить и развлечь.

Компания Devolver Digital использует социальные платформы как мощнейший инструмент для связи с поклонниками, создания сообщества игроков и проведения анонсов игровых проектов. Социальные медиаплатформы компании включают Facebook, Twitch и YouTube. Стратегия Devolver Digital в социальных сетях направлена на создание сообщества и взаимодействие с подписчиками посредством юмора, причудливых постов и закулисных моментов разработки игр, то есть сближение и специальное разрушение стереотипов корпоративной культуры. Вирусные, креативные рекламные кампании Devolver Digital являются важнейшим аспектом стратегии брендинга издателя. Эти кампании разрабатываются таким образом, чтобы шокировать, удивлять, запоминаться и вызывать споры в игровом сообществе из года в год, тем самым сохраняя доминантную позицию как минимум в рамках инди-игр. Более того, успех Devolver Digital в создании бренда с нуля исключительно с помощью социальных платформ и грамотного маркетинга можно рассматривать как прецедент в индустрии видеоигр. Компания показала, что привлечь покупателей и создать сообщество преданных игроков на раннем этапе своего становления можно вообще без какого-либо продукта, только с помощью социальных сетей и провокационного маркетинга. Теоретически такая политика должна отталкивать и раздражать потенциальных покупателей. Однако мы наблюдаем обратный эффект — все эти методы использования социальных платформ стали признанной частью бренда компании, стимулом продаж и причиной уважения со стороны игрового сообщества. Эти противоречивые правила нам кажется интересным выявить и за пределами игровой индустрии.

Анализ, представленный в данной исследовательской работе, подчёркивает важность социальных медиа в брендинге видеоигр и то, как компания Devolver Digital успешно использовала их в своей уникальной практике для создания ныне узнаваемого и популярного бренда. Исследование показало, что стратегии формирования брендинга Devolver Digital были эффективными в выделении компании на фоне конкурентов. Использование Devolver Digital традиций шокирующей вирусной рекламы в сочетании с отличительными элементами брендинга и присутствием в социальных сетях способствовало успеху компании на рынке. Компании, которые сосредоточатся на разработке уникального фирменного стиля и будут использовать платформы социальных сетей для взаимодействия со своей целевой аудиторией, также смогут получить конкурентное преимущество.

В заключение, данная исследовательская работа продемонстрировала важность брендинга в индустрии видеоигр и то, как социальные медиа могут стать мощным инструментом для компаний, стремящихся создать успешный бренд. На примере Devolver Digital было показано, что хорошо спланированная и реализованная стратегия развития может стать ключевым фактором успеха компании на рынке видеоигр. Результаты данного исследования дают ценную информацию для компаний, стремящихся создать сильный бренд и эффективно использовать социальные сети для взаимодействия с целевой аудиторией.

#### **Литература и источники**

1. Черепанова, Е. В. Проблема определения понятия "бренд" // Вестник Челябинского государственного университета. – 2006. – №. 4. – С. 33-37
2. Старов, С. А. Бренд: понятие, сущность, эволюция // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2008. – №. 2. – С. 3-39
3. Левинский, Д. Д. Особенности PR-продвижения брендов в индустрии видеоигр // Бренд-менеджмент. – 2014. – №. 1. – С. 30-40.

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

УДК 316.774

## РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В БРЕНДИНГЕ ВИДЕОИГР (НА ПРИМЕРЕ DEVOLVER DIGITAL)

*Красавин И. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[crasavin.iw@gmail.com](mailto:crasavin.iw@gmail.com)

**Аннотация.** В материале представлен анализ роли социальных медиа в брендинге видеоигр на примере американской компании-издателя Devolver Digital. С помощью теоретической основы, обзора компании и анализа различных социальных медиа Devolver Digital в данном исследовании будут рассмотрены конкретные элементы брендинга, которые способствовали успеху компании. Исследование также делает акцент на анализе роли социальных медиа в формировании бренда компании, сравнении социальных медиа и бренда Devolver Digital с другими компаниями игровой индустрии, рассмотрении вирусной рекламной кампании, а также спорных стратегий формирования бренда.

**Ключевые слова:** бренд, брендинг, медиа, маркетинг, реклама, игровая индустрия

## THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN VIDEO GAME BRANDING (USING DEVOLVER DIGITAL AS A CASE STUDY)

*Krasavin I.S.*

Kemerovo State University

[crasavin.iw@gmail.com](mailto:crasavin.iw@gmail.com)

**Abstract.** This material presents an analysis of the role of social media in video game branding using the example of the american publisher Devolver Digital. Using a theoretical framework, company overview and analysis of various social media Devolver Digital, this study will examine specific branding elements that have contributed to the company's success. The study also focuses on analyzing the role of social media in shaping the company's brand, comparing Devolver Digital's social media and brand to other companies in the gaming industry, looking at the viral advertising campaign, and controversial brand building strategies.

**Keywords:** brand, branding, media, marketing, advertising, game industry

Индустрия видеоигр — одна из самых быстрорастущих отраслей в мире, стоимость мирового рынка которой в 2021 году составила более 180 миллиардов долларов (по данным аналитического агентства Newzoo от 2021 года)[1]. На этом высококонкурентном рынке брендинг стал важнейшим аспектом успеха игровых компаний. Брендинг видеоигр подразумевает создание и продвижение индивидуальности и образа игры или компании и направлен на привлечение внимания целевой аудитории, создание лояльной клиентской базы и, в конечном итоге, стимулирование продаж. Разумеется, продвигать свой товар на данном рынке можно и с помощью уникальных игровых механик и инноваций, но в последние годы можно наблюдать кризис подобных идей и увеличение роли маркетинга в продвижении игр, издатели которых зачастую выбирают тактику стабильного дохода с низкими рисками.

В контексте вышесказанного важно отметить, что в последние годы социальные сети стали мощным инструментом брендинга видеоигр и частью любой маркетинговой кампании. Поскольку в мире насчитывается более 3,6 миллиарда пользователей социальных платформ (по данным аналитической и маркетинговой компании Statista от 2021 года) [2], социальные сети предоставляют компаниям возможность взаимодействовать со своей целевой аудиторией в глобальном масштабе, повышать узнаваемость бренда и создавать сильный имидж этого бренда. Наиболее крупные социальные медиаплатформы, такие как Twitter, Facebook, YouTube и др., стали неотъемлемой частью маркетингового микса для компаний, занимающихся видеоиграми.

Можно утверждать, что именно социальные платформы благодаря своему инструментарию и объединению большого количества потенциальных покупателей открыли всем компаниям новые горизонты в области маркетинга и формирования бренда.

Одной из игровых компаний, успешно использующих социальные медиа в целях создания и поддержания брендинга, является Devolver Digital. Devolver Digital — независимый издатель и разработчик видеоигр, базирующийся в Остине, штат Техас. Компания была основана в 2009 году и с тех пор завоевала репутацию издателя уникальных, причудливых и инновационных игр, которые расширяют границы традиционного игрового дизайна, совмещая изобретательный маркетинг с оригинальными механиками геймдизайна. Devolver Digital также стала известна благодаря своим нестандартным и зачастую противоречивым стратегиям брендинга, которые помогли компании выделиться на всё более переполненном рынке.

Цель данной исследовательской работы — изучить роль социальных сетей в брендинге видеоигр на примере Devolver Digital. В работе будет рассмотрено, как Devolver Digital использовала платформы социальных сетей для создания сильного имиджа бренда и взаимодействия с целевой аудиторией. Также мы проанализируем стратегии брендинга, применяемые Devolver Digital, включая конкретные элементы, которые способствовали успеху. Наконец, в статье будут даны рекомендации для компаний, стремящихся создать успешный бренд с помощью социальных сетей.

Исследование будет проведено с использованием методологии качественного исследования, которая включает в себя обзор существующей литературы и анализ присутствия Devolver Digital в социальных сетях и стратегии брендинга. Актуальность данного исследования заключается в его способности пролить свет на важность социальных медиа в брендинге видеоигр, а также дать представление об эффективных стратегиях брендинга для компаний, стремящихся закрепиться в игровой индустрии. Анализируя успех Devolver Digital, данное исследование предоставит другим компаниям модель для подражания в создании успешного бренда с помощью социальных медиа. Методы исследования включают обзор соответствующей научной литературы по брендингу и социальным медиа, а также анализ стратегий брендинга и присутствия Devolver Digital в социальных медиа.

Концепция брендинга является важным элементом в любой отрасли, особенно в индустрии видеоигр. Брендинг можно определить как процесс создания уникальной идентичности для продукта или услуги, которая отличает его от конкурентов. В индустрии видеоигр брендинг сегодня имеет решающее значение для успеха разработчика игры и его продукции. Маркетинг становится не просто способом создать рекламу своему продукту, но самым сильным оружием в условиях растущей конкуренции на рынке видеоигр[3]. Фактически, без грамотного позиционирования себя и своего товара на рынке ты теряешься на фоне остальных проектов и теряешь прибыль, потому бренд для современных компаний — не рекомендация, а необходимость, средство выживания и развития.

В свою очередь стратегии брендинга также играют важную роль в успехе. Компании должны разрабатывать стратегии брендинга, которые эффективно доносят уникальные аспекты их продукции или услуг до целевой аудитории. Исходя из анализа различных исследований, посвящённых теме формирования бренда, мы можем утверждать, что успешные стратегии брендинга опираются на четыре ключевых элемента: индивидуальность бренда, имидж бренда, и лояльность к бренду (в англоязычных работах зачастую разделяются элементы «brand trust» и «brand loyalty», но в рамках данного исследования мы условимся понимать лояльность как выражение доверия потребителя)[4]. Эти элементы работают вместе для создания положительного восприятия бренда в сознании потребителей, что приводит к увеличению продаж и удержанию клиентов.

Индивидуальность бренда — это набор человеческих характеристик, связанных с брендом[5]. Бренды с сильной индивидуальностью с большей вероятностью будут восприниматься потребителями как уникальные, заслуживающие доверия и вызывающие симпатию. Индивидуальность бренда часто создается благодаря последовательным стратегиям брендинга и маркетинга, включая использование определенных цветов, логотипов, слоганов и сообщений. Часто эта самая индивидуальность может персонифицироваться в форме вымышленного маскота, который представляет конкретный бренд и считается лицом компании, воплощающим в себе основные качества и характеристики[6]. Например, индивидуальность бренда Devolver Digital можно описать как смелость, непочтительность и неапологетичность, что передается через их маркетинговые кампании и присутствие в социальных сетях.

Имидж бренда, с другой стороны, относится к общему восприятию бренда потребителями[7][8]. Он включает в себя как материальные, так и нематериальные аспекты бренда, такие как качество продукции, цена, репутация и обслуживание клиентов. Имидж бренда формируется под влиянием непосредственного опыта общения потребителя с брендом, а также благодаря маркетинговым и рекламным усилиям.

Лояльность к бренду — это степень, в которой потребители привержены покупке и продвижению конкретного бренда[9][10]. Сильная лояльность к бренду является желательным результатом для компаний, поскольку она может привести к повторным покупкам, положительной рекламе из уст в уста и увеличению капитала бренда. Факторы, влияющие на лояльность к бренду, включают качество продукции, обслуживание клиентов, репутацию бренда и общее впечатление от бренда.

Понятие бренда многогранно, и исследователи дают ему различные определения. Например, согласно Келлеру, бренд — это набор мысленных ассоциаций, возникающих у потребителя в результате опыта общения с товаром или услугой и получения информации о нем[11]. Определение имиджа бренда, данное Келлером, схоже с определением, предложенным Аакером, который определил его как «набор ассоциаций, обычно организованных каким-либо значимым образом»[12]. Биль, с другой стороны, охарактеризовал имидж бренда как «кластер атрибутов и ассоциаций, которые потребители связывают с названием бренда»[13]. Келлер также подчеркнул, что эти ассоциации могут возникать из непосредственного опыта потребителя, информации, полученной о рыночном предложении, или из ранее существовавших ассоциаций с организацией, которые оказывают влияние на потребителя.

Исходя из всего вышесказанного, мы можем утверждать, что брендинг является важным элементом в любой индустрии, поскольку он может определить успех или неудачу компании, сформировать целевую аудиторию и служить фактором повышения продаж. Эффективные стратегии брендинга могут помочь компании выделиться на фоне конкурентов и создать сильный фирменный стиль, который найдет отклик у целевой аудитории. Успешный бренд должен быть мгновенно узнаваем и вызывать положительные ассоциации в сознании потребителей. В индустрии видеоигр брендинг может принимать различные формы, от дизайна и упаковки игры до маркетинговых кампаний, используемых для ее продвижения. Создавая уникальную идентичность и образ, а также поддерживая положительную репутацию компании могут выгодно отличаться от конкурентов и формировать у потребителей чувство лояльности к своему бренду. Эти правила также особенно важны и в индустрии видеоигр, где у игроков всегда есть огромное количество вариантов для выбора.

Кроме того, важно учитывать уникальные проблемы и возможности, возникающие при брендинге видеоигр в связи с особенностями отрасли. Например, видеоигры часто продаются и потребляются как продукт развлечения, поэтому стратегии брендинга могут быть направлены на создание эмоциональной связи с потребителями и позиционирование игры как формы эскапизма, удовольствия или веселья. Кроме того, индустрия видеоигр постоянно развивается, регулярно выпускаются новые игры и консоли, сменяются

поколения, игровые движки и технологии. Таким образом, успешный брендинг видеоигр требует от компаний быть в курсе тенденций отрасли, понимать свою целевую аудиторию, ориентироваться в стереотипах, проблемах индустрии и соответствующим образом адаптировать свои стратегии брендинга.

Переходя к конкретному примеру, стоит обозначить базовую информацию о том, что Devolver Digital — это американская компания-издатель видеоигр, базирующаяся в Остине, штат Техас. Была основана в 2009 году и с тех пор сделала себе имя в индустрии видеоигр. Основное внимание Devolver Digital уделяет изданию инди-игр и поддержке независимых разработчиков. Компания предлагает разнообразный ассортимент продукции, в котором представлены игры различных жанров, таких как экшн, приключения, головоломки и другие. Среди визитных карточек издателя — Hotline Miami, Serious Sam и Shadow Warrior. Компания прошла долгий путь с момента своего основания. В первые годы своего существования столкнулась с финансовыми трудностями и пыталась хоть как-то закрепиться на рынке. Однако благодаря громкому успеху таких игр, как Hotline Miami и Serious Sam, она начала закрепляться в качестве ключевого игрока на сцене инди-игр. Сегодня Devolver Digital имеет прочную репутацию компании, поддерживающей уникальных и инновационных разработчиков игр, как будто ставя креатив выше прибыли. Компания также создала собственную платформу Devolver Digital Films для поддержки независимых кинематографистов. Благодаря своей приверженности поддержке независимых авторов и стремлению издавать только качественные игры вопреки тенденциям и трендам, Devolver Digital стала уважаемым именем в индустрии видеоигр среди игроков.

Devolver Digital создала для себя сильный имидж бренда в индустрии видеоигр. В основе фирменного стиля компании лежит смелое, непочтительное отношение, которое бросает вызов статус-кво индустрии и набирающим обороты маркетинговым стратегиям. Devolver Digital позиционирует себя как компания, которая поддерживает независимых разработчиков и инновационный подход к разработке малобюджетных игр. Индивидуальность бренда компании проявляется в её маркетинговых кампаниях, присутствии в социальных сетях и типах издаваемых ею игр. Тон Devolver Digital саркастичен, юмористичен и провокационен. Издатель часто использует сатиру и пародию в своих маркетинговых кампаниях, чтобы выделиться на фоне более традиционных и корпоративных маркетинговых стратегий, используемых крупными издателями игр, а также открыто высмеивает своих конкурентов за их стремление получать прибыль любым, в том числе не совсем законным способом вопреки качеству конечного продукта. Devolver Digital подчёркивает, что стремится к инновациям, о чём свидетельствует их ориентация на издание уникальных игр, аналогов которым найти в рамках индустрии невозможно. Компания завоевала репутацию издателя игр, которые расширяют границы и предлагают нетривиальный опыт, что в свою очередь привело к формированию лояльной фанатской базы.

При анализе бренда также будем учитывать и маркетинговую стратегию компании. Devolver Digital имеет репутацию издателя с оригинальным и зачастую агрессивным подходом к маркетингу. Так, одним из наиболее ярких примеров этого является их первая пресс-конференция на E3 2017 года, где они в прямом эфире представили свои предстоящие игровые релизы, пародируя формат типичной корпоративной пресс-конференции крупных игроков рынка. Конференция включала в себя элементы насилия, абсурдные сценки, чёрный юмор, бутафорную кровь и эстетику психоделичного кинематографа, которая, как выяснилось позже, была маркетинговым трюком для привлечения новых разработчиков и клиентов. Эта конференция высоко оценена за её креативность и развлекательную ценность. Именно она помогла не просто укрепить, а создать с нуля репутацию Devolver Digital как нестандартной компании в игровой индустрии, от которой можно ожидать чего угодно. Примечательно также, что на данной конференции издатель показал всего лишь две игры, посвятив большую часть времени

самому шоу, а не анонсам. Это говорит о том, что маркетинговый отдел тогда ещё никому неизвестной компании прекрасно понимал своё незавидное положение в тени гигантов индустрии, а потому решил рекламировать и формировать свой бренд не с помощью товара, которого у них нет, а с помощью социальных платформ и провокационной презентации. В дальнейшем подобные пресс-конференции стали характерной чертой Devolver Digital, а их трансляция через социальные сети — главным рупором бренда. Маркетинговый подход Devolver Digital соответствует характеру бренда компании — непочтительному, разрушительному, креативному. Создавая запоминающиеся и привлекающие внимание рекламные кампании из года в год, они смогли создать шумиху и ажиотаж вокруг своих игр, при этом не опираясь на огромные маркетинговые бюджеты, что также соответствует политике издателя инди-игр.

Исходя из вышесказанного, можно предположить, что именно социальным платформам Devolver Digital обязана своему нынешнему положению, поскольку они стали каналом передачи всех креативных идей маркетингового отдела. Логично предположить, что те социальные медиа, которые сегодня задействует издатель, также подчиняются особенностям проанализированного нами бренда, то есть поддерживают его соответствующими способами, которые уже были частично разобраны выше.

В Twitter у Devolver Digital более 350 тысяч подписчиков, и компания использует эту платформу для продвижения своих предстоящих релизов, общения с поклонниками и обмена новостями индустрии. В их ленте часто публикуются юмористические и саркастические твиты об игровой индустрии и самих себе, которые находят отклик у аудитории. Однако нельзя утверждать, что в данном аспекте их аккаунт на данной платформе сильно отличается от конкурентов или даёт полное представление о бренде компании. По большей мере Devolver Digital использует Twitter для коротких информационных заметок с сообщениями о предстоящем релизе игры или проведении мероприятия. Разумеется, на специфике контента сказывается сам формат Twitter как платформы, которая не предназначена для больших текстов. Маркетологи Devolver Digital это понимают, а потому стараются публиковать больше визуальных материалов, вроде трейлеров или скриншотов, сопровождая их забавными комментариями. Подобный подход к ведению аккаунта компании в Twitter нельзя назвать чем-то уникальным и креативным, ведь схожий тон можно наблюдать и у конкурентов. Таким образом, Twitter хоть и вносит свой вклад в продвижение бренда издателя, но не играет главную роль и не отражает всех аспектов компании, то есть не даёт полного представления об имидже.

Аналогично, на Facebook у Devolver Digital более 100 тысячи подписчиков, и компания использует эту платформу, чтобы делиться трейлерами игр, закулисными материалами и новостями о своих последних релизах, но не более того. Они также взаимодействуют с поклонниками, отвечая на комментарии и сообщения, что способствует формированию чувства общности вокруг бренда, но подобная практика ведения аккаунтов на социальных платформах распространена не только в игровой индустрии. То есть перед нами — весьма типичные корпоративные аккаунты, которые полностью соответствуют маркетинговым тенденциям игровой индустрии. Они не столько подчиняются бренду Devolver Digital, сколько черпают свои стратегии из самой природы продукта и специфики рынка. Как мы уже говорили, игры — это часть развлечения, которая ассоциируется с эскапизмом, удовольствием и весельем. И все игровые компании так или иначе подстраивают свои социальные медиа под данные характеристики, стилизуют их для создания соответствующей дружелюбной, расслабляющей атмосферы и сближения с аудиторией. Devolver Digital в этом плане не исключение. Возможно, такой подход подходит не всем компаниям, но он явно нашёл отклик у фанатов Devolver Digital. Поддерживают ли Twitter и Facebook брендинг компании? Да, но при этом не развивают его.

Иначе ситуация обстоит с аккаунтом издателя на YouTube. Там у компании более 230 тысяч подписчиков, и она использует эту платформу для обмена игровыми

трейлерами, дневниками разработчиков и другими рекламными материалами, которые также можно найти в аккаунтах Twitter и Facebook. Именно на этом канале Devolver Digital ежегодно выпускают свою авторскую конференцию Devolver Direct, которая представляет собой периодически повторяющийся развлекательный видеосериал, анонсирующий предстоящие игры и позволяющий взглянуть на компанию изнутри. По своему тону он наследует традициям шоу на E3 2017 года и сильно отличается от привычных видеоигровых презентаций. Мы можем предположить, что Devolver Digital создали по-своему уникальный формат презентации, которая не только продаёт товар, повышает имидж и привлекает инвестиции, но и развлекает зрителя, критикует стереотипы игровой индустрии и деконструирует шаблоны и клише маркетинговых кампаний, тем самым сближаясь с традициями телевизионных проектов.

Devolver Direct — это ежегодная онлайн-конференция, проводимая Devolver Digital, которая стала самым брендообразующим контентом компании и визитной карточкой издателя. Конференция обычно проходит в середине июля и транслируется в прямом эфире на канале компании на YouTube. Devolver Direct включает в себя трейлеры игр, анонсы и другой контент, связанный с предстоящими релизами компании. Каждую такую презентацию можно считать полноценным короткометражным фильмом. Однако самой уникальной особенностью Devolver Direct является использование сатиры, чёрного юмора, ненормативной лексики, элементов артхауса и развлекательных шоу. Конференция представлена как пародия на традиционные мероприятия игровой индустрии, с фальшивой рекламой, чрезмерным насилием и гротескными сценками. Именно этот стиль стал фирменным знаком бренда Devolver Digital, прочно закрепив ассоциацию с чем-то за гранью добра и зла. Devolver Direct играет наиболее важную роль в формировании бренда Devolver Digital через социальные платформы, поскольку позволяет компании установить контакт со своей аудиторией, напомнить о себе и вызвать очередную волну трафика через репосты пользователей из-за воздействия на них шок-эффекта. Использование сатиры и юмора в свою очередь создаёт более увлекательный и запоминающийся опыт для зрителей, помогая установить сильную эмоциональную связь с брендом компании. Кроме того, Devolver Direct предоставляет Devolver Digital платформу для демонстрации своих ценностей как компании, то есть формирует имидж издателя. На конференции часто звучат комментарии о практике и тенденциях индустрии, а также уделяется внимание независимым разработчикам и нестандартным идеям. Всё это помогает позиционировать Devolver Digital как компанию, увлечённую инновациями и творчеством, что ещё больше укрепляет имидж её бренда. Тот факт, что Devolver Direct проводится на YouTube, также говорит о важности социальных сетей в формировании стратегии брендинга Devolver Digital. Используя эту платформу для проведения конференции, компания может охватить большую и заинтересованную аудиторию, повышая узнаваемость и лояльность бренда.

Хотя компания Devolver Digital создала уникальный и неповторимый образ своего бренда благодаря присутствию в социальных сетях и весьма хитроумной маркетинговой стратегии, интересно также сравнить её с другими компаниями в игровой индустрии.

Одна из компаний, которая выделяется с точки зрения присутствия в социальных сетях и имиджа бренда, — это Nintendo. Как и Devolver Digital, Nintendo обладает сильной индивидуальностью бренда и крайне лояльной фанатской базой. Однако подход Nintendo к социальным сетям и маркетингу заметно отличается. Nintendo, как правило, куда более консервативна в своём подходе к социальным медиа, часто полагаясь на традиционные методы маркетинга, такие как телевизионная реклама и пресс-релизы. Её каналы социальных сетей, такие как Twitter и YouTube, используются в основном для продвижения предстоящих релизов игр и мероприятий, а сами конференции разительно отличаются от Devolver Direct по тону, стремясь к традициям классической корпоративной культуры, которая не приемлет агрессию, гротеск, излишний пафос, сатиру или чёрный юмор. Связано это в первую очередь с позиционированием Nintendo

как компании, которая производит игры для семейной аудитории. В отличие от Devolver Digital, Nintendo обладает богатой историей, существует на рынке заметно дольше и занимает свою безопасную нишу, не раскрывая весь потенциал социальных платформ, поскольку её бренд уже давно вышел далеко за пределы игровой индустрии. То есть у Nintendo нет необходимости в громких PR-технологиях и провокационном онлайн-маркетинге, поскольку она имеет совершенно иной статус, цели и продукт.

Ещё одна компания, которую можно сравнить с Devolver Digital, — Ubisoft. Ubisoft — крупный игрок в игровой индустрии с обширным портфолио популярных франшиз, таких как Assassin's Creed и Far Cry. Как и Devolver Digital, Ubisoft обладает сильным, отточенным с годами брендом и достаточно преданной фанатской базой. Однако присутствие Ubisoft в социальных сетях также более корпоративно и менее иррелевантно, чем у Devolver Digital. Каналы социальных сетей Ubisoft используются в основном для продвижения своих игр и мероприятий, а не для юмористического общения с поклонниками, провокаций или развлечения.

Стоит отметить, что у разных компаний могут быть разные цели и целевая аудитория, когда речь идёт о социальных сетях и брендинге. Подход Devolver Digital может хорошо работать для небольшого независимого издательства малобюджетных, опирающихся только на креатив создателей проектов с лояльной фанатской базой, в то время как более крупной компании, такой как Ubisoft, возможно, необходимо поддерживать корпоративный имидж, чтобы привлечь широкую аудиторию и инвесторов для окупаемости своих многомиллионных проектов. В то же время некоторые крупные компании, вроде Xbox, стремятся в рамках своих социальных платформ совмещать корпоративную культуру с традициями маркетинга Devolver Digital. Правда, выражается это исключительно в попытках сблизиться со своей разросшейся аудиторией с помощью юмористических, неформальных комментариев, сопровождающих те или иные посты, что скорее является не уникальностью Xbox, а стратегией любой корпорации, пытающейся сохранить человеческое лицо и остаться на одной волне с потребителями.

В целом, несмотря на то, что между Devolver Digital и другими компаниями игровой индустрии, безусловно, есть сходство, уникальное присутствие Devolver Digital в социальных сетях и маркетинговая стратегия помогли ей выделиться на фоне конкурентов и создать сильный фирменный стиль и имидж, тем самым заслужив лояльность аудитории, которая, как можно предположить, устала от корпоративной эстетики.

Не менее важно указать на то, что в своей маркетинговой стратегии в рамках социальных платформ Devolver Digital наследуют традициям вирусной рекламы. Вирусная реклама — это маркетинговая техника, направленная на создание шумихи или ажиотажа вокруг продукта или услуги с помощью социальных сетей, онлайн-сообществ и других цифровых платформ. Во время этой шумихи аудитория сама становится бесплатным и активным рекламоносителем[14]. Цель вирусной рекламы — вызвать высокий уровень интереса к бренду или продукту, что впоследствии может привести к росту продаж, узнаваемости бренда и лояльности клиентов.

Маркетинговые кампании Devolver Digital очень напоминают методы вирусной рекламы. В их кампаниях, как мы уже указали ранее, часто используются юмор, сатира и провокационная эксплуатация шок-эффекта для создания шумихи, хайпа и ажиотажа вокруг своих игр. Такой подход к использованию Интернета и всех социальных платформ они выработали благодаря своей самой первой презентации 2017 года. Издатель также использует ряд тактик, которые обычно применяются в вирусных рекламных кампаниях, например, создание вызывающего контента, которым пользователь не может не поделиться, использование социальных сетей для продвижения своей продукции и привлечение авторитетных людей для распространения информации о своих играх.

Одним из примеров использования Devolver Digital вирусной рекламы является антология игр Devolver Bootleg. Игры из данного сборника представляют собой намеренно низкокачественные подделки популярных франшиз компании, таких как

Hotline Milwaukee, Catsylvania, Enter The Gun Dungeon и др. Выпуская эти игры и рекламируя их как бутлеги, Devolver Digital смогла создать ощущение иронии вокруг собственной продукции, что помогло создать инфоповод и повысить интерес к бренду.

Devolver Digital также использовала социальные сети для запуска вирусных кампаний. Одним из примеров является кампания «Общество признательности Нине Стразерс». Нина Стразерс — вымышленный персонаж, являющийся генеральным директором Devolver Digital. Кампания была создана для пародирования и высмеивания культа личности, окружающего руководителей технологических компаний, и получила большой резонанс в социальных сетях.

В целом, можно утверждать, что маркетинговая стратегия Devolver Digital в социальных сетях находится под сильным влиянием традиций вирусной рекламы. Они используют различные тактики, которые обычно ассоциируются с вирусными рекламными кампаниями, такие как чёрный юмор, сатира и провокация, для создания ажиотажа вокруг продукции и бренда.

В заключение необходимо сказать, что Devolver Digital с нуля создала сильный и уникальный бренд благодаря своим маркетинговым стратегиям, вирусным кампаниям и использованию социальных платформ в качестве основного инструмента продвижения, изначально делая ставку не на товар, а на подачу и самопрезентацию. Акцент компании на создании высококачественных инновационных игр и взаимодействии с аудиторией в юмористической и иррелевантной манере помог ей выделиться в переполненной индустрии. Маркетинговая стратегия Devolver Digital в социальных сетях унаследовала традиции вирусной рекламы, концентрируясь на создании увлекательного контента. Использование Twitter, Facebook и YouTube позволило компании охватить пусть и не широкую, но крайне преданную бренду аудиторию и лояльную фанбазу. Самый брендообразующий контент компании, Devolver Direct, стал долгожданным событием в игровой индустрии, привлекающим тысячи зрителей и вызывающим большой резонанс в Интернете. Благодаря этой конференции Devolver Digital смогла продемонстрировать свои будущие игры, пообщаться с фанатами и укрепить свой бренд как компании, которая ценит творчество, креатив и инновации. Более того, стремление Devolver Digital расширять возможности разработчиков инди-игр и способствовать развитию креативности в индустрии помогло ей утвердиться в качестве уникального и дальновидного издателя. В целом, бренд Devolver Digital является отражением смелого и нестандартного подхода компании к маркетингу и разработке игр. И на примере данного развития мы можем утвердиться в мысли о том, что возможности, предоставляемые современными социальными платформами, в правильных руках маркетологов способны построить бренд компании и поддерживать его на протяжении многих лет, выворачивая стереотипы и проблемы той или иной индустрии в свою пользу. То есть социальные платформы — не всегда могут выполнять роль всего лишь костылей компании, которые дублируют информацию из раза в раз, чтобы оставаться в потоке мирового трафика. Порой они способны дать компании всё необходимое для занятия своей ниши, поиска аудитории и манифестации основных принципов, составляющих основу имиджа.

#### **Литература и источники**

1. The Games Market and Beyond in 2021: The Year in Numbers // Newzoo URL: <https://newzoo.com/resources/blog/the-games-market-in-2021-the-year-in-numbers-esports-cloud-gaming> (дата обращения: 09.04.2023)
2. Number of social media users worldwide from 2017 to 2027 // Statista URL: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/> (дата обращения: 09.04.2023)
3. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future // Tourism management. – 2000. – Т. 21. – №. 1. – С. 97-116
4. Келлер, К. Л. Стратегический бренд-менеджмент : создание, оценка и управление

- марочным капиталом / К. Л. Келлер ; пер. с англ. — М. : Издат. дом «Вильямс», 2005. — 704 с.
5. Дженнифер, А. Индивидуальность бренда и ее характеристики // Бренд-менеджмент. – 2001. – Т. 2. – С. 12-25
  6. Серебрянская, С. С. Рекламный персонаж как важная составляющая индивидуальности бренда // Контентус. – 2016. – №. 1 (42). – С. 272-277
  7. Аршинова, М. А. Имидж бренда как результат его восприятия потребителем // Инновации и инвестиции. – 2018. – №. 4. – С. 168-171
  8. Гончарова, И. В. Имидж и бренд как инструменты повышения прибыльности бизнеса // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2008. – №. 2. – С. 3-7
  9. Старов, С. А. Лояльность бренду: классификация, методы оценки и программы формирования марочной приверженности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2007. – №. 2. – С. 112-133
  10. Бакиева, А. М., Нигматуллина О. Ю. Методика оценки лояльности к бренду // Вестник БГАУ.-012. – 2012. – №. 2. – С. 81-84
  11. Conceptualizing, measuring, and managing customer-based equity / K. Keller // Journal of Marketing. – 1993. – Vol. 57, No. 1. – P. 1–22
  12. Managing brand equity. Capitalizing on the value of a brand name / D. A. Aaker. – New York : The Free Press, 1991. – P. 109
  13. How brand image drives brand equity / A. L. Biel // Journal of Advertising Research. – 1992. – 32 (6). – P. 8.
  14. Бережанская, А. В. ВИРУСНАЯ РЕКЛАМА // Молодежь и наука: сборник материалов X Юбилейной Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 80-летию образования Красноярского края [Электронный ресурс]. — Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2014. — Режим доступа: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2014/directions.html>, свободный.

*Научный руководитель – канд.филол.наук, доцент кафедры журналистики, русской литературы и медиакоммуникаций Ф.С. Рагимова*

**УДК 070.1(047.53)**

## **ТЕХНОЛОГИЯ ИНТЕРВЬЮ В СЕТЕВЫХ ПРОЕКТАХ (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «ОСТОРОЖНО: СОБЧАК!»)**

***Новикова А. Б.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[asya.novik18@gmail.com](mailto:asya.novik18@gmail.com)

**Аннотация.** Технический процесс стал толчком к развитию журналистских жанров и их трансформации. Данная статья посвящена выявлению основных особенностей интервью в сетевых проектах. В работе определены основные составляющие сетевого интервью. На примере проекта на YouTube «Осторожно: Собчак!» рассмотрены основные составляющие сетевого интервью: заголовок, превью, подписи к блокам и технические особенности визуального привлечения внимания. Целью исследования является выявление специфики сетевого интервью на примере девяти выпусков с декабря 2022 года по март 2023 года.

**Ключевые слова:** интервью, сетевой проект, YouTube-канал, технология интервью, СМИ.

## INTERVIEW TECHNOLOGY IN NETWORK PROJECTS (USING THE EXAMPLE OF THE PROJECT «CAUTION: SOBCHAK!»)

*Novikova A. B.*

Kemerovo State University  
[asya.novik18@gmail.com](mailto:asya.novik18@gmail.com)

**Abstract.** The technical process was the impetus for the development of journalistic genres and their transformation. This article is devoted to identifying the main features of interviews in network projects. The paper defines the main components of a network interview. Using the example of a project on YouTube «Caution: Sobchak!» the main components of a network interview are considered: title, preview, block captions and technical features of visual attention-grabbing. The purpose of the study is to identify the specifics of the network interview on the example of nine issues from December 2022 to March 2023.

**Keywords:** interview, network project, YouTube channel, interview technology, mass media.

В XXI веке Интернет относится к одним из основных источников оперативной передачи информации. Так как оперативность – самое важное качество журналистики, Сеть постепенно вытесняет традиционные средства массовой информации. Статус сетевых медиа в системе СМИ определен в Законе РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.07.2017) «О средствах массовой информации»: «под сетевым изданием понимается сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с настоящим Законом (абзац введен Федеральным законом от 14.06.2011 N 142-ФЗ)» [Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.07.2017) «О средствах массовой информации»].

Исходя из определения Валерия Леонидовича Ильченко, интервью – это жанр публицистики. Текст в данном жанре представляет из себя разговор журналиста с политическим, общественным или иным деятелем по актуальным вопросам [Цвик, 2004]. Жанр интервью предполагает две стороны: интервьюер и интервьюируемый. Но у этого процесса коммуникации есть третья сторона – зрители. Журналист узнает у героя информацию, чтобы передать её аудитории. Поэтому все технические средства направлены на упрощение восприятия аудиторией этой информации. Благодаря видеointerview, человек не просто понимает, о чём речь в интервью, а видит и слышит всё происходящее. Таким образом, в создании эффекта присутствия телевизионное и сетевое интервью имеет явное преимущество [Сахнова, 2013].

Первое, с чем мы сталкиваемся при просмотре интервью К. Собчак – подпись (или заголовок). В сетевых проектах, не только телевизионных, заголовок играет чуть ли не самую важную роль. Прочитав заголовок, у читателя или зрителя должно возникнуть желание открыть материал. У интервью К Собчак самые обычные заголовки, она выносит имя героя и основные положения интервью, например, «Михаил Шац: про СТС, Израиль и «Хорошие шутки»» или «Кикабидзе: «Мне станет легче, если я умру». Последнее интервью».

Следующий этап «завлечения» зрителя – превью. Оно представляет собой «нарезку» из вопросов и ответов героя иногда не в том порядке, в котором они идут в выпуске.

*«Скажи честно, что ты почувствовал? Я \*\*\*\*\*. Я хочу извиниться перед Леонидом Волковым. Выбирая между логикой Байдена и Собчак, я выберу Байдена...» (выпуск от 17.03.2023 с Алексеем Венедиктовым).*

Но есть исключения. Например, интервью с Михаилом Шацем начинается с неформальной беседы К. Собчак со своим героем.

**Цитата.** Во время беседы на экране может появиться только что сказанная героем фраза. К. Собчак цитирует не отдельные интересные фразы героя, а 1-2 предложения. В

большинстве случаев в цитату выносятся не слова самого героя, а цитаты других известных людей, строчки из фильмов, произведений. В интервью с Любовью Аркус журналистка вовсе процитировала анекдот про Джоконду.

**Пояснение.** Пояснения, которые появляются на экране при упоминании какого-то события, человека или места, помогают сократить время выпуска, так как иначе интервьюеру придётся отвлекаться от беседы и объяснять. Также обязательно подписываются иноагенты. Например, в выпуске с Алексеем Венедиктовым, как только началось интервью, внизу появилась надпись «Алексей Венедиктов – выполняет в России функции иностранного агента» или «Фонд борьбы с коррупцией включен Минюстом в реестр организаций, выполняющих функции иностранного агента, признан экстремистской организацией и запрещен в России». Это обязательное условие упоминания подобных личностей или организаций. Также к пояснениям можно отнести инфографику. В исследуемых выпусках она применялась один раз – в выпуске с Екатериной Конасовой, когда героиня рассказывала про структуру редакции. Визуально подобная иерархия воспринимается гораздо легче, чем на слух. Ещё к этому типу относится объяснение геолокации.

**Фото.** Появляющиеся на экране во время беседы фотографии воздействуют на ассоциативную память человека. Иногда люди могут не помнить название фильма, но помнить, как выглядит его афиша или знать человека в лицо, но не помнить имени. В своих интервью К. Собчак использует фотографии, скриншоты выпусков и комментариев, фильмов и программ, обложки книг, а также комментариев и переписок.

**Видео или цитаты в формате видеовставок.** Во время диалога можно увидеть вырезки из интервью других журналистов, телевизионных программ, проектов на YouTube.

Частота использования описанных средств в интервью Ксении Собчак представлена в таблице 1.

*Таблица 1. Монтажные решения в интервью Ксении Собчак*

Герой	Цитата	Пояснение	Фото	Видео
Михаил Шац	0	56	14	21
Любовь Аркус	11	82	57	14
Кикабидзе	3	29	12	14
Конасова	23	96	111	33
Зинаида Пронченко	12	96	70	8
Galibri & Mavik	28	61	38	19
Алексей Сальников	7	59	39	8
Николай Соболев	8	57	32	23
Алексей Венедиктов	0	102	73	2

Большую популярность в интервью Ксении Собчак имеют пояснения и фотографии. Это объясняется тем, что каждое упоминание личности, от Платона до современных кинозвезд, артистов и режиссеров, сопровождается его изображением и подписью с именем и родом деятельности. Также к пояснениям мы отнесли подписи при упоминаниях иноагентов, запрещенных в России организаций и фондов.

Сетевое интервью может использовать визуальное воздействие на зрителя в полной силе, в отличие от телевизионного. Подобные приёмы значительно облегчают работу журналиста, так как сокращают время интервью. У интервьюера нет необходимости останавливать беседу, чтобы подробнее рассказать про режиссера или напомнить зрителям, кто такой Сергей Есенин. Так как интервью в сетевых проектах не ограничено по времени, журналист может больше времени уделить беседе, а не разъяснениям. Но такие элементы не позволяют слушать его «на фоне». Выпуски К. Собчак надо именно смотреть, иначе неподготовленный слушатель может не понять, откуда взята та или иная цитата и почему она относится к теме диалога.

#### Литература и источники

1. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.07.2017) «О средствах массовой информации». [Электронный ресурс] / URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/) (дата обращения: 22.03.2023).
2. Цвик, В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: Учебное пособие / В. Л. Цвик. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 382 с.
3. Сахнова, Е. Б. Жанр интервью и его модификации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. – 2013. – № 4 (13). – С. 98-103.

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

УДК 316.774

### ОБРАЗ ЯПОНИИ В РОССИЙСКИХ ТРЭВЕЛ-ШОУ (НА МАТЕРИАЛЕ ШОУ «ПОРА ВАЛИТЬ»)

*Табашнева К. В., Поселеннова Е. Ю.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[rao.rin@mail.ru](mailto:rao.rin@mail.ru), [e.poselenova@gmail.com](mailto:e.poselenova@gmail.com)

**Аннотация.** В статье поднимается проблема мифологизация национальной японской культуры в российской трэвел-журналистике и блогинге. На примере тематического выпуска шоу «Пора валить» проанализированы базовые стереотипы, формирующие в сознании россиян миф о Японии. Актуальность исследования обусловлена тем, что азиатский туристический рынок, по версии многих СМИ, станет набирать популярность в 2023 г. Одним из аспектов, влияющих на посещение других стран, и становятся мифы о национальной культуре, которые формируются в сознании за счет восприятия иностранной культуры через посредников. В связи с этим возрастает интерес к созданию новых и изучению уже существующих журналистских и блогерских материалов, посвященных Японии.

**Ключевые слова:** массмедиа, мультимедийное пространство, журналистика, трэвел-журналистика, трэвел-журналист, трэвел-шоу, трэвел-блогинг, блогер, интернет-сми, национальная культура, япония, мифологизация, туризм

### JAPAN'S IMAGE IN RUSSIAN TRAVEL SHOWS (ON THE MATERIAL OF THE SHOW «IT'S TIME TO GET OUT»)

*Tabashneva K.V. Poselenova E.Y.*

Kemerovo State University

[rao.rin@mail.ru](mailto:rao.rin@mail.ru), [e.poselenova@gmail.com](mailto:e.poselenova@gmail.com)

**Annotation.** The article raises the problem of mythologizing national Japanese culture in Russian travel journalism and blogging. The example of the thematic issue of the show «It's Time to get out» analyzed the basic stereotypes that form the myth of Japan in the minds of Russians. The relevance of the study is due to the fact that the Asian tourist destination, according to many media, will gain popularity in 2023. One of the aspects affecting visits to other countries is the myths about national culture, which are formed in consciousness by the perception of foreign culture through intermediaries. In this regard, interest in creating new and studying existing journalistic and blogging materials dedicated to Japan is growing.

**Key words:** mass media, mass media space, journalism, travel journalism, travel journalist, travel show, travel blogging, blogger, internet media, national culture, japan, mythologization, tourism

По версии издательства «Коммерсантъ»<sup>1</sup> в 2023 году произойдут большие изменения на туристическом рынке, одним из которых станет перестройка на азиатский сегмент, а по данным агентства «Интерфакс»<sup>2</sup>, по сравнению с пандемийным 2021 годом в страны Азии стали путешествовать на 90% чаще. Это даёт повод рассуждать о высоком потенциале восточных направлений для российских путешественников.

Одним из аспектов, влияющих на туристический рынок, становятся мифы о национальной культуре, которые формируются в сознании за счет восприятия иностранной культуры через посредников, таких, как средства массовой информации и блогосфера. В настоящее время заметно всё более повышающееся внимание и интерес этих сфер к Японии, которая достигла больших высот в развитии экономики и на момент 2021 года находилась на третьем месте в мировом рейтинге Всемирного банка по ВВП<sup>3</sup>, несмотря на трудности, возникшие в период пандемии. Можно с уверенностью сказать уже сегодня, что, имея подобные ресурсы, это государство будет в дальнейшем играть всё более значимую роль не только в экономической и политической сферах, но и станет одним из наиболее востребованных туристических направлений. В связи с этим возрастает интерес к созданию новых и изучению уже существующих журналистских и блогерских материалов, посвященных Японии.

Рассмотрим путешествия отечественных журналистов в Страну восходящего солнца на примере трэвел-шоу «Пора валить». Шоу выходит на канале «Руслан Усачев» с 29 мая 2012 года и является действующим проектом. Оно посвящено посещению разных стран ведущими – владельцем канала Русланом Усачевым и Михаилом Кшиштовским<sup>4</sup>. У шоу есть свои отличительные черты, такие как исключительно туристический взгляд на страны, а также формат остановки на пару дней. Один выпуск не всегда ограничивается только одной страной и одним её городом, ранние эпизоды могли состоять из двух или трех частей, повествующих о разных местах. Первый выпуск был снят в Стамбуле, в нем ещё не были сформированы особенности будущего шоу, формат был, скорее, экспериментальным. Серия роликов впервые была названа «шоу» в выпуске про Норильск 27 февраля 2017 года.

49-й по счёту выпуск о поездке в Токио имеет одну часть. На обложке эпизода мы видим визуальные образы, подчеркивающие сплетение технологического прогресса и

---

<sup>1</sup> Публикация в издательстве «Коммерсантъ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5841889> (дата обращения 12.01.23).

<sup>2</sup> Публикация в издательстве «Интерфакс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/95972/> (дата обращения 12.01.23).

<sup>3</sup> Данные национальных счетов Всемирного банка и файлы данных национальных счетов ОЭСР. Режим доступа: [https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2021&most\\_recent\\_value\\_desc=true&start=2021&type=shaded&view=map](https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2021&most_recent_value_desc=true&start=2021&type=shaded&view=map) (дата обращения 28.10.2022).

<sup>4</sup> Официальный YouTube-канал соведущего travel-шоу «Пора валить» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/@kshishtos> (дата обращения 12.01.23).

культурных ценностей. Так, на заднем плане обложки виден город в ярких неоновых цветах, отсылающих к эстетике киберпанка – жанра, описывающего недалекое будущее, которое является результатом развитых информационных технологий<sup>5</sup>. Рядом с городом расположены круглые подвесные фонари красного цвета (Ака chō-chin<sup>6</sup> - красный фонарь у ресторана или места с дешевой едой либо алкоголем). Эти фонари являлись источником освещения в средневековой Японии, поэтому сегодня они символически соотнесены с традицией. Сочетание прошлого и будущего прослеживается также и в образах изображенных на первом плане обложки ведущих. Михаил Кшиштовский держит в руках классический средневековый японский меч, называющийся катаной, что также подчёркивает связь с традиционными ценностями. К дуализму японской культуры ведущие возвращаются уже в самом ролике, когда рассматривают разницу центрального «официозного», по словам Михаила Кшиштовского, района и более шумных, современных районов, таких как Акихабара.

Мотив синтеза традиций и технологий в Японии встречается также в материале телепрограммы «Жизнь других» на «Первом канале», где в выпуске о Токио шла речь о доме для престарелых, где функционируют роботы-помощники. Отметим, что подобное повторение укрепляет социальный миф в сознании зрителя, к такому выводу пришла М. М. Васильева в учебнике «Связи с общественностью в органах власти»<sup>7</sup>, говоря о PR-службах. Стереотип о сплетении в японской культуре передовых технологий и традиций уже закрепился в сознании россиян. «Фонд Общественного Мнения»<sup>8</sup> провел опрос, в котором респонденты описывали Японию и с прогрессивной стороны (8%), и с традициональной (3%).

Далее в описании к выпуску сообщается о многолюдности, в один ряд с достопримечательностями авторы ролика ставят «час пик в местном метро», на этом транспорте они решают добраться до «магазина с мангой»<sup>9</sup>. Для большей наглядности камера располагается выше всех пассажиров, это позволяет охватить большое количество людей кадром сверху. Михаил Кшиштовский подмечает: «Да, теперь я верю, что токийское метро уступает лишь только Пекинскому по пассажиропотоку» [9:13], а после выхода из метро Руслан Усачев говорит, что людей тут очень много, настолько, что для утрамбовки их в вагон метро существует специальная профессия. Так, мы видим, что ведущие не настаивают на стереотипном мнении о огромной численности населения в Японии, а аккуратно сводят эти представления до масштабов пассажиропотока на станциях метро. Отчасти ведущие даже развеивают миф о перенаселенности Токио, показывая в следующей сцене прогулку по пустующим улицам центрального района Тиёда. В этом эпизоде в отличие от предыдущего много свободного пространства, камера

---

<sup>5</sup> Шайдулина, М. В. Киберпанк в японском кинематографе: Специфика тематической интерпретации и художественно-образного решения [Электронная версия] // Вестник Томского гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. – Томск, 2016. – № 1(21). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kiberpank-v-yaponskomkinematografe-spetsifika-tematicheskoy-interpretatsii-i-hudozhestvenno-obraznogoresheniya> (дата обращения 12.01.23).

<sup>6</sup> Русско-японский словарь Jardic [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.jardic.ru/search/search\\_r.php?q=%D1%84%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D1%80%D1%8C&pg=0&dic\\_jardic=1&sw=1920](http://www.jardic.ru/search/search_r.php?q=%D1%84%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D1%80%D1%8C&pg=0&dic_jardic=1&sw=1920) (дата обращения 1.02.2023).

<sup>7</sup> Связи с общественностью в органах власти: учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.]; под редакцией М. М. Васильевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 432 с. — Текст: электронный. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/489016> (дата обращения: 08.12.2022).

<sup>8</sup> Опрос «ФОМ» о Японии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fom.ru/Mir/14158> (дата обращения 14.02.23).

<sup>9</sup> Манга – японские комиксы, которые легко отличить от американских и европейских: черно-белая расцветка, странная особенность чтения, большие глаза персонажей, а также остальные жанровые характерные отличия. Источник: Денисова, А. И. Семиотика в манга и аниме // Вестник ТГУ. – 2014. - №12 (140). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/semiotika-v-manga-i-anime> (дата обращения: 01.02.2023).

находится на расстоянии нескольких метров от ведущих, показывая их в полный рост, что даёт ещё большее ощущение свободы в кадре.

В описании к видео пишут о теме уникальности азиатской кухни, в частности, речь идет об «обязательной дегустации местной растворимой лапши». Примечательно здесь то, что она распространена по всему миру, но ведущие решили попробовать это блюдо именно в Токио. Мотивировано это тем, что такая лапша была впервые приготовлена японцем Момофуки Андо. На официальном сайте его компании «Nissin Foods»<sup>10</sup> написано, что своим изобретением Андо произвел глобальную революцию. Ведущие шоу погружают зрителей в историю изобретения этого продукта, посещая токийский музей лапши быстрого приготовления, чтобы дальше, по их словам, самим «протестировать классический Cup Noodle»<sup>11</sup> [20:46]. Сам факт создания музея лапши говорит о потребности в ознакомлении с историей развития японской гастрономической культуры, а мировой успех изобретения Момофуки Андо свидетельствует об уникальности и востребованности изобретения.

Своеобразие японской кухни подчёркивается в ролике отдельно выделенным блоком повествования, хронометраж которого [19:15 – 22:00] не меньше других фрагментов. Это говорит о том, что японская еда не менее важна для туриста, чем сфера услуг и развлечений, что демонстрируют ведущие шоу. Отметим, что по данным «Фонда Общественного Мнения»<sup>12</sup>, 10% опрошенных россиян выделяет среди наиболее значимых культурных ценностей Японии именно кухню, что свидетельствует не только о личном интересе ведущих к этой теме, но и о широкой востребованности освещения темы местной гастрономии.

Снимая выпуск о недолгом пребывании в Японии, Михаил Кшиштовский и Руслан Усачев отобрали самые интересующие аудиторию сферы, поскольку хронометраж выпуска не позволил бы охватить более широкий контекст. Так, проанализировав выпуск, нам удалось узнать, что travel-журналисты стремятся рассказать об отличии азиатской страны от России больше, чем выявить сходства: ведущие сравнивают развитие инфраструктуры в нашей стране и Японии, указывают на специалитеты, которых мы не увидим на родине, упоминают незнакомые профессии (утрамбовщик людей в вагоны метро) и т.д. Медиа стремится показать Японию как экзотическую страну для россиян. Но нельзя забывать и о том, что Россия одновременно связана и с Европой, и с Азией, поэтому интерес к восточным странам вызван не только увидеть необычное, но и уловить связь между культурами.

### Литература и источники

1. Публикация в издательстве «Коммерсант» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5841889> (дата обращения 12.01.23).
2. Публикация в издательстве «Интерфакс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/95972/> (дата обращения 12.01.23).
3. Данные национальных счетов Всемирного банка и файлы данных национальных счетов ОЭСР. Режим доступа: [https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2021&most\\_recent\\_value\\_desc=true&start=2021&type=shaded&view=map](https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2021&most_recent_value_desc=true&start=2021&type=shaded&view=map) (дата обращения 28.10.2022).

<sup>10</sup> Официальный сайт компании «Nissin Foods» [Электронный ресурс] /URL:<https://nissinfoods.com/our-story> (дата обращения 18.01.23).

<sup>11</sup> «Cup Noodle» – это бренд лапши быстрого приготовления, принадлежащий компании «Nissin Foods», особенность продукта в том, что едят его в чашке.

<sup>12</sup> Опрос «ФОМ» о Японии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fom.ru/Mir/14158> (дата обращения 14.02.23).

4. Официальный YouTube-канал соведущего travel-шоу «Пора валить» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/@kshishtos> (дата обращения 12.01.23).
5. Шайдулина, М. В. Киберпанк в японском кинематографе: Специфика тематической интерпретации и художественно-образного решения [Электронная версия] // Вестник Томского гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. – Томск, 2016. – № 1(21). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kiberpank-v-yaponskomkinematografe-spetsifika-tematicheskoy-interpretatsii-i-hudozhestvenno-obraznogoresheniya> (дата обращения 12.01.23).
6. Русско-японский словарь Jardic [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.jardic.ru/search/search\\_r.php?q=%D1%84%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D1%80%D1%8C&pg=0&dic\\_jardic=1&sw=1920](http://www.jardic.ru/search/search_r.php?q=%D1%84%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D1%80%D1%8C&pg=0&dic_jardic=1&sw=1920) (дата обращения 1.02.2023).
7. Связи с общественностью в органах власти: учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.]; под редакцией М. М. Васильевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 432 с. — Текст: электронный. Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/489016> (дата обращения: 08.12.2022)
8. Опрос «ФОМ» о Японии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://fom.ru/Mir/14158> (дата обращения 14.02.23).
9. Денисова, А. И. Семиотика в манга и аниме // Вестник ТГУ. – 2014. - №12 (140). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/semiotika-v-manga-i-anime> (дата обращения: 01.02.2023).
10. Официальный сайт компании «Nissin Foods» [Электронный ресурс] /URL:<https://nissinfoods.com/our-story> (дата обращения 18.01.23).

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

**УДК 316.774**

**АНАЛИЗ АРГУМЕНТАТИВНОЙ МОДЕЛИ СТАНИСЛАВА ДРОБЫШЕВСКОГО (НА ПРИМЕРЕ ВЫПУСКА «“НАУКА ПРОТИВ”: СТАНИСЛАВ ДРОБЫШЕВСКИЙ ПРОТИВ КРЕАЦИОНИЗМА»)**

*Яровенко В. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[vika\\_yarovenko1@mail.ru](mailto:vika_yarovenko1@mail.ru)

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются особенности речи Станислава Владимировича Дробышевского, его коммуникативные задачи и структура аргументации. Анализ проводится с целью выявления аргументативной модели российского палеоантрополога. Отметим, что объект исследования реализует деятельность по популяризации научного мировоззрения на медиаплатформе YouTube. В настоящее время ученые пришли к выводу о том, что выделенные ранее аргументативные модели подвержены процессу конвергенции. Одному человеку редко бывает свойственна одна аргументативная модель, чаще всего можно встретить их конгломерат. В этой связи появилась необходимость анализа речи Станислава Дробышевского с целью определения формально-логической модели аргументации как основной в его аналитике.

**Ключевые слова:** Дробышевский, научный, анализ, аргумент, аргументация.

# ANALYSIS OF STANISLAV DROBYSHEVSKY'S ARGUMENTATIVE MODEL (ON THE EXAMPLE OF THE ISSUE "SCIENCE AGAINST": STANISLAV DROBYSHEVSKY AGAINST CREATIONISM")

*Yarovenko V. V.*

Kemerovo State University

[vika\\_yarovenko1@mail.ru](mailto:vika_yarovenko1@mail.ru)

**Annotation.** This article discusses the features of Stanislav Vladimirovich Drobyshevsky's speech, his communicative tasks and the structure of argumentation. The analysis is carried out in order to identify the argumentative model of the Russian paleoanthropologist. It should be noted that the object of the study implements activities to popularize the scientific worldview on the YouTube media platform. Currently, scientists have come to the conclusion that the argumentative models identified earlier are subject to the process of convergence. One person is rarely characterized by one argumentative model, most often you can find their conglomerate. In this regard, it became necessary to analyze Stanislav Drobyshevsky's speech in order to prove the validity of the formal-logical model of argumentation for a scientist.

**Key words:** Drobyshevsky, scientific, analysis, argument, argumentation.

На сегодняшний день вопрос развития научного сознания стоит остро, поскольку данный показатель влияет на экономическую, социальную, политическую и культурную составляющие как отдельных стран, так и всего мира в целом [Панина, 2019]. Однако важным остается не только само популяризаторство науки, но и аргументация, используемая в ходе распространения информации.

Одним из высокоэффективных современных каналов распространения информации является медиaplatforma YouTube [Deloitte: Медиапотребление в России 2021]. Одним из представителей научного направления, развивающих свою деятельность в YouTube, выступает Станислав Владимирович Дробышевский.

Российский палеоантрополог, кандидат биологических наук, доцент кафедры антропологии биологического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова помимо основной деятельности активно занимается популяризаторством научного мировоззрения. Так, Дробышевский не только выпускает научно-популярные книги и пособия, монографии и статьи, но и является научным редактором научно-популярного портала Антропогенез.ру. Станислав Владимирович имеет собственный YouTube-канала «Станислав Дробышевский» со 150 тыс. подписчиков, однако свою популярность он обрел благодаря ведению рубрики «Дробышевский. Человек разумный» на YouTube-канале «RTVI Развлечения».

В данной статье рассматривается и анализируется модель аргументации Станислава Владимировича Дробышевского на примере выпуска RTVI программы «Наука против»: Станислав Дробышевский против креационизма», опубликованный 11 февраля 2021 года и набравший 681 тысячу просмотров.

Цель анализа — определение характерной для С. В. Дробышевского аргументативной модели. Критериями анализа обозначим следующие:

1. Язык. Аргументация всегда выражена в языке, имеет форму произнесенных или написанных утверждений.

2. Задача. Аргументация является целенаправленной деятельностью: она имеет своей задачей усиление или ослабление чьих-то убеждений.

Структура доказательств: тезис, аргумент, демонстрация.

**Таблица 2. Лингвостилистический анализ**

<b>Лингвостилистическое средство</b>	<b>Пример</b>
Разговорная лексика	«пятое-десятое», «трали-вали», «части расплзались в разные стороны», «типо»
Вводные конструкции	«ну, вообще, на мой взгляд», «собственно»
Риторический вопросы	«ну а почему не вудуизма, например?», «Почему они должны изучать чужие какие-то фантазии?»
Ирония, построенная на сравнении	«Если эта теория происхождения жизни научная, то это вещь, которая проверяема на практике. Можно взять в колбочку, да, загрузить неорганику, потрясти, стукнуть током, и получить органику, что, собственно, и делалось в экспериментах. И сейчас есть длинный-длинный путь, по которому известно, как из совсем не органики получилась более-менее органика и клетка. И сейчас там уточняют детали. Причем, известно больше вариантов возникновения жизни, чем реализовалось на практике. То есть, сейчас придумали люди больше вариантов как можно сделать жизнь, чем, собственно, произошло на самом деле. Что уже, как бы, радует. А креационизм — это как бы теория, но это только в смысле, что «у меня есть прикольная идея, а давайте придумаем так».
Антитеза	«Наука – это отображение реальности... а религия и креационизм – это некоторая идея, вытащенная из головы»
Парцелляция	«Все сводится к тому, что вот, в книге написано. Все. Почему написано? Кем Написано? Зачем написано? Это уже совершенно к делу типо не относиться»
Оценочная лексика	«идея, вытащенная из головы», «какая-то там»

В приведенной таблице произведен лингвостилистический анализ, благодаря которому стало возможным выделить следующие коммуникативные задачи: ослабление интересов креационизма, опровержение креационистских теорий и концепций, усиление научных интересов. Помимо этого, стоит отметить, что заявленная тема достаточно сложная для восприятия, однако с помощью средств выразительности и особенностей речи Станислава Дробышевского все высказывания становятся понятными и не вызывают дополнительных вопросов. Спикер четко отстаивает свою позицию, пропагандируя научное знание.

Анализ структуры доказательства был произведен на одном из отрезков интервью, в котором содержался ответ на вопрос: «Зачем детям в школе преподают религию и насколько это хорошо или плохо?». Ниже приведена схема ответа:

1. Постановка тезиса: «Ну, вообще, на мой взгляд, это совершенно не надо»;
2. Использование аргумента: «Потому что в курсе истории уже история религии так или иначе есть»;
3. Примеры, подтверждающие аргумент: «Зарождение христианства, крестовые походы, раскол у нас допустим, пятое десятое. Оно все и так предусмотрено»;
4. Приведение контраргумента: «А учить их каком-то основам конкретной религии. Ну, а почему не вудуизма, например? У нас страна большая, у нас шаманов, шаманистов пол страны вообще. Ну а если так смотреть, то и атеисты есть»;
5. Примеры, подтверждающие контраргумент: «Почему не изучать мифы Древней Греции? Про Одина, там хотя бы интересно»;
6. Вывод: «Это работа на то, чтобы у нас части распозлались в разные стороны, и, на мой взгляд, это очень вредно для страны».

Примечательно, что количество аргументов и контраргументов всегда разное. Станислав Владимирович может привести как всего один, так и три-четыре-пять аргументов. Все зависит от глубины задаваемого вопроса. Если ответ лежит на поверхности, то аргументов будет меньше, чем в ответе, требующем более детального осмысления. Особое внимание привлекают примеры, приводимые спикером, т.к. они рождаются из глубокого анализа факта, ситуации, что влечет за собой высокое качество аргументации и, как следствие, убедительность высказывания.

Проведенный анализ показывает, что модель аргументации Станислава Дробышевского - формально-логическая: тезис, аргументы и контраргументы, вывод [Ивин, 2016]. При этом благодаря употреблению различных языковых средств выразительности его речь становится достаточно эмоциональной, живой и общедоступной. Дробышевский сознательно употребляет научную терминологию крайне редко, за исключением случаев, когда это необходимо. Но в таком случае всегда дает объяснение сказанным словам.

#### Литература и источники

1. Ивин, А. А. Теория и практика аргументации: учебник для бакалавров / А. А. Ивин. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 300 с.
2. Наука против: Станислав Дробышевский против креационизма. URL: <https://youtu.be/F4MRWuTebRE>
3. Панина, Е. А. Популяризация науки в условиях современной социокультурной ситуации / Е.А. Панина // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2019. № 4 (43). С. 172-181
4. Стернин, И. А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / И. А. Стернин. — 5-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2008. — 272 с.
5. Deloitte: Медиапотребление в России 2021. URL: <https://get-investor.ru/analytics/tproduct/357049947-372510040531-mediapotreblenie-v-rossii-2021>

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

# АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ ФИЛОЛОГИИ (СЕКЦИЯ МАГИСТРАНТОВ, АСПИРАНТОВ, ДОКТОРАНТОВ)

УДК 81'23

## К ВОПРОСУ О СЕМАНТИКЕ БИОНИМОВ В РАЗНОСТРУКТУРНЫХ ЯЗЫКАХ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

*Абдуллаева Ф. Э.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[fatima2888@mail.ru](mailto:fatima2888@mail.ru)

**Аннотация.** Бионимы широко представлены во всех языках мира и относятся к одним из наиболее древних пластов лексики. При сопоставлении с другими объектами окружающей действительности животные ближе всего к человеку, так как тесно контактируют с ним. Животные, как и люди, обладают собственными привычками, нравом и манерой поведения. В связи с этим становится закономерным изучение бионимической лексики с целью познания человеком самого себя сквозь призму образных представлений о животном мире. В данной работе представлен теоретический обзор исследований, в которых объектом изучения являются наименования объектов животного и растительного мира. В ходе анализа работ на примере разноструктурных языков выявлены приоритетные направления исследования.

**Ключевые слова:** семантика, бионим, китайский язык, тематическая группа, концептуализация, этноконцептология.

## TO THE QUESTION OF THE SEMANTICS OF BIONYMS IN DIFFERENT- STRUCTURED LANGUAGES: A THEORETICAL REVIEW

*Abdullayeva F. E.*

Kemerovo State University

[fatima2888@mail.ru](mailto:fatima2888@mail.ru)

**Annotation.** Bionyms are widely represented in all languages of the world and belong to one of the most ancient layers of vocabulary. When compared with other objects of the surrounding reality, animals are closest to humans, since they are in close contact with him. Animals, like people, have their own habits, temperament and demeanor. In this regard, it becomes natural to study bionymic vocabulary with the aim of a person knowing himself through the prism of figurative ideas about the animal world. This article presents a theoretical review of studies in which the object of study is the names of objects of the animal and plant world. In the course of the analysis of works on the example of languages with different structure, priority areas of research were identified.

**Key words:** semantics, bionym, the Chinese language, thematic group, conceptualization, ethnoconceptology.

Исследование бионимической лексики является весьма приоритетным направлением в рамках современной антропоцентрической парадигмы. Актуальность работ, посвященных данной теме, обусловлена не только антропоцентрической, но и сравнительно-сопоставительной, типологической, лингвокультурологической и

лингвокогнитивной направленностью. Обработка материала в ходе теоретического изучения показывает, что в большей части работ отмечена связь лексикологии и лексикографии [Блинова, 1977; Гак, 1977; Бенковичова, 1983; Голев, 1983, 1987, 1989, 2011; Карасик, Стернин, 2002; Фролова, 2005 и др.]. Не меньшую долю составляют работы, посвященные изучению семантики лексем-бионимов (коннотативных составляющих), фразеологических единиц с компонентом-бионимом, их функционированию в текстах разных жанров, в видах дискурса. *Целью* нашего исследования является проведение комплексного, многоаспектного анализа семантики лексем-бионимов в разноструктурных языках для развития дальнейшей теоретической мысли по данной проблеме. Для достижения обозначенной цели решаются следующие *задачи*: 1) провести ретроспективный анализ научных работ по данной теме; 2) путем сплошной, затем целенаправленной выборки выделить и сформировать фактологическую базу исследования; 3) обосновать методику исследования бионимической лексики в разноструктурных языках, включающую методы, приемы и различные аспекты: описательный, сопоставительный, динамический, лексикологический, лексикографический, лингвокультурологический, лингвокогнитивный, словообразовательный и другие аспекты.

*Материал исследования.* В настоящее время составлена картотека научных исследований, в которую входит 350 работ, данный список продолжает пополняться. В основном картотеку составляют работы с периодизацией последних 20 лет (начала 2000-х гг. и по настоящее время).

Как показывает фактологическая база, лексем-бионимы, рассматриваемые в научных работах, объединены в группы по тематическому и языковому принципам. Наибольшее количество работ посвящено исследованию семантики единиц тематической группы «Домашние животные», далее по частотности изучения располагаются тематические группы «Дикие животные», «Мифические живые существа», «Птицы», «Растения», «Насекомые», «Рыбы».

Семантика бионимов рассматривается в ракурсе контрастивных исследований, то есть в этносемантическом аспекте; в синхроническом и диахроническом аспектах [Дорогайкина, 2020 и др.]; в словообразовательном аспекте [Копосов, 2007; Садовникова, 2018 и др.].

Теоретическое изучение и анализ материала, представленного в различных научных источниках, позволяет сделать следующие выводы:

1) в языках, входящих в один ареал, семантика бионимов восходит к универсальной анималистической символической картине (например, «лиса» – воплощение хитрости, «осел» – воплощение глупости). Тем не менее, существуют и различия понятийного отражения окружающей действительности (*русс.* «осел» – глупый, упрямый человек; *азерб.* «eşşək» – грубый, глупый, невежественный человек);

2) в пределах семантики одного бионима наблюдается явление энантиосемии (猴 *hóu* / мартышка, обезьяна – *ловкий, хитрый, шустрый человек* и *глупый человек*). Наряду с этим, актуально и другое явление: одна и та же качественная характеристика связана с образами разных животных / растений как на внутриязыковом, так и на межъязыковом уровнях;

3) примерно 60 % бионимической лексики обладает тремя «уровнями» значений: первое значение – непосредственное, «обыденное» значение, являющееся наименованием того или иного животного / растения, второе – вторично переосмысленное значение, соотносимое с мифологией и культурой народа, третье – вторичное значение, характеризующее человека в разных аспектах (внешности, поведении, характере и т.д.).

Таким образом, всесторонне и многоаспектное исследование семантического пространства бионимов на материале типологически разных языков дает возможность более детального, глубокого понимания национально детерминированной специфики, определения универсальных составляющих семантики данного пласта лексики, что позволяет сформировать коммуникативные компетенции при межкультурном диалоге.

#### Литература и источники

1. Бенковичова, Я. Оттенок значения слова в русской лексикографической практике: дис.... канд. филол. наук: 10.02.01 / Яна Бенковичова. – Ростов-на-Дону, 1983. – 169 с
2. Блинова, О. И. Мотивационный словарь диалекта и некоторые вопросы теории / О. И. Блинова // Вопросы языкознания и сибирской диалектологии. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 1977. – С. 107 – 110.
3. Гак, В. Г. Сопоставительная лексикология: На материале французского и русского языков / В. Г. Гак. – М.: «Международные отношения», 1977. – 264 с.
4. Голев, Н. Д. Вопросы отождествления, классификации и номинации в русской народной лексике флоры и фауны (наблюдения над ролью прагматического фактора) / Н. Д. Голев // Русские говоры населения Сибири. – Томск: Изд-во ТГУ, 1983. – С. 76 – 88.
5. Голев, Н. Д. Лингвистический статус и некоторые особенности функционирования мотивированных единиц русского языка / Н. Д. Голев // Номинативные единицы языка и их функционирование: Межвуз. сб. научных трудов. – Кемерово: Изд-во КемГУ, 1987. – С. 105 – 115.
6. Голев, Н. Д. Динамический аспект лексической мотивации / Н. Д. Голев. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 1989. – 249 с.
7. Голев, Н. Д. Мотивационно-ассоциативный словарь русского языка: теоретические основания и лексикографическая концепция / Н. Д. Голев // Вестник Томского государственного университета. Филология, 2011. – № 3 (15). – С. 17 – 30.
8. Дорогайкина, Е. М. Языковая репрезентация зоонимов в художественном тексте: диахронический аспект: дисс....канд. филол. наук: 10.02.05 / Дорогайкина Екатерина Михайловна. – Красноярск, 2020. – 256 с.
9. Карасик, В. И., Стернин, И. А. Антология концептов / В. И. Карасик, И. А. Стернин. – М.: Гнозис, 2007. – 512 с.
10. Копосов, Д. Р., Макарова, М. М. Семантическое словообразование от зоонимов / Д. Р. Копосов, М. М. Макарова // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2007. – № 3 (3). – Ч. II. – С. 101 – 103.
11. Садовникова, И. И. Словообразование зоонимов в эвенкском языке / И. И. Садовникова // Мир науки, культуры, образования, 2018. – № 5(72). – С. 467 – 469.
12. Фролова, О. Е. Переносные значения названий животных в толковых словарях (антропоцентрический аспект) / О. Е. Фролова // Русский язык в научном освещении. – 2005. – № 2(10). – С. 137 – 158.

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

**ДИНАМИКА ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ  
СТУДЕНТА-МЕДИКА (НА МАТЕРИАЛЕ ПИЛОТНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА)**

*Аряшкина Е. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[elena.macht.94@mail.ru](mailto:elena.macht.94@mail.ru)

**Аннотация.** Данная работа посвящена проблеме профессионального становления языковой личности студента медицинского колледжа. Актуальность выбранной темы обусловливается социальной значимостью изучения закономерностей становления профессиональной языковой личности и дефицитом имеющихся знаний в данной области. Цель исследования – выявление особенностей профессионализации языковой личности студента-медика на вербально-семантическом уровне. Задачи исследования: 1) охарактеризовать этапы профессионализации языковой личности студента-медика; 2) установить закономерности формирования и развития специального лексикона на выделенных этапах; 3) выявить критерии профессионализации описываемой языковой личности. Для решения данных задач применялись экспериментальные методы. На пилотном этапе исследования был использован метод анкетирования. Область применения полученных результатов – социолингвистика, коммуникативная лингвистика, лингвоперсонология.

**Ключевые слова:** языковая личность, профессиональная языковая личность, профессионализация, медицинский дискурс, студент-медик, пилотный эксперимент

**PROFESSIONALIZATION'S DYNAMICS OF A LANGUAGE PERSONALITY  
OF A MEDICAL STUDENT  
(BASED ON THE MATERIAL OF THE PILOT EXPERIMENT)**

*Aryashkina E. S.*

Kemerovo State University

[elena.macht.94@mail.ru](mailto:elena.macht.94@mail.ru)

**Annotation.** This work is devoted to the problem of professional formation of the language personality of a medical college student. The relevance of the chosen topic is determined by the social significance of studying the patterns of formation of a professional language personality and the lack of available knowledge in this field. The purpose of the study is to identify the features of professionalization of the language personality of a medical student at the verbal and semantic level. Research objectives: 1) to identify the stages of professionalization of the language personality of a medical student; 2) to establish the patterns of formation and development of a special lexicon at the selected stages; 3) to identify the criteria for professionalization of the described language personality. Experimental methods were used to solve these problems. At the pilot stage of the study, the questionnaire method was used. The field of application of the obtained results is sociolinguistics, communicative linguistics, linguopersonology.

**Keywords:** language personality, professional language personality, professionalization, medical discourse, medical student, pilot experiment

Данная работа посвящена проблеме профессионального становления языковой личности студента медицинского колледжа. Актуальность данной проблемы обусловлена социальной значимостью изучения закономерностей становления профессиональной языковой личности и дефицитом имеющихся знаний в данной области. Научная новизна работы заключается в динамической характеристике профессионализации языковой

личности студента-медика на вербально-семантическом уровне. Теоретическая значимость работы состоит в том, что полученные результаты вносят вклад в дальнейшее развитие целого ряда лингвистических направлений исследования языковой личности. Практическая значимость работы заключается в возможности использования материала и результатов работы в образовательной деятельности при подготовке студентов-медиков, студентов филологических направлений подготовки, в научной работе при планировании и разработке дизайна исследований по смежной тематике.

Объектом нашего исследования является языковая личность студента медицинского колледжа, а предметом – динамика профессионализации языковой личности студента-медика и способы ее реализации в профессиональном дискурсе. Цель исследования – изучение динамики профессионального становления языковой личности студента медицинского колледжа. Данная цель реализуется в ходе решения следующих задач: 1) охарактеризовать этапы профессионализации ЯЛ студента-медика; 2) изучить закономерности формирования и развития специального лексикона на выделенных этапах; 3) выявить критерии профессионализации описываемой ЯЛ.

Для решения поставленных задач применялись экспериментальные методы. Пилотный этап эксперимента проходил с мая по июнь 2022 года в форме анкетирования. Информантами выступили 14 студентов 1-го курса, обучающиеся в ГБПОУ «Кузбасский медицинский колледж» на направлениях подготовки «Акушерское дело», «Сестринское дело», «Лабораторная диагностика».

Цель данного этапа эксперимента – получить представление о профессиональной языковой личности студента-медика и характере его общения в интернет-коммуникации. Для этого мы обратились к рассмотрению уровней реализации языковой личности, предложенных в работе отечественного лингвиста Ю. Н. Караулова: поверхностных (вербально-семантических) и глубинных (когнитивных, прагматических) [Караулов, 2010]. С опорой на данные уровни была предложена модель изучения молодежной языковой личности, апробированная в работах ряда авторов [Голев, 2021; Денисова, 2020]:

- 1) уровень формата общения (где общается?);
- 2) мотивационный уровень (зачем общается?);
- 3) семантический уровень (о чём общается?);
- 4) речевой уровень (как общается?).

Взяв за основу эти уровни, мы разработали типовую анкету, состоящую из 19 вопросов:

1. На каком курсе и специальности вы обучаетесь?
2. Являетесь ли вы пользователем социальных сетей? Объясните Ваш выбор.
3. Расставьте социальные сети по шкале значимости для вас от 1 до 10 (10 – самая высокая, далее уменьшение). Объясните свой выбор.
4. Вы зарегистрированы в соцсетях под своим именем?
5. Сколько часов в день вы проводите в социальных сетях?
6. Заходите ли вы в соцсети во время пар?
7. Какова для вас цель использования социальных сетей?
8. Общаетесь ли вы с одноклассниками в социальных сетях? Если да, то на какие темы? (приведите примеры)\_
9. Есть ли у вас чаты с одноклассниками, где вы обсуждаете учебные темы?
10. В какой из социальных сетей находятся ваши чаты?
11. Часто ли вы используете в сообщениях жаргонизмы/ аббревиатуры учебных дисциплин? Например: ОПД - основы проектной деятельности, анатомия - анатом (приведите свои примеры).
12. Вы к каждой новой дисциплине пытаетесь подобрать сокращение/ аббревиатуру / жаргонизм?

13. Есть ли у вас учебные дисциплины, которые вызывают больше всех положительные эмоции? (объясните, почему)

14. Есть ли у вас учебные дисциплины, которые вызывают больше всех негативные эмоции? (объясните, почему)

15. Есть ли у вас опыт работы в медицинских учреждениях? Если да, то кем вы работали? Если нет, то кем бы вы хотели поработать (не имея высшего медицинского образования)?

16. Какая сфера медицины для вас более привлекательна? (хирургия, офтальмология, терапия и пр.). Объясните, почему.

17. После получения образования вы планируете работать в муниципальном или частном медицинском учреждении? Смотрите ли вы какие-нибудь видеоматериалы про врачей и медицину? Если да, то какими ресурсами пользуетесь (например, YouTube)?

18. Подписаны ли вы на блоги врачей или медицинских работников в соц. сетях? Если да, то каких именно? Приведите примеры.

19. Смотрите ли вы обучающие ролики на интернет-площадках?

Первым уровнем описания профессиональной ЯЛ является формат общения (где происходит общение студента-медика?). Ответы информантов показывают, что студенты-медики активно пользуются социальными сетями, самые популярные из которых – ВКонтакте (15), Facebook (14), Telegram (13), Instagram (12). Студентам-первокурсникам интересно следить за жизнью врачей-блогеров, однако данный контент характеризуется ими как развлекательный, а не информативный. Это обусловлено тем, что студенты еще не погружены в специфику профессии и не имеют опыта работы в медицинских учреждениях.

Вторым уровнем описания профессиональной ЯЛ является мотивационный (зачем студент-медик общается?). Студенты используют интернет-ресурсы в качестве информационного портала, т.е. через социальные сети они узнают домашние задания, расписание, последние новости из жизни учебного заведения. Некоторые ответы студентов показывают совмещение двух целей – информативной и развлекательной: *«развлекательный контент, узнавать новую полезную информацию», «я сижу в соц сетях и убиваю время», «смотреть новости, слушать музыку»*. Также студенты используют социальные сети в качестве ресурса для самообразования и саморазвития, просматривая тематические сообщества: *«также могу узнать что-то новое», «узнавать, что происходит в мире», «большую долю информации получаю именно оттуда», «в соц. сетях найти можно все»*. Меньше половины информантов воспринимают социальные сети как средство коммуникации: *«повседневные переписки с одногруппниками», «общение на различные темы», «обмен последними новостями с друзьями»*.

Третий уровень в исследовании профессиональной языковой личности – семантический (о чем общается студент-медик?). Большая часть опрошенных (11) использует интернет-общение для обсуждения уроков и домашнего задания. Используют социальные сети для общения с одногруппниками 3 информанта, для повседневной переписки – 1 информант. Также студенты предложили свои варианты ответов: *обсуждение игр; на свободные темы; разговор о том, кто чем занимается; куда можно вместе пойти; где купила ту кофточку; абсолютно любые темы; личные вопросы*. Студенты отмечают, что их общение связано и с такими отраслями медицины, как гинекология, патологическая анатомия, хирургия, психология, рентгенология, стоматология, судебная медицинская экспертиза. Свой выбор студенты объясняют следующим образом: *«пластическая хирургия – много денег», «стоматология, высокая зарплата», «хирургия, для меня это самая захватывающая, интересная и, в то же время, тяжелая сфера медицины», «психология, т.к. она помогает людям справиться с душевными травмами», «гинекология, интересно как устроена женская половая система», «рентгенология, моя мама работает в рентген-кабинете, и я знакома со*

*многими прекрасными врачами и лаборантами из этой сферы, благодаря чему имею много знаний про рентген и эту работу».*

Четвертый уровень в исследовании профессиональной языковой личности – речевой (как общается студент-медик?). Студенты используют в интернет-коммуникации языковые средства, которые можно разделить на следующие три группы: 1) сокращения общих (школьных) предметов: *ОБЖ* – основы безопасности жизни деятельности; *ОПД* – основы проектной деятельности, *фра* – физическая культура; *литра* – литература; 2) сокращения профессиональных предметов: *анат* – анатомия; *пат*, *патан* – патологическая анатомия; *фарма* – фармакология; *микра*, *МБ* – микробиология; *ЗЧ* – здоровый человек (название предмета); *БХ* – биохимия; *гиста* – гистология; 3) сокращения молодежного сленга: *спс* – спасибо; *пон* – понятно; *крч* – короче; *войс* – голосовое сообщение.

Апробация модели, состоящей из четырех уровней анализа (коммуникативного, мотивационного, семантического и речевого), позволила выявить определенные тенденции в интернет-коммуникации студентов-медиков:

- выбор в качестве формата общения популярных в молодежной среде социальных сетей из-за удобства и скорости передачи сообщений, файлов, документов;
- доминирование информативной цели общения над коммуникативной целью;
- разнообразие тем для общения на семантическом уровне;
- единичный характер использования терминов и профессионализмов медицинской сферы ввиду отсутствия практики у первокурсников в медицинских учреждениях.

Анализ анкет пилотного этапа эксперимента позволил скорректировать задания для проведения основного этапа, в качестве респондентов которого выступили студенты Кузбасского медицинского колледжа 1 и 4 курсов (студенты-медики), а также студенты Сибирского колледжа сервиса и технологий 1 курса (студенты-немедики) [Денисова, 2023]. Результаты основного этапа эксперимента способствовали решению ключевой задачи исследования – выявлению лексических особенностей профессионализации языковой личности студента-медика.

### **Литература и источники**

1. Голев, Н. Д. Коммуникативный портрет современного российского студента и школьника – пользователей социальных сетей и других форм виртуального общения / Н. Д. Голев, А. В. Иркова // Социальные сети: комплексный лингвистический анализ. – Т. 2: монография. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2021. – С. 26-54.

2. Денисова, Э. С. Коммуникативный портрет современного российского школьника / Э. С. Денисова, С. А. Денисов // Благословенны первые шаги... Сборник работ молодых исследователей. – Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова, 2020. – С. 238-248.

3. Денисова, Э. С. Динамика профессионализации языковой личности студента-медика (на материале эксперимента) / Э. С. Денисова, Е. С. Аряшкина // Мир науки, культуры, образования. – 2023. – № 1 (98). – С. 406-409.

4. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – Изд. 7-е. – М., ЛКИ, 2010. – 264 с.

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

УДК 81'22

**ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ КОМПАНИИ КАК КРЕОЛИЗОВАННЫЙ ТЕКСТ  
(НА МАТЕРИАЛЕ ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА ПРОМЫШЛЕННОЙ  
КОМПАНИИ «LLC HAIAN GROUP»)**

*Беднякова Т. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[tanya02lnk89@mail.ru](mailto:tanya02lnk89@mail.ru)

**Аннотация.** В статье рассмотрен официальный сайт компании как креолизованный текст. Описаны различные средства, способствующие созданию метаграфемы креолизованного текста (вербальные и невербальные).

**Ключевые слова:** креолизованный текст, официальный сайт, промышленная компания.

**OFFICIAL SITE OF THE COMPANY AS A CREALIZED TEXT  
(BY THE MATERIAL OF THE OFFICIAL SITE OF THE INDUSTRIAL  
COMPANY «LLC HAIAN GROUP»)**

*Bednyakova T.V.*

*Kemerovo State University*

[tanya02lnk89@mail.ru](mailto:tanya02lnk89@mail.ru)

**Annotation.** The article considers the official website of the organization as a crealized text. Various means are studied that contribute to the creation of metagraphemics of a realized text (verbal and non-verbal).

**Key words:** crealized text, official website, industrial company.

В настоящее время всё более значительно увеличивается объем информации, потребляемой человеком. Для облегчения усвоения большого количества информации появляются разнообразные способы кодирования текста, благодаря чему возникает потребность в новых, более простых методах передачи информации, представленной как в языковой, так и в неязыковой – визуальной – форме. Посредством объединения вербальных и невербальных знаков в одной системе образуется креолизованный текст. По определению Ю.А. Сорокина и Е.Ф. Тарасова, креолизованные тексты – это «тексты, фактура которых состоит из двух и более негетерогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык))» [Сорокин, 1990, с. 180]. Креолизованные тексты имеют коммуникативно-прагматическую направленность и обуславливают простое визуальное восприятие символов, передаваемое комбинацией графических и неграфических знаков. Сочетание знаков различных семиотических систем создает «субстанциональную метаграфему текста» [Баранов, 2018, с. 6].

Цель настоящего исследования – описание официального сайта компании как креолизованного текста, выявление набора графических и неграфических знаков, используемых для визуализации информации, которая размещается на сайте.

Фактологическая база исследования представлена официальным сайтом промышленной компании «LLC Haiang Group» (URL: <https://www.haiangroup.com>) [9]. В настоящей работе рассмотрена первая страница сайта обозначенной компании (Рис. 1).



Рис. 1. Первая страница сайта компании «Haian Group»

Актуальность настоящего исследования связывается с его включенностью в область современной интернет-лингвистики, в той ее части, которая сопряжена с описанием проблемы визуализации интернет-текста. Результаты исследования имеют прикладное значение: наблюдения, полученные в ходе исследования, могут быть задействованы в практике создания официальных сайтов организаций с учетом информативности сайта, удобства и эффективности взаимодействия с потенциальным клиентом (партнером). Теоретическую базу исследования составили работы, созданные в области интернет-лингвистики и поликодовости текста, среди них исследования Е.Ю. Алентьевой [1], Е.А. Ершова и В.В. Лобачева [4], В.О. Игнатовой [5], Ю.В. Шурчиковой [10] и др.

Официальный сайт компании – это лицо организации, в которой отражены все ее составляющие. Он «является основным и наиболее эффективным средством продвижения и распространения информации о фирме и осуществляемой ею деятельности» [Чугунова, 2017, с. 946]. Официальный сайт компании можно обозначить как целостный проект с большим количеством компонентов.

Основная политика заявленного в исследовании сайта направлена на экспорт произведенной продукции – шин под маркой «Luan». Компания «Haian Group», основанная в 2005 году, имеет звание первого производителя сверхкрупногабаритной ОТР шины в Китае. Как пишут о себе представители компании, «мы постепенно получаем признание и высокую оценку отечественных и зарубежных горнодобывающих компаний, эффективно расширяя рынок продукции» (см. официальный сайт). Официальная страница сайта представлена на английском и китайском языках. В рамках данного исследования используется сайт на английском языке.

Установлено, что креолизованный текст совмещает знаки различных семиотических систем. Среди них выделяются вербальные (графические) и невербальные средства.

#### 1. Вербальные (графические) средства.

Большая часть информации официального сайта реализуется с помощью графических средств. Благодаря электронной платформе появляется возможность расширения смысла и объема электронного текста с помощью гиперссылок на другие тексты. К примеру, надпись «*Read More*» содержит дополнительную информацию о компании и заглавие «*Factory Tour*», нажимая на которое, можно перейти на страницу, где более подробно описаны условия промышленного производства. Форма организации текста, включающая гиперссылки, позволяет системно и последовательно связать текст, а также не «загромождать» страницу сайта большим количеством сведений. Такая

структура позволяет клиенту воспринимать информацию любым удобным способом, переходя от одной части сайта к другой.

Следующий пример гипертекста демонстрирует возможность быстрого перехода на важные страницы сайта с помощью гиперссылок: «*Products*» – продукты, «*About Us*» – о нас, «*News*» – новости, что позволяет познакомиться с общей информацией об организации работы с покупателем.

Представлены и более точные запросы, такие как «*Off-the-road tires*» – шины на внедорожники или «*Earthmover Mining Tyres*» – шины для горнодобывающей промышленности, что дает возможность клиентам получить информацию о шинах для своей отрасли, а также перейти к части сайта с заголовком «*Featured Products*» – рекомендуемые продукты, где визуально показаны различные шины.

Официальный сайт компании предоставляет возможность получения быстрой обратной связи с клиентом: указан номер сотрудника компании, электронная почта организации, никнейм в скайп. Разработчики вставили на страницу сайта и онлайн-консультации в сплывающем окне. Посредством примененных методов коммуникации у каждого отдельного потребителя появляется возможность выбрать удобный способ взаимодействия, что благоприятно сказывается на работе с клиентами (интерактивность официального сайта).

## 2. Невербальные средства.

### 2.1. Иконические средства.

На первой странице сайта значительная часть информации представлена посредством различных мультимедийных компонентов: изображений, анимации, инфографики, видеофайлов.

#### 2.1.1. Изображения.

При обращении к официальному сайту организации потенциальный клиент сталкивается с анимацией в виде фотографий шин компании и самосвалов, использующих продукцию компании. Таким образом, посредством смены графических и иконических элементов текста осуществляется эффективное воздействие на целевую аудиторию, происходит формирование в сознании клиента образа промышленной компании.

Изображения сайта сменяются фотографиями с различных международных выставок, которые через тактику информирования о достижениях компании неосознанно вызывают доверие у клиента к предлагаемой продукции.

Помимо описанных выше визуальных элементов, на странице сайта периодически появляется логотип компании. Логотип компании «Haian Group» представляет собой комбинированный знак, состоящий из сочетания словесной формы «Haian Group», дублирующийся иероглифами и сокращенной визуальной формой, напоминающей буквы «IA». Такой тип построения логотипа является универсальным, так как не только проецирует название компании, но и визуализируется знаками, благодаря которым легче запоминается клиентами (Рис. 2).



Рис. 2. Логотип компании «Haian Group»

### 2.1.2. Кинемографемы.

Другие изобразительные символы представлены в виде иконок, нажимая на которые, можно посмотреть информационное видео о компании. Заголовок данных кинематографических составляющих гласит: «*We are OTR Tire Manufacturer and Service Specialist. Welcome to visit us and know more about our products and service from the videos!*» («*Мы являемся производителем шин ОТР и специалистами по их обслуживанию. Добро пожаловать к нам на сайт. Чтобы узнать больше о наших продуктах и услугах, посмотрите видео!*»). Такой прием взаимодействия вербальных и невербальных компонентов представляет собой «аддитивную корреляцию, где визуальные компоненты приносят дополнительную, поясняющую информацию к представленному тексту» [Пойманова, 1997, с. 12].

### 2.2. Хромографические средства.

Страница сайта привлекает внимание использованием в оформлении «охры» – ярко-желтого цвета с отливом оранжевого. Как пишет А.О. Буренкова, «желтый цвет, цвет оптимизма, психологи соотносят с динамической энергией. Он ассоциируется с солнечным светом, способствует созданию хорошего настроения, выражает освобождение, психологическую способность к раскрытию» [Буренкова, 2013, с. 153]. Использование такого оттенка на странице сайта благоприятно влияет на восприятие, закладывая в сознании клиента позитивный образ организации.

Исходя из представленных результатов, можно сказать, что на сайте компании содержится ряд невербальных компонентов, которые, благодаря своей визуальной составляющей, активизируют эмоциональный уровень восприятия информации, посредством чего оказывают меньшую нагрузку на подсознание адресата. Такие составляющие имеют направленное на клиента действие, в данном случае неосознанное восприятие адресатом намерения иллокутивного акта, целью которого является рекламирование и продажа товара.

Иконические компоненты сайта играют роль дополнения к текстовым составляющим. Иконические средства лаконично и сдержанно взаимодействуют с подобранными текстами, образуя в итоге часть автосемантических символов поликодового текста.

Таким образом, официальный сайт компании представляет собой важнейший инструмент для продажи товаров и услуг и является незаменимым методом в формировании потребителями имиджа организации. Официальный сайт компании, представленный как креолизованный текст, способствует лучшему усвоению информации за счет воздействия на разные каналы восприятия. Использование наряду с графическими средствами неграфических (иконических, хромографических и др.) знаков способствует удержанию внимания клиента на производимом компанией продукте и мотивируют пользователей совершить покупку.

### Литература и источники

1. Алентьева, Е. Ю. Веб-сайт компании как коммуникативный маркетинговый инструмент // Социально-экономические явления и процессы. 2014. Т. 9. № 11. С. 22-27.
2. Баранов, А. Н., Паршин, П. Б. О метаязыке описания визуализаций текста // Вестник Волгоград. гос. ун-та. Серия 2, Языкознание. 2018. Т. 17, № 23. С. 6-15.
3. Буренкова, О. А. Влияние цвета на психофизиологическое состояние личности // Успехи современного естествознания. 2013. № 10. С. 153-154.
4. Ершов, Е. А., Лобачев, В. В. Методы продвижения сайтов в Интернете // Системный анализ в науке и образовании. 2011. № 4 (14). С. 44-48.
5. Игнатова, В. О. Способы продвижения Интернет-ресурса в современном информационном пространстве // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2013. № 5. С. 79-83.

6. Пойманова, О. В. Семантическое пространство видеовербального текста : Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1997. 24 с.
7. Сайт компании «LLC Haiang Group» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.haiangroup.com> (дата обращения: 15.03.2023).
8. Сорокин, Ю. А., Тарасов, Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого действия: монография. М.: Ин-т языкознания РАН, 1990. С. 180-186.
9. Чугунова, Н. Ю., Королева, И. В. Официальный сайт как инструмент продвижения компании // Научный журнал КубГАУ. 2017. №130. С. 946-957.
10. Шурчкова, Ю. В. Веб-сайт компании как коммуникативный маркетинговый инструмент // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Серия: Экономика и управление. 2013. № 1. С. 211-218.

*Научный руководитель – докт. филол. наук, проф. Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 81'255.4**

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ КАК ЭЛЕМЕНТ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕВОДА РОМАНА С. ЧБОСКИ «ХОРОШО БЫТЬ ТИХОНЕЙ» НА РУССКИЙ ЯЗЫК)**

*Варламенко А. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[alyashura2000@gmail.com](mailto:alyashura2000@gmail.com)

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию особенностей использования фразеологических единиц в качестве элемента переводческой стратегии при переводе художественного текста на материале романа современного американского писателя Стивена Чбоски «Хорошо быть тихоней» (*The Perks of Being a Wallflower*) и его перевода на русский язык, выполненного Е. С. Петровой. Цель предпринятого анализа заключается в изучении особенностей употребления фразеологических единиц при переводе как собственно фразеологизмов, так и иных лексических единиц оригинала. Особое внимание при этом уделяется таким критериям, как семантическая близость и стилистическая адекватность фразеологических единиц, используемых в переводе.

**Ключевые слова:** перевод, переводческая стратегия, переводческий приём, фразеологизм, фразеологическая единица.

**IDIOMS AS PART OF TRANSLATION STRATEGY IN S. CHBOSKY'S THE PERKS OF BEING A WALLFLOWER AND ITS RUSSIAN TRANSLATION**

*Varlamenko A. S.*

Kemerovo State University

[alyashura2000@gmail.com](mailto:alyashura2000@gmail.com)

**Annotation.** The article introduces an analysis of the use of idioms as an element of a translation strategy. The study featured *The Perks of Being a Wallflower* by Stephen Chbosky and its translation into the Russian language made by E. Petrova. The research objective was to compare the use of idioms and other lexical units in the original text and its translation. The analysis brought forward such criteria as semantic similarity and stylistic adequacy of phraseological units in translation.

**Key words:** translation, translation strategy, translation method, idiom, phraseological unit.

Перевод художественного произведения является достаточно трудоёмким процессом: постижение иностранным читателем замысла и художественной ценности исходного текста определяется степенью аутентичности передачи оригинала, которая зависит от выбора переводчиком наиболее эффективных переводческих приёмов. Переводческий приём представляет собой «переводческую операцию, предполагающую типизированную однотипность осуществляемых переводчиком действий» [Аникина, 2022, с. 231]. Совокупность переводческих приёмов образует переводческую стратегию, которая включает в себя «потенциально осознанные планы переводчика, направленные на решение конкретной переводческой проблемы в рамках конкретной переводческой задачи» [Сдобников, 2022, с. 29].

Выбор переводческой стратегии определяется такими факторами, как цель перевода, стилистические особенности автора и художественного текста, описываемая ситуация и т.д. В качестве переводческого приёма может выступать использование фразеологических единиц. При этом переводчик обязан учитывать тот факт, что любой приём обязательно должен быть обусловлен семантическими и стилистическими особенностями оригинала: «богатый словарный запас переводчика не даст ничего, если стиль переводимого текста не соответствует оригиналу; ключевая роль при переводе отводится стилистической адекватности» [Рабаданова, 2021, с. 605]. От переводчика требуется не только правильно использовать тот или иной фразеологизм с точки зрения его значения, но и установить, насколько уместным будет его использование в зависимости от особенностей конкретной речевой ситуации.

В рамках данного исследования нами был осуществлён анализ особенностей использования фразеологических единиц в качестве переводческого приёма при переводе романа американского писателя Стивена Чбоски «Хорошо быть тихоней» (“The Perks of Being a Wallflower”) на русский язык Е. С. Петровой. Роман написан в эпистолярной форме от первого лица: главный герой – замкнутый подросток по имени Чарли, перешедший в старшую школу, излагает в письмах свои мысли и переживания. Данная художественная особенность произведения является важным фактором, влияющим на используемые переводческие приёмы, поскольку в переводе, помимо прочего, необходимо передать специфику устной и письменной речи подростка.

С помощью методики сплошной выборки в тексте перевода было выявлено 246 случаев использования фразеологизмов. Количественный анализ результатов данной выборки позволил сделать вывод, что переводческий приём использования фразеологических единиц является одним из продуктивных элементов переводческой стратегии Е. С. Петровой при переводе данного текста. При этом распределение фразеологизмов в зависимости от того, какую именно единицу оригинала они выражают на русском языке, оказалось непропорциональным: лишь 22 фразеологизма (13,01%) оказались переводом непосредственно фразеологических единиц оригинала, тогда как подавляющее большинство (224 единицы, 86,99%) применялось для перевода единиц оригинала, не являющихся собственно фразеологизмами.

Итак, использование фразеологических единиц в качестве перевода фразеологизмов встречается в тексте на русском языке достаточно редко. К подобным случаям можно отнести следующие фрагменты: *Sam told me that that I should “go with the flow”* (Сэм объяснила, что я должен просто «плыть по течению»); *He is “dumb as a post.” I guess that’s pretty dumb* (Сам по себе «туп как пун». Как я понимаю, совсем тупой); *I always thought it would be fun to have “glory days”* (Мне всегда казалось, что это клёво, если у тебя было «золотое время»). Как видно из приведённых примеров, в своём письменном повествовании Чарли зачастую использует фразеологизмы в кавычках, т.е. фактически цитирует речь других персонажей, стремясь дословно воспроизвести то или

иное выражение. При этом он сопровождает их собственными комментариями, говоря о том, что о семантике некоторых из них он может лишь догадываться (“*I guess that’s pretty dumb*”). Для Чарли данные фразеологизмы представляются нестандартными языковыми элементами, вычлениются им из речевого потока благодаря необычности своей формы и значения. Постепенно они становятся элементами его собственной речи, то есть обогащение лексического запаса главного героя происходит буквально на глазах у читателя.

Однако, как было сказано ранее, в подавляющем большинстве случаев фразеологические единицы в анализируемом переводе используются для передачи единиц оригинала, не являющихся собственно фразеологизмами. В первую очередь фразеологизмы в тексте перевода служат средством описания эмоциональных качеств персонажей. Данные качества могут иметь постоянный, длительный характер: *I guess I’m pretty emotional* (Это у меня, наверно, эмоции через край); *My brother and sister always fight* (Они с братом грызутся как кошка с собакой); *They are all very nice to her* (Они с неё пылинки сдувают); *He doesn’t like my grandfather very much* (Деда он на дух не переносит). Кроме того, в тексте оригинала также встречаются ситуации описания кратковременного эмоционального состояния персонажей, которые могут быть как положительными: *I was very happy to know that* (Я от радости чуть с ума не сошёл); *I felt a lot better* (У меня гора с плеч свалилась), так и отрицательными: *I was crying still* (Я ревмя ревел); *I started screaming* (Я как с цепи сорвался); *Susan doesn’t look as happy* (Сьюзен ходит как в воду опущенная); *I saw my dad ... crying* (Вижу: папа... слезами обливается); *My sister was very embarrassed* (Моя сестра готова была сквозь землю провалиться). В данных фрагментах в тексте оригинала используется достаточно ограниченный круг стилистически нейтральных глаголов (*to cry, to scream, to fight*) и словосочетаний (*to be happy, to feel better, to be embarrassed* и т.д.). В переводе же в каждом из данных фрагментов используются разные фразеологизмы, благодаря чему эмоции и чувства персонажей выражены более экспрессивно (ср.: *to cry* – ревмя реветь / слезами обливаться, *to feel better* – гора с плеч свалилась и т.д.). Кроме того, использование фразеологизмов позволяет отказаться от многократного повторения указанных глаголов и словосочетаний, избежать лексического однообразия и сделать повествование более вариативным.

Помимо описания эмоционального состояния персонажей фразеологические единицы в переводе используются также для передачи произнесённых ими слов и выражений. К данной группе относятся случаи прямого цитирования: *Things he said we just wouldn’t understand because we were lucky* (Нам, как он говорил, таких вещей не понять, мы лиха не хлебнули); *Sam and Patrick both agreed I looked handsome* (Сэм и Патрик в один голос сказали, что я выгляжу на все сто), а также косвенной речи: *My dad had my mom take me to my room* (Отец велел маме увести меня с глаз долой). При этом в данных фрагментах фразеологизмы в тексте оригинала отсутствуют, вместо них вновь используются стилистически нейтральные выражения (*to be lucky, to look handsome*). Использование в переводе фразеологизмов обусловлено стремлением переводчика подчеркнуть не только эмоциональность речи персонажей, но и особенности их речевого поведения (например, использование выражения «хлебнуть лиха» для передачи речи деда Чарли как представителя старшего поколения, которое кажется подростку выделяющимся из привычной речи).

Другой группой фрагментов, при переводе которых используются фразеологизмы, является описание особенностей поведения персонажей: *Craig doesn’t really listen to her* (Просто Крейг все её слова пропускает мимо ушей); *My grandfather is usually too drunk to do much of anything* (Наш дед обычно напивается до потери пульса) или совершаемых ими действий: *I didn’t want to do that, so I stopped* (Я вовсе не хотел её доводить и прикусил язык); *My mom was very very quiet* (Мама как в рот воды набрала); *My dad didn’t want to say anything* (Папа держал язык за зубами); *My mom didn’t even look*

*at my sister* (Мама даже **бровью не повела**). Использование фразеологизмов вновь придаёт описываемой ситуации большую эмоциональность (ср.: *to drink too much* – *напиваться до потери пульса*, *not to listen to* – *пропускать мимо ушей*, *to stop* – *прикусить язык* и т.д.).

Помимо указанных случаев использование фразеологизмов в переводе служит также для выражения речевых особенностей повествования. В своей речи и на письме Чарли активно использует устойчивые выражения, имеющие разговорный характер: *I am very small* (*Росту во мне – мент с кенкой*); *Everything was forgotten* (*Историю эту спустили на тормозах*); *It usually takes me an extra hour or so to walk as opposed to taking the bus* (*На школьном автобусе домой можно добраться на час быстрее, чем на своих двоих*); *Parties where the people are quiet* (*На небольших вечеринках, где люди не мнут языком*). В данном случае вновь наблюдается тенденция к замене стилистически нейтральных слов и выражений на фразеологические единицы.

Однако, несмотря на продуктивность указанного переводческого приёма с позиций семантики, не стоит забывать и об упомянутом ранее требовании стилистической адекватности. В данном случае мы имеем дело с повествователем – подростком, который находится в процессе освоения различных тонкостей языка. Сам Чарли придаёт большое значение тому, что окружающие говорят об особенностях его письма: *He said that I run my sentences together* (*Говорят, у меня рыхлая структура предложений*); *My teacher Bill tells me to do because I write kind of the way I talk* (*Мой учитель, Билл, мне на это указывал: я, туня, пишу, как говорю*); *What's the point of using words nobody else knows or can say comfortably?* (*Зачем же притягивать за уши непонятные слова, которые даже произносить неловко?*). В связи с этим использование в оригинале узкого круга повторяющихся лексических единиц может служить средством речевой характеристики персонажа, подчёркивая ограниченность его лексикона, который постепенно обогащается в процессе обучения Чарли. В качестве примера можно привести следующие фрагменты: *I just have never heard anyone use the words "corpulent" and "jaundice" ever in my life* (*Я никогда не слышал, чтобы кто-нибудь говорил «пышнотелый» или «предубеждённость»*) и далее, спустя некоторое время: *And my Aunt Helen was "corpulent."* *Heu, I did it!* (*Тётя Хелен была «пышнотелой». Ого, получилось!*). То есть читатель по мере развития описываемых событий одновременно становится свидетелем обогащения словарного запаса главного героя и изменений в стилистических особенностях его письма.

В тексте перевода, на наш взгляд, данная особенность в некоторой степени стирается, в том числе, вследствие обширного использования фразеологизмов. В ряде случаев там, где в оригинале речь Чарли упрощена, но при этом максимально приближена к его живой разговорной речи (*I want to know that this person is okay; It's peaceful outside*), фразеологизмы в тексте перевода делают его речь более разнообразной, стилистически обогащённой даже в тех ситуациях, где текст оригинала этого не предполагает (*Хочу знать, что этот человек живёт и здравствует; На улице тишь да гладь*). В результате речь героя может восприниматься как речь человека, уже владеющего тонкостями языка, а не подростка с присущими ей особенностями и изъянами (ограниченным словарным запасом, лексическими повторами и т.д.). С другой стороны, данный элемент переводческой стратегии существенно обогащает текст перевода, делает его более разнообразным с языковой точки зрения, благодаря чему, безусловно, имеет право на существование.

Таким образом, анализ ситуаций использования фразеологизмов в рамках стратегии перевода романа «Хорошо быть тихоней» Е. С. Петровой позволил сделать вывод, что фразеологизмы употребляются в первую очередь в тех ситуациях, когда необходимо подчеркнуть эмоциональный компонент описываемой ситуации: психологическое состояние персонажей, особенности их речевого поведения или совершаемых поступков. При этом стратегия переводчика в данных случаях заключается в замене используемых в тексте оригинала лексических единиц или словосочетаний на

фразеологизмы. С семантической точки зрения данный приём, на наш взгляд, является вполне эффективным, поскольку позволяет ёмко и вместе с тем образно выразить оттенки различных эмоций, а также избежать многократных лексических повторов, встречающихся в оригинале. При этом с точки зрения стилистики использование фразеологизмов в ряде случаев может привести к противоречию между воссоздаваемой речью подростка и богатством языковых средств текста перевода. Данный факт наглядно подтверждает необходимость учёта не только семантических, но и стилистических особенностей фразеологизмов при их использовании в качестве элемента переводческой стратегии.

#### **Литература и источники**

1. Аникина, А. А. Переводческие трансформации при передаче романа Д. Киза «Таинственная история Билли Миллигана» / А. А. Аникина // Наука и социум: материалы научно-практических конференций АНО ДПО «СИПППИСР». – Новосибирск. – 2022. – С. 228-237.
2. Рабаданова, С. М. О важности стилистического аспекта при переводе фразеологических единиц / С. М. Рабаданова // Мир науки, культуры, образования. – 2021. – № 2. – С. 605-606.
3. Сдобников, В. В. Стратегии перевода: заблуждения и реальность / С. В. Сдобников // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2022. – № 2. – С. 27-34.
4. Чбоски, С. Хорошо быть тихоней / С. Чбоски / пер. с англ. Е. С. Петровой. – СПб.: Азбука, 2015. – 288 с.
5. Chbosky S. The Perks of Being a Wallflower / S. Chbosky. – NYC: Pocket Books, 1999. – 224 p.

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

**УДК 81' 316.776.4**

#### **ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРЕПИСКИ «ПРЕПОДАВАТЕЛЬ – СТУДЕНТ»)**

***Вытовтова М. Р.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[namemariina23@yandex.ru](mailto:namemariina23@yandex.ru)

**Аннотация.** Данная работа нацелена на описание делового этикета как эффективного инструмента педагогической коммуникации. На материале писем русских студентов и китайских преподавателей развивается идея возможного представления текстов педагогической интернет-переписки как совокупности жанрообразующих признаков, детерминированных, с одной стороны, универсальными нормами делового этикета, с другой стороны, национально-специфическими правилами, свойственными деловому этикету одной из лингвокультур. Цель исследования – описать особенности реализации делового этикета в педагогической онлайн-коммуникации представителей разных лингвокультур. Задачи исследования: определить речевые интенции коммуникантов с учетом языкового воплощения текста; рассмотреть этикетные речевые формулы, использованные коммуникантами; выявить сходства и различия этикетных формул на лексическом и грамматическом уровнях; оценить дополнительные семиотические средства текстового воплощения в онлайн-переписке.

**Ключевые слова:** деловой этикет, цифровой этикет, педагогический дискурс, интернет-коммуникация, онлайн-переписка, русский язык, китайский язык.

## **BUSINESS ETIQUETTE IN INTERNET COMMUNICATION (BASED ON THE CORRESPONDENCE «TEACHER – STUDENT»)**

*Vytovtova M. R.*

[namemariina23@yandex.ru](mailto:namemariina23@yandex.ru)

**Annotation.** This work is aimed at describing business etiquette as an effective tool of pedagogical communication. Based on the material of letters from Russian students and Chinese teachers, the idea of possible presentation of texts of pedagogical Internet correspondence as a set of genre-forming features determined, on the one hand, by universal norms of business etiquette, on the other hand, by national-specific rules peculiar to business etiquette of one of the linguistic cultures is being developed. The purpose of the study is to describe the features of the implementation of business etiquette in pedagogical online communication of representatives of different linguistic cultures. Research objectives: to determine the speech intentions of communicants, taking into account the linguistic embodiment of the text; to consider the etiquette speech formulas used by communicants; to identify similarities and differences of etiquette formulas at the lexical and grammatical levels; to evaluate additional semiotic means of textual embodiment in online correspondence.

**Keywords:** business etiquette, digital etiquette, pedagogical discourse, Internet communication, online correspondence, Russian language, Chinese language.

В социальной сфере взаимодействие людей регламентируется определенными нормами речевого этикета, которые в свою очередь предполагают различные формы обращения, приветствия, прощания, извинения, благодарности. Этикет используется в различных видах деятельности, поэтому под каждую коммуникативную ситуацию создается свой вид этикета. В нашей работе более подробно рассматривается деловой этикет, под которым понимается «специфический раздел этикета, который содержит совокупность норм и принципов, задающих стратегию и тактику деятельности людей в этикетных ситуациях делового общения» [Капкан, 2017, с. 168]. Деловой этикет характерен для разных профессиональных сфер, в т.ч. и для педагогической интернет-коммуникации, ср.: «несмотря на то, что переписка между преподавателем и студентами не является документом и не имеет множества реквизитов и ограничений, свойственных деловым письмам, ее можно назвать деловой, т.к. участников общения связывают официальные отношения, они имеют определенные социальные роли и должностные обязанности» [Кожеко, 2020, с. 328]. Исследователи отмечают, что педагогическое интернет-общение «также имеет свои рамки и ориентируется на деловой этикет» [Кожеко, 2020, с. 328].

Для изучения делового этикета как эффективного инструмента педагогической коммуникации нами было разработано и проведено двухэтапное исследование. На первом этапе мы изучили нормы сетевого этикета в межкультурной коммуникации носителей русского (преподаватель) и китайского языка (студенты) на материале электронных писем, оформленных на русском языке [Вытовтова, 2022, с. 253-256].

На втором этапе исследования мы решили рассмотреть нормы сетевого этикета в межкультурной коммуникации носителей русского (студенты) и китайского языка (преподаватели) на материале онлайн-переписки, оформленной на китайском языке. В качестве фактологической базы исследования выступает интернет-переписка студентов и преподавателей, сформированная в мессенджере WeChat с 01.09.2021 по 03.06.2022 г.

Участники общения – русские студенты-магистранты в количестве 16 человек и китайские преподаватели в количестве 7 человек, представляющие Хэбэйский педагогический университет, г. Шицзячжуан (Китай). Основная переписка ведётся между

одним русским студентом и 7-ю китайскими педагогами в личном чате, также присутствует групповой чат, в котором принимают участие все студенты и преподаватели. Общее количество сообщений – 185 единиц, из которых 78 единиц – реплики-стимулы (54 единицы от студентов, 24 единицы от преподавателей) и 107 единиц – реплики-реакции (44 единицы от студентов, 63 единицы от преподавателей). Методической базой для нашей работы послужила модель речевого жанра, апробированная в работах Т. В. Шмелевой [Шмелева, 1997, с. 88-89]. Результаты первичного анализа собранного материала отражены в таблице № 1.

Таблица №1

	<b>Критерии анализа онлайн-переписки</b>	<b>Русский студент</b>	<b>Китайские преподаватели</b>
1.	Языковое воплощение	Приветствие (18), обращение (37), благодарность (19), прощание (0)	Приветствие (0), обращение (2), благодарность (1), прощание (0)
2.	Этикетные речевые формулы	74 этикетных формулы	3 этикетных формулы
3.	Сходства/ различия в выборе этикетных формул	Студент придерживается всех универсальных норм сетевого этикета: приветствие, официальное обращение, благодарность	Китайским преподавателям привычно писать сообщение без приветствия и обращения
4.	Семиотические средства передачи информации	Использование эмодзи в контексте сообщений	В качестве реакции на полученное письмо преподаватели отправляют смайл (эмодзи), подходящий под коммуникативную ситуацию или реагируют с помощью эмоционально-экспрессивных реплик

Представленная таблица иллюстрирует больше различий в реализации делового этикета, чем сходств. Выявленные различия не рассматриваются нами как ошибочные, а представляются национально-обусловленными нормами цифрового этикета. Перспектива нашего исследования связана с дальнейшим сбором материала и разработкой целостной модели анализа онлайн-переписки в педагогическом межкультурном дискурсе.

#### **Литература и источники**

1. Капкан, М. В. Деловой этикет: учеб. пособие / М. В. Капкан, Л. С. Лихачева. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 168 с.
2. Вытовтова, М. Р. Китайский и русский сетевой этикет: сопоставительный аспект (на материале электронных писем) / М. Р. Вытовтова // Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей материалы XV(XLVII) Международной научно-практической конференции / Кемеровский государственный университет. – Кемерово, 2022. – С. 253-256.
3. Шмелева, Т. В. Модель речевого жанра / Т. В. Шмелева // Жанры речи. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – С. 88-98.
4. Кожеко, А. В. Эпистолярные жанры интернет-коммуникации: лингвопрагматический и лингвостилистический аспекты (на материале русскоязычных текстов): дисс... канд. филол. наук. – Красноярск, 2020. – 328 с.

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

## ДРУЖБА КАК ЦЕННОСТНАЯ ДОМИНАНТА АЛЬБОМНОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Горовая Я. О.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[sinkina20@mail.ru](mailto:sinkina20@mail.ru)

**Аннотация.** В настоящей статье развивается идея возможного рассмотрения понятия дружба как ценностную доминанту жанра девичьего альбома. Выявление ценностных доминант осуществляется на основании опорного слова, которое является смысловым центром текста. Одним из таких смыслообразующих понятий в девичьем альбоме является дружба. Жанр девичьего альбома является маркером девичьей субкультуры, которая обуславливается возрастными особенностями автора альбомного жанра (девочка-подросток 9–14 лет). Установлено, что представители обозначенной возрастной категории испытывают необходимость в дружеском общении со сверстниками, позволяющему испытывать эмоциональное благополучие и поддержку. Исследуемая ценностная доминанта обозначается на уровне именованного жанра, прослеживается на уровне структурно-смысловой организации альбомного текста, а также оформляет образ адресата, на которого ориентирована альбомная коммуникация. В итоге, дружба оказывается неким жанрообразующим мотивом, который является одним из доминантных признаков этой жанровой формы.

**Ключевые слова:** девичий альбом, девичья субкультура, ценностная доминанта, дружба.

## FRIENDSHIP AS A VALUE DOMINANT OF ALBUM COMMUNICATION

*Gorovaya Ya. O.*

Kemerovo State University

[sinkina20@mail.ru](mailto:sinkina20@mail.ru)

**Annotation.** This article develops the idea of a possible consideration of the concept of friendship as a valuable dominant of the girl's album genre. The identification of value dominants is carried out on the basis of the key word, which is the semantic center of the text. One of such meaning-forming concepts in the girl's album is friendship. The genre of the girl's album is a marker of the girl's subculture, which is determined by the age characteristics of the author of the album genre (teenage girl 9–14 years old). It has been established that representatives of the indicated age category feel the need for friendly communication with peers, which allows them to experience emotional well-being and support. The investigated value dominant is indicated at the level of genre naming, traced at the level of the structural and semantic organization of the album text, and also forms the image of the addressee, to whom the album communication is oriented. As a result, friendship turns out to be a kind of genre-forming motif, which is one of the dominant features of this genre form.

**Key words:** girl's album, girl's subculture, value dominant, friendship.

Антропоцентрическая направленность современной лингвистики актуализирует представление о человеке как главном условии существования языка и акцентирует внимание исследователей на изучении «речевых проявлений говорящего / пишущего субъекта – речевых произведений, как правило, жанровооформленных» [Рабенко, 2019, с. 257]. В центре настоящего исследования находится жанр естественной письменной речи «девичий альбом», являющийся маркером «девичьей субкультуры», представляющей совокупность механизмов гендерной социализации девочек-подростков [Борисов, 2022, с. 32]. Принадлежность к группе является значимой потребностью для данной возрастной

категории, поскольку способствует процессу автономизации от взрослых, а также обеспечивает чувство эмоционального благополучия [Кон, 2013, с. 67]. Исследование девичьего альбома с позиции аксиологической филологии позволяет определить ценностные ориентиры, присущие девичьему сообществу. Под ценностью понимается «отношение между человеком (социальной группой) и явлением, ставшим носителем особой позитивной (в рамках данной социальной общности) значимости чего-либо, кого-либо» [Большаков, 2008, с. 160]. Обнаружение ценностных доминант осуществляется посредством выявления опорного слова, которое «аккумулирует основной смысл текста, является его семантическим и композиционным центром» [Тороп, 1995, с. 104]. Одним из таких ключевых понятий, пронизывающих структурно-семантическое содержание девичьего альбома, является понятие «дружба», которая реализуется в лексических единицах с чередующимися корнями «друг- / друж- / друз -».

Цель предпринимаемого исследования – рассмотреть понятие дружбы как ценностную доминанту девичьего альбома, определить ее роль в структурно-смысловой организации альбома.

В качестве фактологического материала исследования выступают девичьи альбомы, представленные в архиве Лаборатории естественной письменной речи Кемеровского государственного университета (всего более 40 альбомов).

Подростковый возраст характеризуется стремительными изменениями, связанными с процессом взросления, в связи с этим важное место в процессе возрастной социализации занимает коллективная и эмоциональная поддержка. Дистанцирование от взрослых актуализирует потребность в дружеском общении со сверстниками, способствующее освоению новых, ранее неизвестных в силу возраста реалий. Девичий альбом является центром формирования подросткового гендерно однородного сообщества, состоящего из сверстниц, находящихся в доброжелательных отношениях с владелицей альбома.

Значимость понятия дружбы обозначается в наименовании альбомного жанра: «Анкета для друзей», «Альбом друзей», «Я и мои друзья. Альбом для девочек» и т.д.; в наименовании разделов: «Мои друзья», «Я и моя команда» и т.д. Актуализация альбомного адресата осуществляет не только указательную роль, но и очерчивает границы состава коллектива альбомного общения, предвосхищая установку на закрытость, способствующую созданию доверительной атмосферы для обсуждения «взрослых» тем.

На первой странице альбома частотно употребление шаблонного для рассматриваемого жанра обращения к друзьям с призывом к письменному диалогу:

*(1) Пишите, милые подруги,*

*пишите, милые друзья,*

*пишите все, что вы хотите,*

*но только глупости нельзя* (здесь и далее сохраняется орфография и пунктуация автора);

*(2) Пишу не только для мгновенной славы*

*1. Для развлечений для забавы*

*2. Для личных искренних друзей*

*3. Для памяти минувших дней!*

4. Ориентация на особую категорию адресата наблюдается в структурном оформлении рукописного сборника:

- наличие раздела «Мои друзья», в пространстве которого предполагается размещение фотографий близких друзей или их поименное указание;  
- дополнительное структурирование типичного для альбома раздела, например, в разделе «Моя телефонная книжка» наблюдаем авторское разграничение на группы: «Мои друзья», «Одноклассники»;

- создание именных разделов с указанием конкретного лица, на чье заполнение он ориентирован: «Секреты Кати», «Секреты Нasti».

Тема дружбы активно реализуется в содержании альбомных текстов в контексте гетерогенных гендерных отношений и репрезентуется в следующих смысловых аспектах:

- дружеские взаимоотношения с противоположным полом приравниваются к любви:

*Любить не грех,*

*Дружить не стыдно*

*Зачем скрывать*

*Коль это видно (раздел «Любимые стихи»);*

- дружеские взаимоотношения с противоположным полом как переходное к любви явление:

*Мне еще рано влюбляться*

*Мне еще рано любить*

*Мне еще нужно учиться*

*Но все-таки можно дружить (раздел «Любимые стихи»).*

Таким образом, одной из значимых ценностных доминант девичьего альбома является дружба, что обусловлено возрастными и гендерными особенностями автора данного жанра. Дружба в контексте девичьего альбома представлена как доверительные отношения со сверстницами, направленные на апробацию различных социальных ролей в узком кругу альбомного коллектива; так и отношения с противоположным полом, возможные при наличии взаимной симпатии. Рассматриваемая эмоционально-смысловая доминанта является основой формирования альбомного сообщества, проявляясь на структурном и содержательном уровне жанра альбома.

#### **Литература и источники**

1. Большаков, В. П. Теория культуры. Санкт-Петербург, 2008.
2. Борисов, С. Б. Мир русского девичества: 70-90 годы XX в. М., 2002.
3. Кон, И.С. Психология юношеского возраста. М, 2013.
4. Рабенко, Т. Г. Ценностные доминанты дневникового жанра // Аксиологические аспекты современных филологических исследований: Тезисы докладов международной научной конференции. Екатеринбург, 2019. С. 257-259.
5. Тороп, П. Тотальный перевод. Тарту, 1995.

*Научный руководитель – д.ф.н., профессор Рабенко Т. Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет».*

**УДК 81'373.612.2**

#### **КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ ПРЕЗИДЕНТА РФ (НА МАТЕРИАЛЕ КОНЦЕРТА-МИТИНГА В ЛУЖНИКАХ)**

*Гуторова А. Д.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Статья посвящена лингвистическому анализу коммуникативных стратегий и тактик, используемых президентом РФ во время публичного выступления на концерте-митинге в Лужниках (22 февраля 2023 года). Актуальность представленного в работе научного подхода обусловлена необходимостью изучения коммуникативной

организации политического дискурса. Материалом исследования являются видеозапись с выступлением президента РФ и интернет-комментарии к ней, расположенные в открытом доступе мессенджера «Telegram». Проведённый анализ позволил выделить группу коммуникативных стратегий и тактик, организующих публичную политическую речь. Доминирующей функцией описываемых речевых приёмов является воздействие на адресата с целью формирования политической картины мира.

**Ключевые слова:** политическая коммуникация, коммуникативные стратегии и тактики, публичное выступление, интернет-комментарии

## COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS OF THE PUBLIC SPEECH OF THE PRESIDENT OF THE RUSSIAN FEDERATION (BASED ON THE MATERIAL OF THE CONCERT-RALLY IN LUZHNIKI)

Gutorova A.D.

Kemerovo State University

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

**Annotation.** The article is devoted to the linguistic analysis of the communicative strategies and tactics used by the President of the Russian Federation during a public speech at a concert-rally in Luzhniky (February 22, 2023). The relevance of the scientific approach presented in the work is due to the need to study the communicative organization of political discourse. The research material is a video recording of the speech of the President of the Russian Federation and Internet comments on it, located in the open access of the Telegram messenger. The analysis made it possible to identify a group of communicative strategies and tactics that organize public political speech. The dominant function of the described speech techniques is to influence the addressee in order to form a political picture of the world.

**Keywords:** political communication, communication strategies and tactics, public speaking, Internet comments

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. 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 (Иссерс О.С., Ключев Е.В., Михалёва О.Л., Шейгал Е.И. и др.).

В целом под коммуникативной стратегией понимается определённая последовательность речевых действий, организованных в зависимости от цели взаимодействия [Иссерс, 2008]. При этом выбор стратегии определяется интенцией коммуникатора, его интересами для достижения конкретной цели [Анохина, 2008].

Социальные сети являются популярными площадками для обсуждения политической ситуации. Безусловно, большое внимание интернет-пользователей привлекают публичные выступления главы государства. Видеоролики с записью обращений президента, возглавляют рейтинги TELEGRAM-каналов. Речь президента вызывает большое количество откликов разного характера.

Проанализируем одно из публичных выступлений Владимира Владимировича Путина: видео, выставленное в телеграм-канале «РОССИЯ СЕГОДНЯ.Putin», в котором президент выступил с речью, посвящённой Дню Защитника Отечества. Наблюдение за коммуникативной организацией материала позволяет выделить следующую группу ядерных речевых стратегий, используемых президентом:

1. **Персуазивная стратегия:** *«Есть люди, которые принимают для себя решение защищать самое святое и самое дорогое, что у нас есть – семью и Родину... Сегодня их поддерживает вся страна, а это значит, что каждый, кто это делает, в известной степени тоже является защитником Отечества... но я знаю, вот сейчас только слушал выше военное руководство страны о том, что прямо сейчас идёт бой на наших, исторических рубежах за наших людей...Его ведут такие же мужественные бойцы, которые здесь стоят сейчас рядом с нами...Мы гордимся ими».*
2. **Апелляция к чувству долга, нравственному императиву:** *«Недаром одна из самых известных молитв начинается со слов Отче наш...Отче-отец, и в этом есть что-то очень близкое каждому человеку...Мы ведь говорим тоже Родина-мать...Речь идёт о семье...Речь идёт о чём-то огромном, мощном и в то же время близком сердцу каждого человека – это и Родина, и семья».*
3. **Стратегия единения, сотрудничества:** *«В этом смысле сегодня при защите наших интересов, при защите наших людей, при защите нашей культуры, языка, территории...Все, весь наш народ являются сегодня защитником Отечества».*
4. **Стратегия побуждения:** *«Мы гордимся ими...Мы ведь говорим тоже...Они должны услышать наши приветствия...».*

Проведённый анализ позволяет сделать вывод о том, что в своих публичных выступлениях президент России подчёркивает причастность к происходящим событиям каждого россиянина. Речь главы государства направлена на формирование в массовом сознании представления о том, что всё происходящее только во благо страны и всех россиян. На собственно языковом уровне чувство единения и сопричастности выражается с помощью использования большого количества местоимений «мы», «наш», «все», наречий «вместе», «храбро», «смело», разных стилистических средств (метафор, эпитетов, прецедентных текстов, риторических вопросов, антитезы, парцелляции и т.п.).

Анализируемое выступление Владимира Путина вызвало активную реакцию у массового адресата, что привело к большому количеству интернет-комментариев. При этом в оценочном отношении интернет высказывания делятся на две большие группы:

- 1) интернет-комментарии, выражающие положительное отношение к событиям, представленным в речи президента и непосредственно к личности президента;
- 2) интернет-комментарии, выражающие крайне агрессивное отношение к событиям, представленным в речи президента и непосредственно к личности президента.

В количественном отношении преобладают комментарии, выражающие положительное отношение как лично к президенту, так и к политике, которую он реализует в стране.

Отклики пользователей также организуются путём использования определённых коммуникативных стратегий, ядреными из которых являются:

#### 1. Стратегия похвалы:

5. *«Вот, уважаю нашего умного президента» (@Екатерина Толстунова)*
6. *«Путин, действительно, наш национальный лидер, который объединяет всех» (@Владислав Синкин)*
7. *«Владимир Владимирович лучший в мире» (@Екатерина Берег)*
8. *«Великий президент, великой России» (@Pavel)*
9. *«Браво, великий человек» (@Vasilii Vasilii)*

#### 2. Стратегия объединения:

10. *«Россия сила, Россия-страна героя, мы едины» (@Григорий Марков)*
11. *«Россия мощь, мы сила» (@Galinka)*
12. *«Мы молодцы, народ наш силен в своём единстве» (@IrinaPavlova)*

13. «Русский народ-самый сплочённый народ, всем сердцем люблю свою страну» (@Valushka)
14. «Здорово! Мы-воины» («Нина Колесникова»)
3. Стратегия оскорбления:
15. «Старый га\*\*\*н, о каком единении ты говоришь?» (@Lora)
16. «Мразь еб\*\*\* в своих интересах ни\*\*\*» (@Petr1)
17. «Самый настоящий уе\*\*\*н» (@Сан Саныч)

Проведенный в работе анализ в определенной степени расширяет и дополняет уже существующие теоретические положения о роли политической коммуникации, а также о стратегиях и тактиках, которые используются политическими лидерами в своих выступлениях. Полученные результаты исследования могут применяться как в теоретическом, так и в практическом аспекте, а также могут послужить материалом по особенностям коммуникативного воздействия в политической коммуникации.

#### Литература и источники:

1. Анохина, В. С. Стратегии и тактики коммуникативного поведения в малой социальной группе (семье) // Вестник Ставропольского государственного университета. – 2008. – № 56. – С. 64–71.
2. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст]: монография / О. С. Иссерс. – 5-е изд. – М.: ЛКИ, 2008. – 288 с.

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

УДК 82-1/-9

#### ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА В МЕССЕНДЖЕРЕ TELEGRAM – РЕАЛЬНОСТЬ?

*Зонова И. И.*

ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

[ageeva.2015@yandex.ru](mailto:ageeva.2015@yandex.ru)

**Аннотация.** В XXI веке литература находится в поиске новой формы, актуальной здесь и сейчас. Художественные произведения функционируют не только на страницах книг, но и в медиапространстве. Статья посвящена феномену художественной литературы в мессенджере Telegram. Проанализированы ключевые возможности Telegram для воспроизведения и распространения произведений: создание каналов, их виды, сочетание контента.

**Ключевые слова:** telegram, литература, новые медиа, блог, интернет.

#### FICTION LITERATURE IN TELEGRAM MESSENGER - REALITY?

*Zonova I.I.*

Nosov Magnitogorsk State technical university

[ageeva.2015@yandex.ru](mailto:ageeva.2015@yandex.ru)

**Annotation.** In the 21st century, literature is in search of a new form that is relevant here and now. Artistic works function not only on the pages of books, but also in the media space.

The article is devoted to the phenomenon of fiction in the Telegram messenger. The key capabilities of Telegram for the reproduction and distribution of works are analyzed: the creation of channels, their types, the combination of content.

**Key words:** telegram, literature, new media, blog, internet.

К вопросу о поиске литературной формы обращались многие. Считаем возможным оттолкнуться от того понимания художественной (эстетической) формы, которое было предложено М. М. Бахтиным в рамках его концепции философской эстетики [Бахтин, 1986, с. 9-191, 404-412]. Бахтин рассматривает понятие формы в рамках соотношения: содержание – материал – форма, отвергает представление о форме как о форме материала, как о технике [Ревзина, 2000, с. 47]. Сегодня же литература вовлечена в процесс модернизации формы, поскольку для привлечения новой аудитории необходимо понимать современные тенденции.

Одна из тенденций медиамира XXI века – мультиканальность – авторы находятся в поиске нескольких новых актуальных площадок, которые соответствуют их намерениям. Такими запросами могут служить – лояльность аудитории, бесплатные способы продвижения, удобный интерфейс платформы для написания текстов и т.п.

Также можно отметить, что вторая тенденция в сфере масс-медиа – построение личного бренда в социальных сетях. Этот запрос находит отражение при ведении любого блога. Личный бренд – это некие якоря, по которым читатели запоминают писателя. К ним относятся, например, ведущий цвет блога, использованные стикеры, манера письма (выделения в тексте, использование специальных символов и др.).

Третья причина, по которой писатели находятся в поиске новой площадки для трансляции своего творчества, – привлечение внимания к смыслам произведения, а не к визуальной составляющей, которая его сопровождает.

Telegram – в настоящее время один из самых востребованных мессенджеров [Андриянова, 2018], который помогает авторам блогов следовать тенденциям медиамира. Активное использование возможностей Telegram для продвижения личного бренда пришлось на март 2022 года. На данный момент в мессенджере официально зарегистрировано более 200 тысяч публичных каналов, более 6 тысяч каналов в разделе «книги» по данным TGStat.

В публичных каналах формируется определенный язык, стилистика, лексика и тональность [Онуприенко, 2021]. Все литературные каналы в TG можно разделить на 6 видов:

1. Блогерские (владелец канала является писателем, контент в основном про личность);
2. Экспертные (владелец канала – критик или автор, контент ориентирован на привлечение аудитории и построение личного бренда);
3. Канал портфолио (в контенте показаны работы владельца канала, например, не обложки для книг или редактур текста);
4. Каналы бизнеса (направлены на продвижение литературного бизнеса через Telegram);
5. Тематические (владелец канала транслирует чужое литературное творчество, указывая на авторство);
6. Продающие (контент направлен на прогрев к продукту писателя, например, на покупку новой книги).

Все категории

Эзотерика	5.0k	Блоги	36.9k	Маркетинг, PR, реклама	8.3k	Лингвистика	3.4k
Даркнет	3.9k	Новости и СМИ	33.7k	Психология	11.7k	Карьера	5.4k
Букмекерство	20.5k	Юмор и развлечения	22.7k	Дизайн	2.9k	Познавательное	12.8k
Шок-контент	2.4k	Технологии	9.0k	Политика	13.5k	Курсы и гайды	1.8k
Эротика	5.9k	Экономика	9.3k	Искусство	5.1k	Спорт	9.1k
Для взрослых	30.1k	Бизнес и стартапы	17.8k	Право	2.1k	Мода и красота	14.0k
Другое	50.1k	Криптовалюты	14.9k	Образование	10.3k	Медицина	4.4k
		Путешествия	9.2k	Книги	6.6k	Здоровье и Фитнес	6.7k

Литература находит свое проявление в каждом из них. Но именно художественная литература ярко проявляется либо в блогерско-экспертных, либо в тематических каналах.

**Блогерско-экспертный литературный канал.** Отличительная черта канала – писатель транслирует не только свою личность, но и показывает свой профессионализм в писательской сфере [Зими́на, с. 62]. В таком канале можно выстроить личный бренд и повысить лояльность аудитории, найти с ней контакт.

На личном канале поэтессы Ирины Астаховой («Ах Астахова» – <https://t.me/ahastakhova>) более 12 тысяч читателей. В нем она транслирует свое творчество, сопровождая стихотворения личными фотографиями. Аудитория вовлечена и погружена в литературу – под каждым постом есть реакции и комментарии.

Блогерский канал Андрея Гончарова («Андрей Гончаров | Трагико медик» – <https://t.me/goncharofren>) транслирует отрывки из произведений. Таким образом, писатель дает читателям ознакомиться со своим творчеством, вовлекая при этом подписчиков в контент (они получают возможность выразить реакции и написать комментарии), заинтересованные читатели переходят на сайт писателя, где представлены уже полные рассказы.

**Тематический литературный канал.** Данный вид канала предусматривает только наличие четкой темы и владельца канала. Личность никак не проявляется в таких типах каналов. Мы рассматриваем канал «Афоризмы | Литература | Книги | Стихи» (<https://t.me/AphorismTG>) с аудиторией более 174 тысяч подписчиков. В нем представлены произведения различных авторов, афоризмы, цитаты. Вовлеченность аудитории можно отследить только по реакциям, которые оставляют к постам. Также отличительными чертами канала является свой стиль (лаконичные посты, жирным текстом выделен автор изречения) и авторский набор стикеров (их может использовать пользователь TG с premium подпиской, таким образом, осуществляется продвижение литературного канала).

Из выше сказанного следует, что художественная литература реализуется в мессенджере Telegram. Она модернизируется, подстраивается под условия новой площадки. Каждый писатель подбирает актуальную форму литературного произведения для трансляции, при этом не жертвуя содержанием.

#### Литература и источники

1. Андриянова, С. С., Использование мессенджера Telegram для продвижения бренда / С. С. Андриянова, А. А. Веретено. – Омск: Economics, 2018. №3 (35). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-messendzhera-telegram-dlya-prodvizheniya-brenda> (дата обращения: 06.03.2023).
2. Бахтин, М. М., Эстетика словесного творчества. Издание 2-е. / М. М. Бахтин. – М.: Искусство, 1986. – 445 с.
3. Зими́на, Е. С. Особенности литературной критики в авторских Телеграм-каналах / Е. С. Зими́на // Мировая литература глазами современной молодежи. Цифровая эпоха. Магнитогорск: Мировая литература глазами современной молодежи. Цифровая эпоха: сборник материалов IV международной молодежной научно-практической конференции, Магнитогорск, 18–20 сентября 2018 года. – Магнитогорск: Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова, 2018. – С. 61-66.
4. Онуприенко, К. А. Языковые особенности спортивных TELEGRAM-каналов / К. А. Онуприенко. – Саратов: Известник Саратовского университета Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-osobennosti-sportivnyh-telegram-kanalov> (дата обращения: 06.03.2023).
5. Ревзина, О. Г. О концепте собственно русской художественной формы // Функциональные и семантические характеристики текста, высказывания, слова.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, доц. Рудакова С.В., ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»*

УДК81'276.1

## ОСОБЕННОСТИ СЛЕНГА В СФЕРЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ОНЛАЙН-ВИДЕОИГР В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ИХ ФУНКЦИИ

*Зыкова К. И.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[GRANDEAri76@gmail.com](mailto:GRANDEAri76@gmail.com)

**Аннотация.** Цель статьи заключается в рассмотрении особенностей игрового сленга в зависимости от их функции. Актуальность данной темы обусловлена научным интересом исследователей к интернет-коммуникации. В настоящее время опубликовано небольшое количество научных работ по изучению компьютерно-игрового дискурса, поэтому данный вопрос изучен недостаточно, а исследование особенностей сленга в сфере онлайн-игр ранее не проводилось. Анализ сленговых выражений в онлайн-видеоиграх позволяет узнать, какими функциями они обладают. В статье были выделены такие функции сленга, как коммуникативная, сигнальная, когнитивная, номинативная, экспрессивная и функция экономии времени. Результаты проведенного анализа демонстрируют случаи употребления тех или иных слов и выражений, а также их частотность в речах людей из игрового онлайн пространства.

**Ключевые слова:** сленг, компьютерно-игровой дискурс, онлайн-игры, функции сленга, анализ игрового сленга, англоязычный дискурс видеоигр.

## FUNCTION-RELATED FEATURES OF ONLINE GAME SLANG

*Zykova K. I.*

Kemerovo State University

[GRANDEAri76@gmail.com](mailto:GRANDEAri76@gmail.com)

**Abstract.** The article describes the effect of game function on on-online slang. Researchers demonstrate great interest in Internet communication but very few scientific publications on computer-gaming discourse are available, especially in the field of online game slang. The analysis revealed such functions of slang expressions in online video games as communicative, signaling, cognitive, nominative, expressive, and time-saving. The article illustrates the use of certain words and expressions, as well as their frequency in the speech of people from the online gaming environment.

**Keywords:** slang, computer game discourse, online games, slang functions, game slang analysis, English-language video game discourse.

Сленг широко используется в компьютерно-игровом дискурсе. Е.Э. Яренчук в своей научной статье пишет, что компьютерно-игровой дискурс – «речевая деятельность людей в контексте компьютерных игр» [Яренчук 2019: 79].

В настоящее время у ученых нет единого мнения о функциях сленга. Одни выделяют всего три функции [Иванова: 56], в то время, как другие выделяют шесть. В данной статье были выделены шесть функций: коммуникативная; сигнальная; экспрессивная; номинативная; когнитивная; функция экономии времени.

Опираясь на этот список функций сленга в онлайн-играх, были проанализированы

слова и выражения, найденные в русскоговорящем игровом онлайн пространстве.

В онлайн-играх каждое сленговое слово обязательно выполняет коммуникативную функцию, так как оно адресовано другому игроку, например: «афк» (от англ. «AwayfromKeyboard») (игрок сообщает о своем отсутствии в то время, как его игровой персонаж находится в игре).

Сигнальная функция помогает игроку подать сигнал другим игрокам: «сап» (от англ. «Support») (игрок сигнализирует о своей командной роли).

Экспрессивная функция показывает отношение игрока к чему-либо: «изи» (от англ. «Easy») (игрок показывает свое негативное отношение к соперникам).

Номинативная функция помогает приобрести тем или иным словам новые наименования: «Имба» (от англ. «Imbalance») (понятие, относящиеся к недоработке игры перешло на самого игрока).

Когнитивная функция несет какую-то дополнительную информацию к тому или иному сленговому слову: «топ» (от англ. «Top») (под данной сленговой единицей имеется ввиду не просто линия на игровой карте, а определенная роль в игре, например, танк).

Функция экономии времени осуществляется сокращением слов или их аббревиатурой: «арт» (сокращение слова «Артефакт»).

Однако стоит отметить, что некоторые сленговые единицы могут выполнять сразу несколько функций:

1. «Он с самого начала игры стоит афк, предлагаю накидать ему репортов» [Онлайн игра «Лига Легенд» (адаптация на русский язык) 2009].

Сленговые единицы «афк», «кидать» и «репорт» выполняют коммуникативную функцию. Помимо этого, сленг «афк» выполняет еще две функции: функцию экономии времени, так как является аббревиатурой от выражения «awayfromkeyboard», и сигнальную функцию, так как сигнализирует о состоянии игрока на момент игры. Глагол «кидать» так же выполняет сигнальную функцию, потому что сигнализирует о действии, которое намереваются сделать игроки. Кроме того, этот сленг выполняет экспрессивную функцию, так как выражает негативное отношение по отношению к союзному игроку.

- АФК (от англ. «AwayFromKeyboard») «статус, обозначающий отсутствие игрока на месте в то время, как его игровой персонаж находится в игре»;

- Кидать «отправить администрации игры сообщения о нарушении правил игры».

2. «После 20 минут игры ты получил всего 4 ассиста, просто лучший сап» [Онлайн игра «Лига Легенд» (адаптация на русский язык) 2009].

Данные сленговые единицы «ассист» и «сап» выполняют коммуникативную функцию. Слово «ассист» сигнализирует о состоянии счета другого игрока, следовательно оно выполняет сигнальную функцию. Сленговая единица «сап» выполняет функцию экономии времени, так как является сокращением к слову «саппорт».

- Ассист (от англ. «Assist») «помощь чемпиону с убийством вражеского чемпиона»;

- Сап (от англ. «Support») «чемпионы, умения и заклинания которых предназначены для помощи другим чемпионам (союзникам)».

3. «Изи катка» [Онлайн игра «Лига Легенд» (адаптация на русский язык) 2009].

Сленговые слова «изи» и «катка» выполняют коммуникативную функцию. Кроме того, слово «изи» выполняет экспрессивную функцию, так как выражает негативное отношение к своим врагам.

- Изи (от англ. «Easy») «легко».

4. «Он какой-то слишком имба, видимо нужно прокачать свое хп и дамаг» [Онлайн игра «Лига Легенд» (адаптация на русский язык) 2009].

Данные сленговые единицы – «имба», «качать», «хп» и «дамаг» – выполняют коммуникативную функцию. Сленговые слова «имба» и «хп» выполняют функцию экономии времени, так являются, соответственно, сокращением от слова «imbalance» и аббревиатурой от выражения «healpoints». Кроме того, слово «имба» выполняет

номинативную функцию, потому что оно переходит на самого игрока. Основной функцией глагола «качать» является сигнальная функция, так как игрок сигнализирует о действии, которое он собирается сделать.

- Имба (от англ. «Imbalance») *«недоработка игры, при которой один чемпион объективно сильнее других чемпионов»;*

- Качать *«повышать уровень»;*

- ХП (от англ. «HealPoints») *«очки здоровья»;*

- Дамаг (от англ. «Damage») *«количество очков здоровья, которые можно отнять у противника, если нанести ему удар, наложить заклинание или применить атакующее умение».*

5. *«Я адк пикну, а ты тогда топ»* [Онлайн игра «Лига Легенд» (адаптация на русский язык) 2009].

Сленговые единицы «адк», «пикнуть» и «топ» выполняют коммуникативную функцию. «Адк» выполняет функцию экономии времени, так как это аббревиатура от «Attack Damage Carry». Глагол «пикнуть» выполняет в данном случае сигнальную функцию, игрок сигнализирует об его выборе. Слово «топ» выполняет сразу две функции: номинативную и когнитивную функции, так как имеется ввиду не просто линия на карте, а определенная роль в игре (танк).

- АДК (от англ. «Attack Damage Carry») *«чемпион, полагающийся на силу атаки, с низким уроном в начале матча, из-за чего его нужно оберегать и защищать»;*

- Пикнуть (от англ. «Pick») *«процесс выбора командой чемпионов в МОБА играх»;*

- Танк *«чемпион с высоким уровнем здоровья и защиты».*

6. *«Ребят, давайте файтемся на миду, я уже выфармил нужные арты»* [Онлайн игра «Лига Легенд» (адаптация на русский язык) 2009].

Основной функцией сленговых слов «файтемся», «мид», «фармить» и «арт» является коммуникативная функция. Сленговые единицы «файтемся» и «выфармить» выполняют сигнальную функцию, так как сигнализируют о действиях, которые, соответственно, намереваются сделать игроки и которые уже были сделаны определенным игроком. «Мид» так же выполняет сигнальную функцию, так как игрок сигнализирует о месте, в которое нужно прийти команде. Слово «арт» является сокращением от слова «артефакт», поэтому данный сленг выполняет функцию экономии времени.

- Файтемся (от англ. «Fight») *«сражаться»;*

- Фармить (от англ. «Farm») *«процесс активного уничтожения мобов в игре»;*

- Арт (Артефакт) *«предмет игрового мира, которым может завладеть персонаж игрока».*

7. *«Ггвп»* [Онлайн игра «Лига Легенд» (адаптация на русский язык) 2009].

Помимо коммуникативной функции данный сленг выполняет экспрессивную функцию и функцию экономии времени. Он выражает позитивное отношение к другим игрокам и является аббревиатурой от выражения «goodgamewellplayed».

- ГГВП (от англ. «GoodGameWellPlayed») *«благодарность за хорошую игру в конце матча».*

8. *«Я теперь играю по нынешним мета-билдам»* [Онлайн игра «Лига Легенд» (адаптация на русский язык) 2009].

Сленговая единица «мета-билд» выполняет только одну единственную функцию. Этот сленг выполняет коммуникативную функцию, так как это сообщение адресовано другому игроку или игрокам.

9. *«Ты проиграл эту игру, реплэй посмотри»* [Онлайн игра «Лига Легенд» (адаптация на русский язык) 2009].

Как и в представленных выше примерах сленг «реплэй» выполняет только коммуникативную функцию.

- Реплэй (от англ. «Replay») *«запись игры».*

10. «Я взял птичек на 2 лвл» [Онлайн игра «Лига Легенд» (адаптация на русский язык) 2009].

Кроме коммуникативной функции все сленговые единицы в примере выполняют и другие функции. Основной функцией сленга «птички» является номинативная функция, так как на лесных монстров перешло новое название из-за их внешнего вида. А сленг «лвл» выполняет сразу две функции: функцию экономии времени, так как это сокращение к английскому слову «левел», и сигнальную функцию, так как сигнализирует о состоянии, в котором находился сам игрок.

11. «Пацаны, фокусим Ясуо и после его убийства идем на дракона» [Онлайн игра «Лига Легенд» (адаптация на русский язык) 2009].

Все представленные в данном примере сленговые единицы выполняет коммуникативную функцию. Глагол «фокусить» выполняет сигнальную функцию, так как он сигнализирует о действии, которое намереваются сделать игроки одной команды. А слово «Ясуо» выполняет номинативную, потому что, соответственно, это имя игрового персонажа, которое перешло на самого игрока.

- Фокусить (от англ. «Focus») «фокус атаки на определенного чемпиона».

12. «Репорт Сорака за инстант-лок» [Онлайн игра «Лига Легенд» (адаптация на русский язык) 2009].

«Репорт», «Сорака», «инстант-лок» выполняют коммуникативную функцию. В этом контексте сленг «репорт» выполняет сигнальную и экспрессивную функции. Что касается «Сорака», то это сленговая единица выполняет номинативную функцию, так как имеется ввиду сам игрок, а не просто персонаж игры. «Инстант-лок» выполняет сигнальную функцию, потому что описывает и сигнализирует о действии, которое совершил игрок.

- Инстант-лок (от англ. «Instant Lock») «выбор чемпиона без согласования с командой».

В ходе данного исследования были идентифицированы следующие функции: коммуникативная, сигнальная, функция экономии времени, экспрессивная функция, номинативная и когнитивная функции. Сленговых единиц, выполняющих коммуникативную функцию, было найдено: 28, что составило 49,12% от общего количества;

сигнальную: 11, что составило 19,3% от общего количества;

экспрессивную: 4, что составило 7,01% от общего количества;

номинативную: 5, что составило 8,8% от общего количества;

когнитивную: 1, что составило 1,75% от общего количества;

функцию экономии времени: 8, что составило 14,02% от общего количества.

Таким образом, наиболее частотной в сфере онлайн-игр является коммуникативная функция, так как онлайн-игры подразумевают под собой непрерывное общение между игроками.

### Литература и источники:

1. Иванова, Г. Р. Функции сленга в речевой деятельности американских студентов / Г.Р. Иванова // Когнитивные и коммуникативные аспекты английской лексики. М., 1990. 133 с.
2. Яренчук, Е. Э. понятие компьютерно-игрового дискурса / Е.Э. Яренчук // Курский государственный университет, 2019. 74-80 с.
3. Онлайн-игра «Dota 2» (адаптация на русский язык), 2013.
4. Онлайн-игра «LeagueofLegends» (адаптация на русский язык), 2009.

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

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УЧЕБНИКОВ ПО КИТАЙСКОМУ ЯЗЫКУ  
(НА МАТЕРИАЛЕ ЭВФЕМИЗМОВ)**

*Коллер А. Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[koller\\_sasha@mail.ru](mailto:koller_sasha@mail.ru)

**Аннотация.** Данная статья посвящена эвфемизмам, представленным в учебниках по иностранному языку. Объект исследования – учебники китайского языка как иностранного, предмет изучения – эвфемизмы, используемые в данных учебниках. Целью работы является сравнение представленности эвфемизмов в учебниках по китайскому языку. Задачи работы: 1) осуществить выборку учебников по иностранному языку; 2) провести анализ учебников; 3) сравнить полученные результаты. Основной в работе является методика текстового анализа материала и направленной выборки. В качестве материала исследования выступили школьные и вузовские учебники китайского языка, используемые в практической деятельности автора работы. Результаты исследования применимы в сфере лингводидактики, теории и практики перевода, педагогической коммуникации.

**Ключевые слова:** лингводидактика; учебник; эвфемизм; тематическая группа; китайский язык; русский язык.

**COMPARATIVE ANALYSIS OF TEXTBOOKS IN THE CHINESE LANGUAGE  
(BY THE MATERIAL OF THE EUPHEMISSIC GROUP)**

*Koller A. E.*

Kemerovo State University

[koller\\_sasha@mail.ru](mailto:koller_sasha@mail.ru)

**Annotation.** This article is devoted to euphemisms presented in foreign language textbooks. The object of the study is the textbooks of Chinese as a foreign language, the subject of study is the euphemisms used in these textbooks. The aim of the work is to compare the representation of euphemisms in Chinese textbooks. Tasks of the work: 1) to carry out a selection of textbooks in a foreign language; 2) to analyze textbooks; 3) compare the results obtained. The main work is the method of textual analysis of the material and directed sampling. The material of the study was school and university textbooks of the Chinese language used in the practical activities of the author of the work. The results of the study are applicable in the field of linguodidactics, theory and practice of translation, pedagogical communication.

**Key words:** linguodidactics; textbook; euphemism; thematic group; Chinese; Russian language.

В современных лингвистических исследованиях одним из актуальных направлений продолжает оставаться лингводидактика. В рамках данного направления представляются важными такие вопросы, как преподавание иностранного языка, выбор методов и приемов при обучении иностранному языку, формирование и совершенствование компетенций ученика, реализация коммуникативной методики в обучении языку, анализ учебников, используемых в процессе обучения. На последнем вопросе мы остановимся в нашей работе более подробно.

Анализ учебников, используемых в учебном процессе, является одним из насущных вопросов лингводидактики. Учебник является посредником между учителем и учеником и средством обучения одновременно. Исследователи подчеркивают значение учебников в педагогической коммуникации: «Использование учебника помогает педагогу

в процессе обучения учащихся, а также помогает достигнуть требуемого уровня коммуникативных навыков у изучающих китайский язык» [Хазова, 2020, с. 313].

На данный момент можно говорить об имеющихся исследованиях учебников английского, немецкого, французского, русского как иностранного языков и т.д. Активный рост интереса к китайскому языку и культуре в мире приводит к необходимости анализа и оценки учебников, обучающих данному языку. Отметим, что лингвометодические исследования такого типа на данный момент представлены единичными работами [Кошкин, 2008; Рукодельникова, 2020], а такая лексическая единица, как эвфемизм, не подвергалась специальному анализу в рамках обучения иностранному языку. Однако в работах по русскому (родному) языку указывается на необходимость изучения эвфемизмов уже с начального звена, поскольку именно у младшеклассников «происходит корректировка языкового кода» [Никитина, 2015, с. 105]. Данная мысль справедлива и для обучения иностранному языку. Мы считаем, что изучение эвфемизмов является важной составляющей процесса обучения, так как знакомство с данным лексическим пластом дает представление о культуре изучаемого языка, его этикетной составляющей, помогает построению бесконфликтного общения.

В нашей работе мы остановились на анализе школьных и вузовских учебников китайского языка: «Легкий китайский язык» [Ма Яминь, 2011], «Учитесь у меня китайскому языку» [Лоу И, 2009], «Новый практический курс китайского языка» [Лю Сюнь, 2006]. Первые два учебника были использованы нами в преподавании китайского языка в МБОУ «Гимназия № 17» с декабря 2021 г. по ноябрь 2022 г., третий учебник – в преподавании практического курса китайского языка в ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет» с сентября 2022 года по настоящее время.

Модель анализа учебников включает в себя учет четырех критериев: 1) раздел учебника, в котором представлен эвфемизм; 2) тип упражнения; 3) количество эвфемизмов / дисфемизмов; 4) тематическая группа. Результаты сравнительного анализа представлены в таблице № 1.

Таблица № 1.

	Название учебника	Раздел учебника	Тип Упражнения	Количество эвфемизмов / дисфемизмов	Тематическая группа эвфемизмов
.	«Легкий китайский язык»	Лексика	Упражнения по идентификации и дифференциации	2 эвфемизма	«внешность»
.	«Учитесь у меня китайскому языку»	-	-	-	-
.	«Новый практический курс китайского языка»	Лексика	Конструктивные, ситуативные, переводные, подстановочные, репродуктивные упражнения	3 эвфемизма, 3 дисфемизма	«болезнь», «семья и брак», «возраст»

По результатам исследования можно сделать вывод о низкой представленности эвфемизмов в учебниках по китайскому языку и в количественном, и в тематическом отношении: в учебнике «Легкий китайский язык» для младшего звена представлена только одна тематическая группа эвфемизмов; в учебнике для среднего и старшего звена «Учитесь у меня китайскому языку» эвфемизмы отсутствуют; в учебнике «Новый

практический курс китайского языка» представлены три тематических группы эвфемизмов. Это доказывает мысль о том, что в учебниках по китайскому языку отсутствует систематизация в подаче эвфемистического материала. Перспектива нашего исследования видится в разработке банка упражнений, включающих изучение эвфемизмов, для школьного и вузовского обучения с учетом постепенного усложнения заданий в соответствии с уровнем усвоения знаний учащимися.

#### Литература и источники

1. Кошкин, А. П. К вопросу об учебниках китайского языка, используемых в процессе обучения студентов вуза / А. П. Кошкин. – Комсомольск-на-Амуре: Амурский научный вестник, 2008. – С. 184-191.
2. Лоу, И. Учись у меня китайскому языку. Учебник 1-2 / И Лоу, Сюй Цайхуа, Чэнь Фу, Чжу Чжипин. – Пекин: Народное образование, 2009. – 230 с.
3. Лю, Сюнь. Новый практический курс китайского языка. Учебник 1-3 / Сюнь Лю, Е. В. Сирко. – VLCUP, 2006. – 242 с.
4. Ма, Яминь. Легкий китайский язык. Учебник 1-3 /ЯминьМа. – Joint Publishing (HK) Co Ltd, 2011. – 128 с.
5. Никитина, А. М. Эвфемизмы в речи учителя: польза или вред? / А. М. Никитина. – Рязань: РГУ им. С. А. Есенина, 2015. – С. 137-141.
6. Рукодельникова, М. Б. Преимущество учебных материалов в обучении китайскому языку: проблемы и решения / М. Б. Рукодельникова, Л. С. Холкина, Ли Тао. – М.: Филология, 2020. – С. 133-136.
7. Хазова, М. Е. Сравнительный анализ учебников по китайскому языку, используемых в школах Московской области на начальном этапе обучения / М. Е. Хазова, О. Ю. Галкина. – М.: МГОУ, 2020. – С. 313-320.

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

УДК 81'23, 811.133.1

#### ОБЫДЕННАЯ СЕМАНТИКА БИОНИМА «ВОРОБЕЙ» В РУССКОМ И ТУВИНСКОМ ЯЗЫКАХ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ЭКСПЕРИМЕНТА)

*Нурзет Ц.С-Б.*

АГГПУ «Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет»

[tchimed@vk.com](mailto:tchimed@vk.com)

**Аннотация.** В статье рассматривается обыденная семантика бионима «воробей» в русском и тувинском языках. Основным методом сбора фактологического материала послужил метод лингвистического эксперимента. Была предпринята попытка вывести универсальные и национально-специфические свойства обыденной семантики орнитонима в сопоставительном аспекте. Результаты исследования показывают сходства и различия в лингвокультурном восприятии референта представителями двух культур. Универсальные признаки, выделяемые респондентами, обусловлены во многом перцептивным образом «воробья», а национально-специфические – разностью признаков культурно значимых для представителей обоих лингвокультур и во многом закрепленных в прецедентных феноменах.

**Ключевые слова:** обыденная семантика, бионим, лингвокультура, лингвистический эксперимент, концептуализация.

## THE COMMONPLACE SEMANTICS OF BIONYM «SPARROW» IN THE RUSSIAN AND TUVIN LANGUAGES (BASED ON THE EXPERIMENTAL RESULTS)

*Nurzet T.S-B.*

Kemerovo State University

[tchimed@vk.com](mailto:tchimed@vk.com)

**Annotation.** The article deals with the commonplace semantics of the bionym "sparrow" in the Russian and Tuvин languages. The main method of collecting factual material was the method of linguistic experiment. An attempt was made to deduce the universal and national-specific properties of the commonplace semantics of an ornithonym in a comparative aspect. The results of the study show similarities and differences in the linguocultural perception of the bionym by representatives of the two cultures. The universal properties identified by the respondents are largely due to the perceptual image of the "sparrow", and the national-specific properties are due to the difference in properties that are culturally significant for representatives of both linguistic cultures and largely fixed in precedent phenomena.

**Key words:** commonplace semantics, bionym, linguistic culture, linguistic experiment, conceptualization.

В настоящей работе показаны результаты сопоставления двух лингвокультур путем описания обыденной семантики бионима «воробей» в русском и тувинском языках.

Актуальность исследования состоит в его включенности в проблематику современных парадигм антропоцентрических исследований лингвокультурологии, где существенно значима мысль, что «язык создан по мерке человека» [Бенвенист, 2002, с.15], и данное исследование описывает обыденную семантику через призму носителей языка. Научная новизна работы обусловлена применением экспериментального метода для выявления многослойной семантики бионима, который позволил установить значимость свойств референтов и национально-культурных особенностей участников эксперимента в процессе концептуализации слова.

Поскольку формирование обыденной семантики связано с культурой и социумом, в данной работе важным является понятие концептуализации, которая «формируется не в лаборатории, а в контексте социальной жизни, ибо создание смыслов определяется культурой» [Фрумкина, 2001, с. 62]. По мнению С.Г. Воркачева, языковая концептуализация выступает как совокупность приемов семантического представления плана содержания лексических единиц. [Воркачев, 2002, с. 84]. Единицей концептуализации считается концепт. «Концепт отражает категориальные и ценностные характеристики знаний о фрагментах мира. В структуре концепта отображаются признаки, функционально значимые для соответствующей культуры» [Пименова, 2004, с. 10]. В предпринимаемом исследовании осуществляется попытка выявить признаки свойственные биониму «воробей». В данном исследовании понятие бионим является вербализацией концепта, ее материальным воплощением в языке.

Целью исследования является выявление универсальных и национально-специфических особенностей бионима «воробей» в русской и тувинской лингвокультурах.

**Методы и фактологическая база.** В настоящем исследовании были использованы различные методы в зависимости от этапов исследования. Для сбора материала применялся метод лингвистического эксперимента, для анализа материала – описательный, сопоставительный и количественные методы.

Лингвистический эксперимент состоял из анкеты, в которых использовались вопросы, предложенные авторами лексикографического проекта «Словарь обыденных толкований русских слов» [СОТРС, 2012]». В анкете предложены 6 заданий.

1. Какие ассоциации возникают у вас в сознании при восприятии слова «орел»?
2. Какие значения имеет данное слово?

3. Назовите первые пришедшие на ум фразы, в составе которых есть данное слово.
4. Какие предметы и явления могут быть названы данным словом? (Например, роза – название цветочного магазина).
5. Какие созвучные слова приходят вам на ум, когда вы слышите данное слово? (Например, волк – шёлк, смолк).
6. Как вы считаете, почему так названо явление, обозначенное данным словом?

Задания были направлены на выявление различных уровней обыденной семантики: понятийный, концептный и ассоциативный. На данном этапе исследования дифференциация результатов по шести заданиям не имела принципиального значения.

Эксперимент проводился в очной форме и при помощи Google Forms. Задания предъявлялись на родном языке испытуемых. Русский язык послужил метаязыком исследования, поэтому реакции на тувинском языке переводились на русский. На каждое задание получено разное количество ответов, так как респонденты не были ограничены одним ответом на одно задание.

Ниже приведены количественные данные по шести вопросам, в скобках указано количество отрицательных ответов (количество заданий без ответов).

рус. 1–153 (отрицательные 0), 2–153 (6), 3–93 (7), 4–80 (22), 5 – 117 (15), 6 – 59 (44) (всего 655 реакций, плюс 94 отрицательных).

тув. 1–112 (13), 2–113 (28), 3–51 (55), 4–43 (57), 5 – 48 (55), 6 – 51 (52) (всего 418 реакций, плюс 260 отрицательных).

В эксперименте приняло участие по 100 носителей русского и тувинского языков. Информанты были в основном из ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», АГГПУ «Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет» (Бийск), Кызылский педагогический институт, а также сельские испытуемые из с. Сарыг-Сеп (Тува).

Результаты эксперимента были разделены на универсальные и национально-специфические свойства бионима.

#### **Универсальные свойства бионима «воробей»**

Среди универсальных свойств бионима респонденты выделяют родовой признак **птица**: рус. *птица* 43, *птичка* 9, *птенец* 4 (51), тув. *кушкаш (птичка)* 45, *куш (птица)* 26 (71).

Во внешних и физических характеристиках выделяется много общих свойств референта. **Маленький размер** подчеркивается больше остальных внешних характеристик: рус. *маленький* 33, *маленькая птица* 14, *мальш* 4 (74), тув. *бичии (маленький)* 86, *бичежек (малюсенький)* 4, *хензиг (крохотный)* 2 (94). Кроме того, отмечается **окраска**: рус. *коричневая* 5, *с серо-чёрным оперением* 5, *серый* 3 (20), тув. *бора (серый)* 33, *хүрең (бурый)* 11, *куу (серый)* 4 (54). **Круглая форма** референта упомянута и в русскоязычных анкетах: *маленький попрыгунчик* 2, *маленький шарик, шар* (7), и в тувинских: *борбак (круглый)* 17, *бөмбүк (мяч)*, *хокпагар (съежившийся)* (23). Среди физических характеристик упомянули **скорость, быстроту** «воробья»: рус. *быстрый* 7, *шустрый* 3, *юркий* 3 (19), тув. *шимченгир (юркий)* 2, *дүрген ужар (быстро летает)* (3). Представители обоих лингвокультур выделяют издавание характерного звука, **чириканье**, рус. *чирикает* 8, *чириканье* 3, *пение* (17), тув. *ырлаар (поёт)* 2; *үннер (звуки); чыжырткайныр эдер (издает треск)* (4).

К поведенческим особенностям относят жизнь в **стае** рус. *воробьиная стая* 2, *стая* 2, *стая* (7), тув. *эи өөрү көвей (много друзей)* 2; *көвей (много)*, *чааскаан чорбас (не бывает один)* (7). Среди **птиц** упоминаются рус. *хлеб* 6, *крошки хлеба* 2, *семечки, ловит бабочек и пчёл* (12), тув. *тоорук (семечки)* 2, *курт (червяк)* (4). Респонденты относят «воробья» к **гнездовым птицам** рус. *гнездо* 2, *гнездовая* (6), тув. *уя (гнездо)*, *крыша кырында бора-хөкпешдиң уязы бар (на крыше есть гнездо воробья)* (4). Более того, выделяется характеристика **зимующая птица** рус. *зима* 4, *зимующая птица, зимняя птица* (6), тув. *кыштаар куш (зимующая птица)* 13, *кыш үезинде турар (остаётся зимой)*

(29). По мнению участников эксперимента «воробей» в основном обитает рядом с человеком рус. *город 4, городская птица 3, зачастую живущая в населённых пунктах (16), тув. суур (село) 5; хорай (город) 2; кудумчу (улица) (10).*

Стоит отметить, что мотивационный потенциал семантики, который извлекался из 4 задания (Какие предметы и явления могут быть названы данным словом?) в обоих лингвокультурах является схожим. Причиной переноса наименования может быть маленькая форма референта: рус. *магазин детской одежды 2, короткая куртка, магазин детских игрушек (12), тув. садик ады (название садика) 5, бичии ойнаарактар садыы (магазин детских игрушек), бичии уруглар (маленькие дети) (17).*

### **Национально-специфические свойства бионима «воробей»**

Культурная специфика бионима обнаруживается в основном в прецедентных текстах. В тувинских анкетах «воробей» представлен достаточно скудно. Так в тувинской культуре «воробей» упоминается в песне «Бора-хөкпеш» (автор – Э. Кечил-оол), и тувинские респонденты в ответах ссылались на это произведение, цитируя слова: «*Чыжырткайндыр эдер*» (*производит трещащий звук*), «*Бора-хөкпеш хензиг*» (*крохотный воробей*), «*Чуртун черле кагбас*» (*никогда не покидает свой край*), было всего 3 упоминания из текста песни. Два раза было зафиксировано слово *шүлүк (стих) (2)*, но не было прямых цитат, возможно речь шла о стихотворении Олега Сувакпита «Бора-хөкпештиң ыры» (песня воробья).

В русскоязычных анкетах «воробей» показан «ярче». Много упоминаний фразеологизмов: *слово не воробей, вылетит – не поймает (44), стреляный воробей (3), дядя, достань воробушка, и воробей на кошку чирикает, где просо, там и воробей.* Процесс глобализации и открытость русской культуры позволило ассоциировать «воробья» с персонажем известной серии фильмов «Пираты Карибского моря»: *капитан Джек воробей 15 (33)*. Кроме того, упоминались и цитировались стихи, рассказы, песни: «*Где обедал воробей*» 2 (С. Маршак), *и воробей не живёт без людей, поклевал как воробушек 2* («Смелый воробей»); *воробышки игривые, как детки сиротливые, прижались у окна* (С.А. Есенин – Поэт зима – аукает...), «*Воробьиная манера...*» Григорий Гольдштадт, *а за ней воробушек прыг-прыг-прыг-прыг 2* («Бабочка» – Андрей Миронов).

### **Заключение**

Итак, результаты настоящего исследования отражают тот объем семантического содержания бионима, который находится в обыденном сознании носителей русского и тувинского языков. Были зафиксированы внешние универсальные характеристики «воробья» (маленький размер, круглая форма), физические (скорость, издавание характерного звука) и поведенческие (пища, принадлежность к гнездовым и зимующим птицам) особенности. Выявленные универсалии присущи референту в связи с его объективными особенностями, одинаково воспринимаемыми респондентами обоих лингвокультур.

Национально-специфические свойства бионима ярко выражены в ответах русскоязычных респондентов в сравнении с тувинскими анкетами. Несмотря на наличие прецедентных феноменов в реакциях представителей обеих культур, разнообразней и количественно больше бионим представлен в обыденном сознании русских респондентов, возможно это связано с достаточно скудным лингвокультурным представлением «воробья» в тувинской культуре.

### **Литература и источники**

1. Бенвенист, Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист; пер. с фр. / общ. ред., вступ. ст. и коммент. Ю. С. Степанова. – Изд. 2-е, стереотип. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 448 с.
2. Басалаева, М. Ю. СОТРС – Словарь обыденных толкований русских слов. Лексика природы: в 2 т. – Т.1: А – М (АБРИКОС – МУРАВЕЙ) (478 слов- стимулов) / М.Ю. Басалаева, М.Е. Воробьева, Н.Д. Голев. – Кемерово, 2012. – 536 с.
3. Фрумкина, Р. М. Психоллингвистика / Фрумкина Р.М. – 1-е изд. – Москва: Издательский центр "Академия", 2001. – 320 с.

4. Воркачев, С. Г. Концепт счастья в русском языковом сознании: опыт лингвокультурологического анализа. Краснодар: техн. ун-т Кубан. Гос. ун-та, 2002. – 142 с.

5. Пименова, М. В. Введение в когнитивную лингвистику / М. В. Пименова – 1-е изд. – Кемерово: Кузбассвузиздат, 2004 – 208 с.

*Научный руководитель – д-р филол. наук, доц. (проф.) Рабенко Т.Г., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

**УДК 316.774**

**«ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕДАКТОРА СМИ ПРИ ОСВЕЩЕНИИ КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ РАБОТЫ РЕДАКТОРА НОВОСТНОГО ПОРТАЛА NGS42.RU)»**

***Осинцева Т. С.***

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[bio4-kem@mail.ru](mailto:bio4-kem@mail.ru)

**Аннотация.** В научной работе изучается деятельность редактора новостного портала NGS42.RU при освещении кризисной ситуации. Исследуется содержание термина «кризисная ситуация» в СМИ и особенности его типологии. С опорой на медиаисследования описывается специфика правовой и профессионально-творческой деятельности редактора. Выявляются ключевые моменты, позволяющие редактору полноценно руководить изданием и заниматься его развитием и продвижением. При изучении функциональных обязанностей редактора описываются несколько сфер деятельности редакции, которые охватываются в процессе работы: стратегический, маркетинговый, производственный, финансовый, кадровый, инновационный менеджмент. Определяются этапы работы редактора СМИ в кризисной ситуации.

**Ключевые слова:** редактор СМИ, кризисная ситуация, деятельность редактора, творческий процесс, правовая деятельность.

**THE ACTIVITY OF THE MEDIA EDITOR IN COVERING THE CRISIS SITUATION (BY THE EXAMPLE OF THE WORK OF THE EDITOR OF THE NEWS PORTAL NGS42.RU**

***Osintseva T. S.***

Kemerovo State University

[bio4-kem@mail.ru](mailto:bio4-kem@mail.ru)

**Annotation.** The scientific work examines the activities of the editor of the news portal NGS42.RU when covering a crisis situation. The content of the term "crisis situation" in the media and the features of its typology are investigated. Based on media research, the specifics of the legal and professional-creative activity of the editor are described. The key points that allow the editor to fully manage the publication and engage in its development and promotion are identified. When studying the functional responsibilities of the editor, several areas of editorial activity are described, which are covered by the work process: strategic, marketing, production, financial, personnel, innovation management. The stages of the work of a media editor in a crisis situation are investigated.

**Key words:** media editor, crisis situation, editor's activity, creative process, legal activity.

Индустрия массмедиа обеспечивает движение информационных потоков, являясь социальным институтом. Именно массмедиа способствуют формированию национальной идентичности, позволяя сохранить разнообразие культур, традиций и пр., оказывают влияние на индивидуальное и общественное сознание.

Главный редактор – определяющая фигура отмеченных выше процессов, которая отвечает не только за координацию деятельности и выстраивание системы управления и контроля, но и непосредственно участвует в формировании имиджа издания, его модели, содержательной части. Редактор несет ответственность как за своевременное наполнение контента, так и за душевное и физическое состояние своих подчиненных. Редактор занимается как обработкой текстов, так и контролирует творческий процесс внутри коллектива, — все это мы можем обозначить одним словом – редактирование.

Исследователи выделяют два значения процесса «редактирование»:

1. Руководство СМИ, редакцией, программой (например, руководство телеканалом, где основная особенность – формирование и соблюдение редакционной политики);

2. «Процесс совместной работы редактора с автором над авторским оригиналом», направленный на его совершенствование. Литературное редактирование – часть этого процесса.

Как мы уже отмечали, редактор занимается не только вычиткой текстов, но и организацией работы всего издания. В работе Оксаны Хлопуновой и Аллы Цаканян отмечается, что функциональные обязанности редактора охватывают несколько сфер деятельности редакции [Хлопунова, Цаканян, 2019, с.159–167]:

- стратегию (стратегический менеджмент);
- маркетинг (маркетинговый менеджмент)
- производство (производственный менеджмент);
- финансы (финансовый менеджмент);
- персонал (кадровый менеджмент);
- исследования и разработки (инновационный менеджмент).

Редактор должен следить не только за своевременным обновлением контента, его качественным наполнением, но и контролировать соблюдение законодательной стороны. В данном случае, речь идет как о федеральных законах и кодексах Российской Федерации, так и отдельно о законе от 27.12.1991 №2124-1 «О средствах массовой информации».

Отметим, что если у журналиста возникают сомнения, касаемые правильного соблюдения определенного закона, то он может обратиться к судебной практике и на конкретных примерах рассмотреть свой вопрос.

Работа над организационными моментами, изучение юридически важных для журналиста документов, написание статьи и руководство редакцией, - малая часть того, чем занимается редактор. Большую часть времени он творит, но делает это, используя способности, знания и работоспособность других людей – своих подчиненных.

Важно отметить тот факт, что наличие творческих журналистов, может как помочь редактору в реализации проектов, так и создать ряд проблем. К примеру, редактор как руководитель всегда должен замечать способных, желающих работать и развиваться в своей профессии сотрудников [Хлопунова, 2017, с.101–104].

В работе мы изучаем деятельность редактора СМИ при освещении кризисной ситуации. Вообще, кризис – это крайнее обострение противоречий в социально-экономической системе (организации), угрожающее ее жизнестойкости в окружающей среде [Антикризисное управление предприятием, 2003, с.319–320].

Для начала поясним – в материале речь пойдет о ситуациях, которые в большинстве случаев происходят внезапно, несут человеческие жертвы, тяжело контролируются и имеют непредсказуемые исходы. Публикации, посвященные кризисным ситуациям, мы взяли из новостного портала NGS42.RU, главным редактором которого является Анастасия Ильина.

1). В качестве примеров кризисных ситуаций рассмотрим следующие события (Табл. 1).

Таблица 1

Примеры кризисных ситуаций,  
освещенных в новостном портале NGS42.RU

Авария на шахте им. С. Д. Тихова	Трагедия на шахте «Листвяжная»	Захват заложников в СИЗО №1	Пожары в Тяжинском округе
<p>Ночью 22 января обрушилась порода на шахте им. С.Д. Тихова, в поселке Свердловском Ленинск-Кузнецкого округа. В результате ЧП трое шахтеров погибли, с забоя был эвакуирован 41 человек.</p>	<p>25 ноября на шахте «Листвяжная» произошла крупная авария. В результате взрыва метана погиб 51 человек, в том числе 5 горноспасателей.</p>	<p>В следственном изоляторе № 1 Кемерова вечером, 21 августа, восемь заключенных захватили троих сотрудников учреждения. Злоумышленники требовали, чтобы в их камеру принесли мобильные телефоны, сигареты и наркотические вещества. Рано утром 22 августа заложников удалось освободить, при этом ни они, ни захватившие их люди не пострадали.</p>	<p>В Тяжинском округе Кузбасса днем 7 мая произошли пожары в трех населенных пунктах. К тушению были привлечены пожарные поезда, а также вертолет Ми-8 Росгвардии. Всего за сутки огнем было уничтожено около 145 построек. На пожарах погибло четыре человека, без жилья остались 224 человека, в том числе двое детей.</p>

Далее проанализируем, что входило в обязанности редактора при освещении обозначенных кризисных ситуаций (Табл. 2).

**Функциональные обязанности редактора портала NGS42.RU  
при освещении кризисных ситуаций**

<b>Функциональные обязанности редактора</b>	<b>Кризисные ситуации, освещенные в новостном портале NGS42.RU</b>			
	Авария на шахте им. С. Д. Тихова	Трагедия на шахте «Листвяжная»	Захват заложников в СИЗО №1	Пожары в Тяжинском округе
Стратегия	Оперативное реагирование на изменение ситуаций и перестройка работы редакции для удовлетворения всех потребностей читателей			
Маркетинг	Изучение запросов аудитории, оценка текущей ситуации, отбор тем для материалов, позволяющих аудитории сформировать достоверное представление о происходящем			
Производство	Проведение контент-анализа; проверка достоверности выпускаемого материала; обращение за оперативными комментариями, поясняющими, что происходит на данный момент			
Финансы	Вызов такси для выезда на место ЧП	Вызов такси для выезда на место ЧП	–	–
Персонал	Делегирование и распределение обязанностей между работниками редакции			
Исследования и разработки	Создание контент-плана, в котором прописаны темы для публикаций, где читатели смогли бы найти ответы на интересующие их вопросы, касаемые определенных кризисных ситуаций			

Отметим, что при любых кризисных ситуациях у редактора остаются фиксированные обязанности, которые будут неизменны. Добавим, при освещении приведенных выше кризисных ситуаций в материалах используется нейтральный тон повествования, исключая авторскую оценку.

#### **Литература и источники**

1. Ельсуков, В. П., Каменков, В. С., Конанов, Б. И., Мирониченко, А. И. Антикризисное управление предприятием / В. П. Ельсуков, В. С. Каменков, Б. И. Конанов, А. И. Мирониченко // Учебное издание. Мн.: «Аверсэв», 2003. – 574 с.;
2. Хлопунова, О. В., Цаканян, А. А. Профессиональные компетенции современного редактора: лидер или менеджер / О. В. Хлопунова, А. А. Цаканян // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. – 2019. - №4, том 1. – С. 159–167;
3. Хлопунова, О. В. Профессия главный редактор: взгляд профессионалов / О. В. Хлопунова, С. В. Коробов. — Текст: непосредственный // Филология и лингвистика. — 2017. — № 1 (5). — С. 101-104. — URL: <https://moluch.ru/th/6/archive/45/1762/> (дата обращения: 22.01.2023).

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

## КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ЛЮДЕЙ С ДИАГНОЗОМ ДЕПРЕССИЯ

*Сметанина И. С.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** В современных реалиях такое расстройство, как депрессия, получило обширное распространение среди всех возрастных групп. По данным ВОЗ депрессией страдают около 4% жителей планеты, в России данное расстройство можно встретить фактически у каждого десятого. В данной статье приводятся основные теоретические положения о языковых особенностях людей, которые страдают депрессией, проводится анализ интервью с пациентами психиатрического учреждения, поступившими с диагнозом депрессия. Целью анализа выступает выявление в речи пациентов описанных ранее особенностей и, как следствие, коммуникативных особенностей. Цель статьи – на основе сопоставления речи интервьюируемых выявить закономерно повторяющиеся коммуникативные особенности речи, обусловленные состоянием депрессии.

**Ключевые слова:** психолингвистика, когнитивная лингвистика, образный язык, эмоциональная лексика, депрессия.

## COMMUNICATIVE FEATURES OF PEOPLE DIAGNOSED WITH DEPRESSION

*Smetanina I. S.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** In modern realities, such a disorder has become widespread among all age groups. According to WHO, about 4% of the world's inhabitants suffer from depression, in Russia this disorder can be found in virtually every tenth. This article presents the main theoretical provisions on the linguistic characteristics of people who suffer from depression disorder, analyzes interviews with patients of a psychiatric institution who have been diagnosed with depression, the purpose of the analysis is to identify the previously described features in the speech of patients and, on their basis, highlighting the communicative features. The purpose of the article is to compare the speech of the interviewees and to detect regularly recurring communicative features of speech caused by depression.

**Keywords:** psycholinguistics, cognitive linguistics, figurative language, emotional vocabulary, depression.

Согласно определению из базы знаний psyweb.global, депрессия является психическим расстройством, характеризующимся «депрессивной триадой»: снижением настроения и утратой способности переживать радость (ангедония), нарушениями мышления (негативные суждения, пессимистический взгляд на происходящее и так далее), двигательной заторможенностью [1].

Существует уже немало исследований на тему связи языка и депрессии. Стоит отметить, что такая тема интересна для изучения не только в рамках такой науки, как психология. Связь между расстройством психики и языком изучается как когнитивной и психолингвистикой, так и в целом языкознанием. Преимущественно данные исследования выполнены иностранными учёными, такими как З. Кевечес, Л. МакМаллен, Дж. Конвей и др.

В своём исследовании С. Руд, М. Гортнер и др. экспериментальным путём установили, что в речи лиц, находящихся в состоянии депрессии, являются местоимения первого лица единственного числа [2].

В свою очередь С. Фекете связал эту особенность с заикленностью лиц на себе и с невозможностью дистанцироваться от собственных проблем. Однако в своей работе «Интернет – новый источник данных о самоубийствах, депрессии и тревоге: Предварительное исследование» учёный расширил список языковых маркёров, уточнив, что, помимо личных местоимений, для страдающих депрессией людей характерно частое употребление:

- отрицательно и положительно поляризованных единиц языка;
- уступительных союзов;
- усилительных наречий;
- пояснительных слов;
- эмоциональной лексики;
- терминов семантической безысключительности [3].

З. Кевечес подробнее раскрыл понятие «эмоциональная лексика» в своём исследовании под названием «Метафоры и эмоции». Учёный выделил следующие категории эмоциональной лексики:

- междометия;
- слова, описательно и образно маркирующие эмоцию;
- метафорический язык [4].

Наибольший интерес вызывает последняя категория. Говоря об образном языке, стоит упомянуть работу под названием «Роль метафоры в описании эмоций», в которой Л. Файнсилбер и Э. Ортони демонстрируют связь между метафорой и эмоциональной интенсивностью, делая вывод о том, что человек в депрессии наиболее красочно описывает своё эмоциональное состояние, находясь на пике нервного напряжения, и наоборот. В данном случае метафора служит неким лакмусом, фиксирующим эмоциональный подъём [5].

Рассмотрим на практике работу обозначенных выше положений и на их основе проследим особенности коммуникативного взаимодействия с людьми в депрессии. Материалом для практического исследования являются интервью с людьми, страдающими депрессией, с ютуб-канала «Медфильм».

В первом примере мы видим человека в подавленном эмоциональном состоянии. Это пожилой мужчина по имени Матвей Иосифович. Его речь образна и скудна, метафоричность не проявляется:

**Врач:** *Так, что ещё плохо?*

**Пациент:** *Что плохо? Холодно.*

**Врач:** *Значит в девяносто третьем вы перестали работать. Так, что же вам помешало работать?*

**Пациент:** *Здоровье. Нет здоровья*

На вопросы врача мужчина отвечает односложно, обильно употребляя усилительные наречия и слова семантической безысключительности:

**Врач:** *Ещё что плохо? Холодно, нет аппетита, ещё что?*

**Пациент:** *Вот то, что я не это... Не в состоянии, вот это мне очень плохо.*

**Врач:** *Не в состоянии чего?*

**Пациент:** *Да ничего не могу сделать. Не в состоянии ничего.*

Мужчина заиклен в своих проблемах и испытывает явные проблемы с коммуникацией. Пациент теряет нить высказывания, забывает слова и отзывается о своём состоянии исключительно негативно, даже при наличии аргументированного опровержения на его слова:

**Врач:** *Вот что именно в вашем здоровье мешает вам работать в первую очередь?*

**Пациент:** *Мешает, что сил нет никаких.*

**Врач:** *Вы считаете, что у вас очень выраженная слабость?*

**Пациент:** *Да*

**Врач:** *Ну-ка дайте-ка мне руку, сожмите руку. Сила физическая у вас достаточно хорошая!*

**Пациент:** *Нет, это только так кажется.*

Матвей Иосифович немногословен. Он не настроен на беседу и подавлен, раз за разом повторяя мысль *всё плохо* или *мне плохо*. Мужчина с готовностью называет причины, по которым ему плохо, но тут же замыкается, когда врач вступает с ним в дискуссию.

Второй пример имеет дополнительную особенность – развитие тревожного состояния на фоне депрессии. Пожилая женщина, чьё имя не называется, уже более эмоциональна и многословна, чем мужчина из предыдущего примера, однако метафоричность в её речи так и не проявляется:

*Мои действия, все мои действия какие-то неправильные были. Всё, всё то, что пережито с самого начала, всё. Вся моя жизнь неправильная. Тревога, тоска, вот в груди тоска. Я от тревоги не могу посидеть, я хочу двигаться, двигаться.*

Женщина тоже описывает свои эмоции необразно, одним словом. Её речь сбивчивая, быстрая и тоже характерно заиклена на собственной проблеме. Пациентка использует негативно поляризованное усилительное наречие, раз за разом повторяя его: *«всё неправильно»*. Диалогу с врачом женщина предпочитает монолог, как и в предыдущем примере, рассказывая о своей проблеме.

Третий пример – молодая женщина Нина, её речь заторможена и безэмоциональна. Депрессия вызвана приёмом нейролептиков.

**Врач:** *Нина, как вы себя чувствуете?*

**Пациентка:** *Не хочу ни с кем разговаривать... И никого видеть. Я хочу быть одна.*

**Врач:** *А хотите вы быть здоровыми?*

**Пациентка:** *Не знаю.*

В данном примере мы наблюдаем прямой отказ от коммуникации, замкнутость в себе и нежелание делиться чувствами с доктором. Красноречивым был ответ на заданный доктором вопрос. Обычно на данный вопрос здоровый человек отвечает *«да»*, однако тут, чтобы не продолжать коммуникацию Нина отстранённо ответила *«не знаю»*, оставаясь погружённой в себя.

В четвёртом интервью ситуация схожа с предыдущей – заторможенная речь, отказ от диалога:

**Пациент:** *Плохо мне... Не могу работать, не могу читать, не могу писать... Всё плохо.*

**Врач:** *А почему вы так медленно отвечаете на мой вопрос?*

**Пациент:** *Мне трудно... Думать.*

**Врач:** *Расскажите мне как началась болезнь?*

**Пациент:** *Простите, доктор... Я не могу... Об этом говорить.*

**Врач:** *Почему?*

**Пациент:** *Мне так плохо.*

В данном примере видна закономерность депрессии – человек погружается в своё состояние настолько, что может говорить только о нём, о себе, о своих проблемах и трудностях. При этом выражается пациент односложно, используя слова *плохо*, *тяжело*, *трудно*. Часто в подобных диалогах встречаются конструкции *не хочу*, *не могу* и т.п.

Итак, рассмотрев несколько примеров коммуникативного взаимодействия с людьми, находящимися в состоянии депрессии, можно сделать несколько выводов:

1) Разные виды проявления депрессии содержат в себе одинаковые особенности коммуникации, такие как: нежелание пациента вести диалог, сбивчивая речь

с отсутствием логики в построении предложений, заикленность на теме своей проблемы, погружённость в себя.

2) Наиболее частотным является односложное выражение своих эмоций, зачастую с помощью усилительных наречий или эмоциональной лексики, такой как слова, описательно и необразно маркирующие эмоцию.

3) Коммуникативное взаимодействие с людьми, у которых наблюдается расстройство - депрессия, протекающее в тяжёлой форме, является или крайне затруднительным или невозможным совершенно. Пациенты с депрессией неохотно вступают в диалог или не вступают в него вовсе, абстрагируясь от вопросов.

### Литература и источники

1. База знаний Psyweb.global [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psyweb.global/database/knowledge/article-620-depressiya>.
2. Rude, S.S. Use of Depressed and Depression-Vulnerable College Students / S.S. Rude, E.M. Gortner, J.W. Pennebaker. Cognition and Emotion. - 2004. - №18. - P. 1121-33.
3. Fekete, S. The Internet - A New Source of Data on Suicide, Depression and Anxiety: A Preliminary Study / S. Fekete. Archives of Suicide Research. - 2002. - № 6(4). - P. 351-61.
4. Kövecses, Z. Metaphor and Emotion / Z. Kövecses. - Cambridge : Cambridge University Press, 2000. - 244 p.
5. Ortony, A. The Role of Metaphors in Descriptions of Emotions / A. Ortony, L. Fainsilber. Proceedings of the 1987 workshop on Theoretical issues in natural language processing Association for Computational Linguistics, Las Cruces. - New Mexico, 1987. - P. 181-184.

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

**УДК 811.161.1'38**

## **РАЗНОАСПЕКТНОЕ ОПИСАНИЕ РЕЧЕВОГО КОНФЛИКТА (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВ Г.КЕМЕРОВО)**

*Старчикова А. В.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[Nastya160215@gmail.com](mailto:Nastya160215@gmail.com)

**Аннотация.** Статья посвящена разноаспектному описанию речевого конфликта. Актуальность исследования обусловлена вниманием современной лингвистики к проявлению конфликтности на разных уровнях. Целью данной работы является структурно-семантический и лингвопрагматический анализ конфликтного текста. Эмпирической базой работы являются интернет-сообщества г.Кемерово. Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что структурно-семантические и лингвопрагматические признаки являются маркерами конфликтного текста. Проведённый анализ позволил выделить доминирующие конфликтные темы, которые затрагиваются при обсуждении вопросов, связанных с городом Кемерово.

**Ключевые слова:** конфликт, речевой конфликт, конфликтное речевое поведение, структурно-семантический анализ и лингвопрагматический анализ конфликтности

**MULTI-ASPECT DESCRIPTION OF THE SPEECH CONFLICT  
(BASED ON THE MATERIAL OF THE INTERNET COMMUNITIES OF  
G.KEMEROVO)**

*Starchikova A.V.*

Kemerovo State University

[Nastya160215@gmail.com](mailto:Nastya160215@gmail.com)

**Annotation.** The article is devoted to the multi-aspect description of the speech conflict. The relevance of the study is due to the attention of modern linguistics to the manifestation of conflict at different levels. The purpose of this work is a structural-semantic and linguopragmatic analysis of the conflict text. The empirical basis of the work is the Internet communities of Kemerovo. The hypothesis of the study is the assumption that structural-semantic and linguistic-pragmatic signs are markers of a conflict text. The analysis made it possible to identify the dominant conflict topics that are touched upon when discussing issues related to the city of Kemerovo.

**Keywords:** conflict, speech conflict, conflict speech behavior, structural-semantic analysis and linguopragmatic analysis of conflict

Речевой конфликт представляет собой воплощение противостояния коммуникантов в коммуникативном событии, обусловленном психическими, социальными и этическими факторами, экстраполяция которых происходит в речевой ткани диалога. Систематизация разнообразных факторов позволяет описать речевой конфликт многогранно и ширококонтекстно [Третьякова, 2013, с. 278].

В современной лингвистике выделяются разные типы конфликтных текстов. В данной работе мы рассматриваем конфликт с точки зрения структурно-семантического аспекта описания и с точки зрения лингвопрагматического аспекта.

*Структурно-семантический аспект* описания конфликтных текстов - анализ конфликтного текста с учётом его содержательной и формальной (собственно языковой) специфики. В свою очередь *лингвопрагматический аспект* описания конфликтного текста – аспект изучения конфликтного текста в отношении к человеку, который его использует.

Проведённый анализ позволил выделить шесть блоков конфликтных тем, которые затрагиваются в сообществах города Кемерово.

### 1. Деньги.

В *лингвопрагматическом аспекте* подобные вопросы отражают прежде всего намерение подчеркнуть несправедливость информации, которая представлена в сообществах. Достигается подобный процесс с помощью определённого набора прагматических средств, например

- ✓ провокации: *Анна, все потому что вы едите капусту и вас она вполне устраивает.*
- ✓ апеллирование к цифрам: *«Ну правильно кто то 10 000 руб получает, а кто то 1 000 000)средняя получается 🤔🤔🤔 не писали бы и не позорились!!!!люди получают 20,30 т.руб)но не 74»; «Главное цифры радуют Москву, а что на самом деле всем там насрать 😏».*

В *структурно-семантическом аспекте* мы видим использование риторических вопросов, которые позволяют комментатору отобразить свою точку зрения, например: *«Откуда они эти цифры берут не пойму с другого измерения штоли».*

### 2. Спорт.

В *лингвопрагматическом аспекте* вопросы, связанные со спортом, тесно перекликаются с темой денег. Негативная реакция связана с суммой, которая выделяется на спорт и спортивные игры, например: *«Денег много х\*ли 🤔»;* *«Смысл, это публиковать? Что измениться? Или нас должна охватить гордость, что вместо русских букв мы*

видим, английские? Ну, алмазы, топазы, бриллианты, сапфиры, золото, серебро, на этой табличке, или как её назвать. Вот реально, пофиг уже на все это. Это просто шоу, за огромные деньги, вот и все.»

В структурно-семантическом аспекте на конфликтность текста указывают такие лексические маркеры, как бранные слова и просторечия: «Денег много х\*ли 🤔»; «Дураков в России на 100 лет припасено».

### 3. Экология.

Вопросы, связанные с экологией, всегда вызывает негативную реакцию среди участников местных сообществ. Комментаторы винят во всем администрацию Кемеровской области. В лингвопрагматическом аспекте это очень часто достигается с помощью провокаций: «сами это выбрали 19 сентября», «Вячеслав, пошёл н\*\*\*й , говна кусок из администрации», «Вячеслав, иди на волгоградскую)) тебе там помогут)), «кукарекалку захлопни, петя».

В структурно-семантическом аспекте лексическими маркерами конфликтного текста являются бранные слова и жаргонизмы: «пошёл н\*\*\*й , говна кусок из администрации»; «да никто их не выбирал, глаза уже открой, и х\*\*\*ю не пиши»; «урка)) что ли ? петя токо ты тут в сети с дивана 🤔🤔 иди вари борщ своему мужу 😏».

### 4. Культура.

Вопросы, связанные с культурно-массовыми мероприятиями и культурой в целом, вызывают исключительно негативную реакцию среди жителей Кузбасса. В лингвопрагматическом аспекте это достигается с помощью риторических вопросов: «Может лучше построить современный Детский дом!? Или профильную больницу по онкологии!? Или социальное жильё!? Или предприятие реального сектора!? Да ну, бред какой-то! Этому городу нужен музей, за много миллиардов!»

В структурно-семантическом аспекте на конфликтность указывают лексические маркеры конфликтного текста:

- ✓ просторечные и грубо-просторечные единицы: «Они явно ошиблись, тут в основном быдловатость чувствуется»; «Культура так и прет, из всех щелей; достаточно по улице пройтись, услышать те обрывки фраз, что матами кишат, и это ведь нормально? Культура в Кемерово реально нереальна...»; «ж\*\*у в лапти обувают»;
- ✓ бранные слова: «мат это тоже часть культуры) Так что не выё...ся, ёпта»); «Московская площадь есть, маринский театр будет, только еще вот такой ху\*\*и для счастья Кемеровчанам не хватает!!! У нас в театры и музеи одни школьники ходят и то, по тому, что заставили.. Кому вот эта шляпа Джексона Воробья нужна!?».

18.

### 5. Нравственность.

Вопросы, связанные с морально-нравственными установками, влекут за собой огромное количество комментариев. Часто есть две противоположные точки зрения, которые обуславливают конфликтную ситуацию.

В лингвопрагматическом аспекте на конфликтность текста указывает провокация: «У вас ребёнок просто истеричка ,и таких истеричных детей бестолку успокаивать, пока сам не прокричится»; «не смешите пожалуйста, первый год дети все режут и очень сильно, Я тоже в саду работаю, и на руках их носишь и что только не делаешь лишь бы успокоить ребёнка».

В структурно-семантическом аспекте используются просторечные и грубо-просторечные единицы, бранные слова: «никто аборт не запрещал! Не хочешь плодиться, либо не снашайся, либо стерилизуйся, перевязывай трубы! Куча способов! Куча контрацепции различной! Давайте винить государство, за то, что безмозглые бабы

*сношаются бездумно, не могут сделать аборт бесплатный, да, они есть, и просто убивают детей. Такие истории как ножом по сердцу людям, которые не могут иметь ребенка, которые лечатся всю жизнь, которые могут дать ребенку все в жизни не могут, а эти беременеют как кошки, и потом убивают своих детей! Не нужно защищать ее! Это сделано намерено!!!!».*

Проведенный лингвистический анализ иллюстрирует разноаспектный характер описания конфликтного речевого поведения журналиста.

#### **Литература и источники**

1. Кишина, Е. В. Основы лингвоконфликтологии: учебное пособие/ Е.В. Кишина. - Кемерово: Кемеровский гос. ун-т, 2017. – 150с.

2. Третьякова, В. С. Конфликт как феномен языка и речи / В. С. Третьякова // Известия УрГУ. – 2003. – №27. – С. 143- 152

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

**УДК 81'38**

### **РЕПЕРТУАР ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ЖАНРОВ В ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ УЧИТЕЛЯ И УЧЕНИКА**

*Чардынцева А. Д.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

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

**Аннотация.** Данное исследование направлено на подробное и систематическое описание жанрового репертуара в онлайн-коммуникации учителя и ученика. В работе изучается жанровое наполнение онлайн-коммуникации учителя и ученика. В ходе изучения были выделены и проанализированы этикетные, оценочные, информативные и императивные жанры. Было установлено, что во всех вышперечисленных жанрах обнаруживаются важные для онлайн-коммуникации особенности, например, сокращение дистанции между учителем и учениками, широкое использование информативных жанров (79,8% от всего собранного материала), а также сдвиг педагогической коммуникации в полуофициальную сферу общения. Предложенная статья будет полезна студентам филологического направления и практикующим педагогам.

**Ключевые слова:** жанроведение, педагогическая коммуникация, онлайн-коммуникация, компьютерно-опосредованная коммуникация, педагогика.

### **REPertoire OF PEDAGOGICAL GENRES IN ONLINE-COMMUNICATIONS OF THE TEACHER AND THE DISCIPLE**

*Chardyntseva A. D.*

Kemerovo State University

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

**Annotation.** The given research is directed to the detailed and regular description of genre repertoire to online-communications of the teacher and a disciple. In work genre filling online-communications of the teacher and a disciple is studied. During studying estimated, etiquette, informative and imperative genres have been allocated and analyzed. It has been established, that in all set forth above genres detect important for online-communications of feature, for example, reduction of a distance between the teacher and disciples, wide use of informative genres (79,8 % from all collected material), as well as shift of the pedagogical

communications in semi-official area of dialogue. Offered article will be useful to students of a philological direction and practicing teachers.

**Key words:** genre theory, the pedagogical communications, online-communications, the computer-mediated communications, pedagogy.

Появление интернета как общедоступного источника данных повлияло на многие сферы жизнедеятельности: изменился подход к получению информации, а глобализация привела к появлению новых сфер общения (чаты, СМС, мессенджеры), которые в современной лингвистике были обозначены как компьютерно-опосредованная коммуникация [Голошубина, 2015, с. 208]. Появление такого инструмента общения коренным образом изменило не только неофициальный характер коммуникации, но и повлияло на официальную и полуофициальную коммуникацию.

Мы исходим из положения о том, что каждая языковая личность проявляет себя в наборе жанровых форм, а интернет-коммуникация позволяет расширять инструментарий жанра. Следовательно, для нашего исследования наиболее актуальной становится точка зрения Л. Ю. Щипициной, так как она определяет компьютерно-опосредованную коммуникацию как «типовую модель речевого действия, опосредованного компьютером и специальными сетями и реализуемого с помощью устойчивого типа текста» [Щипицина, 2009, с. 172]. Такой подход позволяет учитывать не только относительную устойчивость типов высказывания, о которой говорил ещё М. М. Бахтин [Бахтин, 1979, с. 250-254], но и особый опосредованный характер такого высказывания.

Таким образом, учитывая все вышеперечисленные факторы, в контексте данной работы мы предлагаем понимать педагогическую онлайн-коммуникацию как построенную на использовании устойчивых типов текста компьютерно-опосредованную коммуникацию учителя и ученика, целью которой является приём, передача и переработка разного рода информации.

Для проведения данного исследования методом направленной выборки из личной переписки учителя и учеников было собрано 89 диалогических единства (ДЕ). Сбор материала осуществлялся в двух мессенджерах: с 01.09.2021 по 28.02.2022 г. использовался WhatsApp, а с 01.03.2022 по 20.10.2022 г. – Telegram.

Описывая жанровый репертуар учителя и ученика, мы использовали многоступенчатую классификацию, учитывающую жанровый характер реплик-стимулов и реплик-реакций, типовую интенцию, специфику композиции, стилевые и языковые особенности, а также жанровое описание образа учителя и ученика.

При классификации жанра мы опираемся на работы Т. В. Шмелёвой, в которых описаны этикетные, оценочные, информативные и императивные жанры [Шмелёва, 1997, с. 91]. Под этикетными (перформативными) жанрами понимаются высказывания, направленные на осуществление особого события, поступка в социальной сфере, предусмотренного этикетом данного социума (например, извинение, благодарность и т.д.). Оценочные речевые жанры направлены на изменение самочувствия участников общения, путём соотнесения их поступков, качеств и других манифестаций с принятой в данном обществе шкалой ценностей. Информативные жанры подразумевают различные операции с информацией: ее предъявление или запрос, подтверждение или опровержение. Императивные жанры направлены на осуществление / неосуществление событий, необходимых, желательных для кого-то из участников общения.

### **Информативные жанры (сообщение, вопрос)**

Информативные жанры отличаются своей лаконичностью и простотой. Этот факт можно объяснять целями и задачами коммуникации такого типа. Адресанту необходимо доставить информацию до адресата максимально понятно, избегая при этом лексической избыточности или недостаточности. Ядром высказывания в таком случае становится сообщение о времени, месте и других значимых деталях события. При этом использование этикетных форм сводится к минимуму и ограничивается только

приветствием без выраженного обращения. Синтаксическое строение жанра также характеризуются простотой: коммуниканты предпочитают использовать односоставные предложения. Всего было собрано 23 ДЕ данного типа.

Информативный жанр вопроса отличается от сообщения тем, что связан с уточнением частично известной говорящему информации, также именно в жанре вопроса частотно употребление этикетных формул. Всего было собрано 48 ДЕ данного типа. Популярность данного жанра в педагогической онлайн-коммуникации обуславливается его функцией: как и в живом общении, учитель является носителем информации, необходимой учащимся.

### **Императивные жанры (просьба)**

Языковое воплощение жанра просьбы тесно связано с применением маркёров, характерных для императивных жанров (архисемы «побуждение», выраженные глаголами в повелительном наклонении, указание на цель просьбы, частотное употребление лексемы «пожалуйста»). Можно также сказать, что особенностью такого устойчивого типа высказывания становится номинация говорящим жанра и активное использование иллокутивных глаголов.

Всего было собрано 11 ДЕ данного типа (в том числе 5 просьб, выраженных в форме вопроса).

### **Оценочные жанры (жалоба)**

На языковом уровне отличительными чертами жанра становятся глагольные формы смысловой группы социальной деятельности (глаголы поступка и поведения: «оскорблять», «посмеиваться»). Происходит синтаксическое усложнение высказывания: говорящий использует однородные сказуемые, сложноподчинённые предложения, обстоятельства места и времени, подчёркивается повествовательный характер высказывания. Всего было собрано 2 ДЕ данного типа.

Интересно, что наименование жанра заменяется описательными конструкциями «сейчас будет так себе новость» и «это как-то плохо», которые позволяют скрыть истинную авторскую интенцию. В таком случае адресант, осознавая нежелательность использования данного РЖ в подростковом коллективе, надевает на жанр жалобы маску, превращая его в информативный жанр.

### **Этикетные жанры (извинение, поздравление)**

Основным языковым маркёром данного жанра становится иллокутивный глагол «извините», указывающий на цель говорения и условия осуществления речевого действия. Также важным лексическим компонентом становится лексема «пожалуйста», указывающая на фатический характер высказывания. Синтаксической особенностью данного жанра становится использование сложноподчинённых предложений с придаточными изъяснительными и обстоятельственными.

Можно отметить, что основными иллокутивными глаголами становятся формы глаголов «извинить» и «простить» в повелительном наклонении. Реплика-реакция в каждом варианте обладает контактной функцией и носит этикетный характер. Реплика-стимул имеет смешанный характер, так как содержит в себе элементы информативного жанра, а также репрезентативной интенции (см.: «сейчас отправила»). В каждом случае инициатором коммуникации становится ученик.

Всего было собрано 2 ДЕ данного типа.

Жанр поздравления на лексическом уровне маркирует глагол первого лица единственного числа «поздравляю». Также для данного жанра в педагогической онлайн-коммуникации характерна экспрессивно-оценочная лексика, выраженная прилагательными «крутая», «офигенная». С синтаксической точки зрения важно отметить, что для данного жанра характерны односоставные определённо-личные предложения. Обязательным элементом ДЕ такого типа будет являться благодарность со стороны собеседника, выраженная лексемой «спасибо».

Примечательно, что в педагогической онлайн-коммуникации поздравление теряет один из основных признаков – пожелание. Этот обязательный элемент композиции утрачивается в двух из трёх случаев.

Всего было собрано 3 ДЕ данного типа.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что репертуар педагогических жанров в онлайн-коммуникации учителя и ученика многообразен. Данная работа является попыткой систематизации и описания жанрового репертуара в онлайн-коммуникации учителя и ученика. Опираясь на проведенное исследование, мы установили, что самыми популярными жанрами в личной переписке педагога и обучающихся становятся информативные жанры (71 ДЕ). Это обусловлено тем, что основной целью педагогической коммуникации является прежде всего передача информации, из-за чего фатические жанры уходят на второй план. Также стоит отметить сокращение дистанции между педагогом и обучающимися: исчезают обращения, приветствия, номинация жанра. Данная тенденция может свидетельствовать о новом витке развития педагогической коммуникации и о её переходе в полуофициальную сферу. Перспективой данного исследования видится возможность сравнительного анализа речевого репертуара личных сообщений и чатов в педагогической коммуникации учителя и учеников.

#### **Литература и источники**

1. Бахтин, М. М. Проблемы речевых жанров / М. М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – С. 237-280.
2. Голошубина, О. К. Модель речевого жанра «разговор в мессенджере» / О. К. Голошубина // Омский научный вестник. Серия «Общество. История. Современность». – 2014. – № 5 (132). – С. 101-104.
3. Черняков, А. Н. Реализация педагогического дискурса в Интернет / А. Н. Черняков, Р. А. Дунаев // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В. Г. Шухова. – 2014. – № 4. – С. 226-228.
4. Шмелёва, Т. В. Модель речевого жанра. Жанры речи / Т. В. Шмелёва. – Саратов, 1997. – С. 88-98.
5. Шипицина, Л. Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации: монография / Л. Ю. Шипицина. – Архангельск: Поморский университет, 2009. – 238 с.

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

**УДК 745/749**

### **ЭЛЕКТИВНЫЙ КУРС ПО РУССКОЙ КАЛЛИГРАФИИ В ВУЗЕ**

*Щербакова Н. Г.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[sherbakova-ng@mail.ru](mailto:sherbakova-ng@mail.ru)

**Аннотация.** Данное исследование посвящено разработке элективного курса «Письменная культура» в аспекте синтеза направлений – лингвокультурологического, нравственно-духовного. Вопросы и проблемы обучения письму были и остаются актуальными в обществе, в том числе в образовательном пространстве вуза. Этим определяется актуальность данного исследования. В данной работе представлен анализ основных направлений по изучению русской каллиграфии, определяется аксиологическая составляющая данного курса для студентов вуза.

**Ключевые слова:** русская каллиграфия, письменная культура, национальные традиции, славянские языки, языковая личность.

## ELECTIVE COURSE ON RUSSIAN CALLIGRAPHY AT THE UNIVERSITY

*Shcherbakova N.G.*

Kemerovo State University

[sherbakova-ng@mail.ru](mailto:sherbakova-ng@mail.ru)

**Annotation.** This study is devoted to the development of the elective course "Written culture" in the aspect of the synthesis of directions – linguistic, cultural, moral and spiritual. Questions and problems of teaching writing have been and remain relevant in society, including in the educational space of the university. This determines the relevance of this study. This paper presents an analysis of the main directions for the study of Russian calligraphy, defines the axiological component of this course for university students.

**Key words:** Russian calligraphy, written culture, national traditions, Slavic languages, linguistic personality.

### *Каллиграфическая письменная практика в современном обществе.*

Вопросы и проблемы обучения письму не потеряли своей актуальности в новое время. На данный момент написано большое количество работ и пособий, изучающих тему становления письменной культуры, происхождении языка и алфавита. Историю письменности и историю русского письма рассматривали: В.А Истрин, Р. А., Щерба, Е. Э. Иванова, С. В. Друговейко-Должанская. Исследования по исторической палеографии описывают: В.Н. Щепкин, Л. П. Жуковская, Н. В. Киприянова, В.В. Шевцов. Обучение каллиграфии и правописанию: С.П. Руссков, Н.Н. Боголюбов, П. П. Чобитько.

Данное исследование посвящено созданию курса «Письменная культура» для студентов вуза в рамках работы Центра славянских языков и культур, в аспекте синтеза направлений в части лингвокультурологического и нравственно-духовного освещения вопроса.

История изучения соотношения письменности и культуры насчитывает тысячелетия. Характер изучения соотношения письменности и лингвокультурологического аспекта зависит от многих факторов, в том числе и от таких как духовная и материальная культура общества. Вопросом соотношения письменности и культуры исследуют многие специалисты гуманитарных направлений: лингвисты, социологи, этнографы, философы, литературоведы.

Современная каллиграфическая практика - это многоликое явление, отражающее противоречивые явления в глобальном мире и культурного развития личности и общества, имеющее длительный путь развития. Каллиграфия является способом духовного внимания и сосредоточенности, как противовес размыванию границ личности в современных глобализационных процессах. Искусство красивого письма выступает как деятельность, дающая возможность переключиться с постоянно меняющийся проблем и задач в информационном пространстве на последовательное изучение структурных элементов письма. Каллиграфия показывает соотношение логических форм мышления с письменными формами их выражения.

В настоящее время активизировался научный интерес к письменной культуре, она рассматривается в самых разных аспектах:

1. Дидактическом;
2. как логопедический опыт;
3. в контексте комплексного изучения памятников русского письма;
4. в лингводидактике по РКИ;
5. в лингвокультурологическом аспекте;

б. в историко-культурном.

«Занятия каллиграфией требуют немалых внутренних усилий, но плоды их бесценны, как для тела, так и для души. В процессе занятий каллиграфией рука приобретает способность к выполнению любой тончайшей работы, а глаз становится чувствительным к деталям и нюансам настолько, что способен, как хороший критик, проконтролировать этот процесс и вовремя заметить ошибку. Через преодоление лени души и косности движения мысли активизируется наблюдательность, умение сосредоточиться и последовательно логически мыслить, что, в свою очередь, помогает развитию творческого мышления и воображения. Через мир каллиграфии каждый человек сможет открыть для себя различные горизонты, как внешнего окружающего мира, так и своего внутреннего».<sup>13</sup>

Несмотря на всю важность навыков письма, в современном обществе, где очень высокий потенциал электронной коммуникации наблюдается критический предел «пренебрежения письмом». В современном обществе уровень культуры письма может служить для человека одним из важных показателей его личностного развития. С одной стороны, общество осознает значимость письменных навыков личности, с другой стороны на фоне огромного разнообразия электронной коммуникации, печатной культуры наблюдается кризис культуры письма, который длится уже не одно десятилетие.

Глобализационные процессы, трансформация стандартов образования и внимание к сохранению разнообразия культур, языков и общечеловеческих ценностей изменяет место письменной культуры в мире, дополняя это понятие новым содержанием.

### ***Письменная культура личности.***

Письменная культура и феномен письма относится к фундаментальным достижениям человечества. Письмо является базовым компонентом воспитания и образования, формирующим и развивающим личность.

Письмо незаменимо для развития человеческого потенциала – повышения уровня культуры и образованности личности. Практические занятия по навыкам письма дают знания и представления о своей культуре, осознание своей принадлежности к ней и выступают способом культурной идентификации личности. Процессы формирования и созидания культурной идентичности личности осуществляется на протяжении всей его жизни. Поэтому каллиграфические навыки - это постоянная работа над собой, направленная на формирование собственной целостности и индивидуальности.

Развитие письменной культуры студента предполагает позитивные изменения ее компонентов:

- ценностно-ориентационного,
- действенно-практического,
- когнитивного,
- творческого.

Ценностный компонент письменной культуры студента представляет собой систему ценностных ориентиров, на основе которых осуществляются и определяются навыки письма, которые выступают как способ удовлетворения познавательных, коммуникативных, художественно-эстетических потребностей.

Действенно-практический компонент представлен навыками тренировки по постановке руки, подведение ее к правильному письму. Обеспечит заинтересованность ручным письмом и даст базовые представления о том, от чего зависит красивое письмо, при каких условиях оно появляется и что для этого необходимо делать.

---

<sup>13</sup> П. П. Чобитько, К. Дьячков. Каллиграфия - искусство, открывающее тайны души / Тест: электронный / Портал Слово. 28 декабря 2009 г.// – URL: <https://pravoslavie.ru/38008.html> (дата обращения: 12.02.2023 г.)

Когнитивный компонент включает знание, помогающее преодолевать негативное влияние электронной коммуникации от техники для нормального развития человеческой психики: ослабление внимания, снижение интеллектуальной восприимчивости, мозаичность индивидуальной памяти и т.п.

Творческий компонент письменной культуры студента отражается в разнообразии и содержательности форм представления результатов письма, выраженности в них индивидуальности автора (образности, эмоциональности, оригинальности).

Для человека очень ценно, то что он делает своими руками, каллиграфия позволяет по-другому посмотреть на текст, более глубоко осознать смысл слов, которые написаны. Сейчас в основном применяется набор на клавиатуре, который не требует выполнения вдумчивых последовательных движений, а выполняется автоматически с большой скоростью. Письмо от руки требует усилий, что способствует более активной работе головного мозга. Рукописный текст развивает мелкую моторику рук, воображение, пространственное мышление, формирует навык самостоятельного творчества. В каллиграфии мы задумываемся над каждой буквой, над каждым движением. Каллиграфия – это разнообразное и сложное социальное явление, имеющее коммуникативную и когнитивную функции.

Письменная культура личности включает следующие элементы:

Ценностное отношение к письму как способу развития индивидуальных качеств личности, проявляющееся в наличии непосредственного интереса к письму;

Развитие чувства сопричастности с духовными проявлениями письменной культуры и личной ответственности;

Систему знаний о сущности письма в контексте развития телекоммуникационных и информационных технологий;

Опыт творчества по преобразованию, восприятию, интерпретации и применению письменной культуры в личных и профессиональных целях.

***Теоретические основы для создания элективного курса по письменной культуре.***

Элективный курс по письменной культуре будет способствовать повышению уровня культуры письма среди молодежи, как важнейшего фактора сохранения и развития интеллектуального потенциала и культурного богатства страны.

Для того чтобы поддержать интерес к письму у молодежи очень важно создавать образовательные программы с практическим применением навыков письма, раскрывать историю письменности и создания алфавитов для это необходимы усилия специалистов из разных сфер деятельности. Без письменности немислима полноценная интеграция личности в многослойную и многонациональную российскую культуру, понимаемую как весь комплекс духовных, материальных, интеллектуальных и эмоциональных черт, систем мировоззрения, ценностей, норм, традиций, характеризующих современное российское общество. Письмо служит мощным механизмом поддержания и приумножения богатства родного языка.

История письменности — это длинная хронологическая история, отражающая представления языка в текстовом виде, развивающихся в рамках различных типов письма и систем. История письменности показывает становление и развитие письма, описывает различные способы и формы письменности в тот или иной исторический период времени.

Письменность является частью мировой цивилизационной культуры, каждая нация столетиями совершенствовала методы и возможности фиксации и передачи информации средствами письменной культуры, отбирая самое рациональное, выразительное и доступное. Письменность позволяет пронести информацию через время, пространство и расстояние, формируя при этом связи с настоящим и будущим. Через памятники письменной культуры мы получаем информацию из прошлого, применяем ее в настоящем и передаем в будущее.

Каллиграфия прошла большой исторический путь, через нее транслируется культурные ценности исторических традиций и тесно связана с палеографией.

Палеография (греч. palaios – «древний» и grapho – «пишу») – вспомогательная историческая дисциплина, изучающая внешние признаки рукописных источников и связанных с ними графику букв, художественные украшения, материал для письма.<sup>14</sup>

Каллиграфия выступает важнейшим способом освоения письменной культуры, мирового наследия и истории знаний о письме, выступает механизмом формирования культурной идентичности. Письменную компетентность можно рассматривать как совокупность умений, знаний и навыков, обеспечивающих возможность без затруднений пользоваться преимуществами письменной культуры, то есть эффективным образом организовывать, выбирать, анализировать и использовать имеющиеся в ее рамках источники, относящиеся к сложившимся стилям, жанрам, формам, с использованием как традиционных, так и новых форматах работы в письменных практиках.

Приобщенность к письменной культуре включает знание и понимание: истории и мирового наследия письменной культуры; языков и стилей письменной культуры; письменных направлений и их авторов; феномена письменной культуры и ее роли в развитии человеческих обществ; видов и типов письменных инструментов; мест, значений, роли ее основных институтов (образовательные учреждения, издательства, библиотеки, архивы, музеи каллиграфии, центры научной информации и т. д.).

Элективный курс по письменной культуре акцентирует внимание студентов на современной письменной практике, знакомит с ключевыми навыками письма с позиций современных подходов к их изучению.

Прикладным аспектом каллиграфических занятий является понимание письма, как средства концентрированного осмысления коллективного опыта. Каллиграфия показывает проявление, отражение и фиксацию культуры письма того или иного народа, закономерности отображения письменных стилей в ценностно-смысловых категориях культуры.

Каллиграфия дает возможность проявлять индивидуальные, личностные качества, развивает когнитивные функции, внимание, аккуратность. Постоянные занятия каллиграфией благоприятно влияют на деятельность человеческого мозга, психику. Сегодня она востребована в качестве социальной и коммуникационной практики. Каллиграфия имеет междисциплинарный характер и затрагивает множество сфер деятельности человека.

#### ***Актуальность элективного курса.***

Модернизация Российского образования ввела новый вид дифференциации обучения – элективные курсы. Элективный курс (от лат. electus – избирательный) – это обязательный курс по выбору обучающегося.

Элективный курс является актуальным компонентом реализации профильного обучения в образовательных учреждениях.

Элективные учебные курсы – обязательные для посещения курсы по выбору обучающихся, входящие в состав профиля обучения.

Цель курса – ознакомить студентов с письменной культурой с точки зрения понимания особенностей национальной и общечеловеческой культуры, духовно-нравственных и культурологических основ жизни человека. Помочь студентам в процессе самообразования и саморазвития овладеть основами каллиграфических навыков, раскрыть методы работы каллиграфическими инструментами. Элективный курс по письменной культуре может быть полезен всем, кто интересуется вопросами изучения и обучения основам письма.

---

<sup>14</sup> Шевцов В.В., Санников А.П. Вспомогательные исторические дисциплины: хронология, палеография : учебно-методическое пособие / под общ. ред. В.В. Шевцова. – Томск: Издательский Дом ТГУ, 2018. – 4с.

Русская письменная традиция является неотъемлемой частью культурного наследия нашего народа, она способна создать диалог представителей различных поколений на основе верности исторических и духовных традиций.

Каллиграфическое письмо предполагает единство, соответствие, взаимообусловленность элементов, подчинение их общей закономерности, то есть в каллиграфии пишущий осознанно стремится к соблюдению строгого стилистического единства. При этом очевидно, что для исполнения такого письма обязательным является высокий профессиональный уровень овладения письменными (письменно-двигательными) навыками.<sup>15</sup>

Сегодня начать самостоятельно заниматься каллиграфией сложно, потому что у человека нет грамотных навыков по постановке руки, знаний и умений владением инструментов для письма. На первых этапах обучения необходим постоянный контроль и коррекция преподавателя в вопросах положения руки, тела, при использовании инструментов для письма, при выполнении графических упражнений и элементов.

Изучение учебного курса предполагает проведение практических групповых занятий. Выполнение специальных упражнений, предназначенных для развития плавности движений руки в процессе письма. Изучение первичных основ каллиграфического навыка, азов письма с использованием кисти и пера. Выполнение ряда упражнений по формированию навыка правильного, четкого графического письма.

#### Литература и источники

1. Аганина, Н. С., Третьякова, М. С. Каллиграфическая «Икона» ГохоХибино: К проблеме понимания японского культурного кода // Международный журнал исследований культуры. 2019. № 2 (35). С. 147-158.
2. Вершинина, Т. С., Гузикова, М. О., Кочева, О. Л. Этнолингвокультурология: учебное пособие / М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал, федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал, ун-та, 2014. - 80 с.
3. Губанова, М. И., Гайдук, В. И. Обучение каллиграфии на уроках русского языка // Вестник научных конференций. 2016. № 7-2 (11). С. 38-40.
4. Конакова, А. Д., Цыпкин Д. О. «Азбуки Фряские» в истории русской каллиграфии (к постановке проблемы) // Древняя Русь. Вопросы медиевистики. 2015. № 3 (61). С. 54-55.
5. Мещерина, Е. Г. Древнерусская книжность: духовное и художественное // Вестник МГУП имени Ивана Федорова. 2012. № 10. С. 8-25.
6. Полухина, Я. П., Тумакова, Е. В. Русский язык: с практикумом по русскому правописанию и каллиграфии. Учебное пособие. Тюмень, 2013.
7. Руссков, С. П. Учимся писать красиво: Учебно-методическое пособие для студентов факультета начального обучения и филологов. // Чебоксары: Чувашгоспедуниверситет им. И.Я. Яковлева, 2005. – 175 с.
8. Чобитько, П. П., Дьячков, К. Каллиграфия - искусство, открывающее тайны души / Тест: электронный / Портал Слово. 28 декабря 2009 г.// – URL: <https://pravoslavie.ru/38008.html> (дата обращения: 12.02.2023 г.)
9. Шевцов, В. В., Санников, А. П. Вспомогательные исторические дисциплины: хронология, палеография : учебно-методическое пособие / под общ. ред. В.В. Шевцова. – Томск : Издательский Дом ТГУ, 2018. – 4 с.

---

<sup>15</sup>Янкина Д.А. Использование каллиграфии и логопедического опыта на уроках русского языка в общеобразовательной школе // Chronos: психология и педагогика. 2019. № 2 (19). С. 23-24

10. Янкина, Д. А. Использование каллиграфии и логопедического опыта на уроках русского языка в общеобразовательной школе // Chronos: психология и педагогика. 2019. № 2 (19). С. 23-24.

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

**УДК 811.161.1'42**

**ДИСКУРСИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ОТРАЖЕНИЯ И КОНСТРУИРОВАНИЯ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИОБРАЗА ЕВРОПЕЙСКОГО ЛИДЕРА В РОССИЙСКИХ СМИ**

*Юрьева Е. Е.*

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»

[ur.lee@mail.ru](mailto:ur.lee@mail.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена особенностям формирования медиаобраза европейского лидера в российских массмедиа, в частности, рассматриваются две ведущие дискурсивные стратегии (стратегия отражения и стратегия конструирования) и устанавливается их роль в создании медиаобразов Эмманюэля Макрона и Владимира Зеленского. Демонстрируется, что стратегия отражения используется СМИ преимущественно для освещения биографии политиков, а стратегия конструирования – для выражения негативных оценок их деятельности, обусловленных отсутствием необходимого профессионального опыта и принятием необдуманных и опасных политических решений. В результате делается вывод о существенном сходстве как анализируемых дискурсивных стратегий, так и создаваемых при их помощи медиаобразов двух европейских лидеров.

**Ключевые слова:** политическая лингвистика, медийный дискурс, медиаобраз, дискурсивные стратегии, отражение, конструирование, Владимир Зеленский, Эмманюэль Макрон.

**DISCURSIVE STRATEGIES OF REFLECTION AND CONSTRUCTION AS A WAY TO FORM THE MEDIA IMAGE OF EUROPEAN LEADER IN RUSSIAN MASS MEDIA**

*Yurieva E.E.*

Kemerovo State University

[ur.lee@mail.ru](mailto:ur.lee@mail.ru)

**Annotation.** The article is devoted to the features of the formation of the media image of a European leader in the Russian mass media, in particular, two leading discursive strategies (the strategy of reflection and the strategy of construction) are considered and their role in creating the media images of Emmanuel Macron and Vladimir Zelenskyi is established. It is shown that the reflection strategy is used by the media mainly to cover the biography of politicians, and the construction strategy is used to express negative assessments of their activities, due to the lack of the necessary professional experience and the adoption of rash and dangerous political decisions. As a result, a conclusion is made about the significant similarity of both the analyzed discursive strategies and the media images of the two European leaders created with their help.

**Keywords:** political linguistics, media discourse, media image, discursive strategies, reflection, construction, Vladimir Zelensky, Emmanuel Macron.

Современные СМИ являются одним из самых влиятельных социальных институтов общества и мощным инструментом воздействия на сознание человека. От того, насколько умело они используют свои возможности, зависит многое: какой будет информация о политике, как будут интерпретированы факты его биографии, какое представление о нем будет транслироваться в массы. Средства массовой информации выработали широкий набор дискурсивных стратегий, используемых для конструирования медиобразов политиков мирового, федерального и регионального уровней, при этом для каждого политика существует свой набор подобных стратегий, во многом зависящих от редакционной политики издания.

Цель предлагаемой статьи – анализ дискурсивных стратегий, используемых российскими СМИ для формирования медиобразов европейских политиков, в частности, президента Франции Эмманюэля Макрона и президента Украины Владимира Зеленского на начальном этапе их политической карьеры.

Выбор данных политических фигур обусловлен несколькими значительными причинами: во-первых, это два молодых политика (на момент баллотирования на пост президента Эмманюэлю Макрону было 40 лет, а Владимиру Зеленскому – 41 год), что достаточно нетипично для должности подобного уровня; во-вторых, их деятельность до вступления в должность никак не была связана с политикой, то есть оба лидера являются «политическими новичками»; в-третьих, в их победу на выборах никто не верил, но благодаря активной работе предвыборных штабов они не только успешно прошли первый тур, но и одержали итоговую победу.

Проведенный анализ показал, что в процессе формирования медиаобразов молодых европейских лидеров, неожиданно одержавших победу на президентских выборах, российские СМИ используют дискурсивные стратегии отражения и конструирования.

**Стратегия отражения** «предполагает подачу «фактической, объективной информации» и в таком случае можно говорить об «истинных пропозиций о данном мире» [Карпухина, Кузнецова, 2020; Плотникова, 2015; Федосеева, 2016].

К данной стратегии журналисты обращаются достаточно часто как в медиатекстах, посвященных Э. Макрону, так и в медиатекстах, посвященных В. Зеленскому. По причине того, что большая часть электората не верила в возможность баллотирования кандидатов на реальный пост президента, СМИ привлекает факт, что в конечном итоге каждый из них реализовал себя как глава государства. В отношении Эммануэля Макрона это проявляется через такие заголовки: **Как Макрон стал президентом Франции** (Яндекс Дзен, 13.06.2018); **Эммануэль Макрон: пять причин, почему он выиграл** (Asia-Plus, 8.05.2017). При этом в каждой из статей освещаются с разной степенью детализированности отдельные элементы биографии политика. Предполагаем, что журналисты пытаются найти логичный ответ на вопрос: «Почему представитель экономической части страны решился баллотироваться на пост президента?».

Такой же принцип прослеживается и в заголовках после избрания на пост В. Зеленского: **Как Зеленский стал президентом Украины?** (Правда-TV.ru, 06.12.2019); **Как Владимир Зеленский президентом становился. Вся хронология событий** (Metepedia, 21.05.2019); **Биография Владимира Зеленского** (Комсомольская Правда, 22.04.2019). Похожий принцип реализуется и в текстах статей: описывается род

деятельности до политической жизни, описание партии и конкурентов, инаугурация и т.п.

При этом в статьях нередко фигурируют физические характеристики президента, например, молодость и низкий рост. Стоит отметить и тот факт, что большинство статей заканчивается ме-мами, связанным и с политическими действиями (дебаты, роспуск государственной думы, связь с другими политиками современности).

Следующая ступень развития образа в медийном пространстве осуществляется через создание и использование образов-концептов, связанных с прошлым политика. Важно, что медиаобраз политиков формируется с опорой на их биографию. И он должен дать возможность воспринимающему субъекту представить себе обстоятельства жизни объекта до начала политической реальности.

Так происходит после выборов на пост президента Франции: *Эмманюэль Макрон: биография, личность, медийный образ* (Перспективы, 25.09.2017); *Кем является вступивший в должность президента Франции Эммануэль Макрон* (Metro, 08.05.2022). При этом стоит отметить, что интерес к его личности не изменяется со временем, о чем свидетельствуют постоянно появляющиеся публикации: *Кто такой Эммануэль Макрон?* (Аргументы и факты, 03.05.2017); *Самый молодой президент Франции Эммануэль Макрон. Кто он?* (ЯндексДзен, 20.11.2019); *История самого молодого президента Франции* (21.12.2022).

В отношении главы Франции также острым и обсуждаемым вопросом становится его личная жизнь: *Женат на своей учительнице и был ассистентом философа. 7 фактов о Макроне. Самому молодому президенту в истории Франции исполняется 45 лет* (РБК, 21.12.2022); *Эммануэль и Бриджит Макрон: «Она помогла мне стать тем, кем я являюсь»* (Культурология. рф, 13.05.2021).

При описании фактов биографии Владимира Зеленского журналистов мало интересует его взаимоотношения с супругой и их общее прошлое. Однако при апелляции к прошлому президента Украины наблюдается значительное количество риторических вопросов: *Биография Владимира Зеленского* (ТАСС, 22.04.2019); *Кто такой Владимир Зеленский?* (Правда-TV.ru, 22.04.2019); *Зеленский сегодня: что нужно знать о президенте Украины Владимире Зеленском?* (Всем!ру, 21.05.2021).

Как завершающий этап анализа биографии личности можно выделить следующий вопрос, которым СМИ задаются в отношении обоих лидеров: *Почему именно Зеленский стал президентом Украины?* (Украина.ру, 22.01.2022) и *Как Макрону удалось стать самым молодым президентом Франции?* (Открытый Омск, 02.03.2020). В данном случае журналисты находятся в роли недоумевающих исследователей, которые хотят понять истинные причины избрания на пост главы государства.

При обращении внимания на лексику, используемую в рамках стратегии отражения, можно отметить несколько особенностей – это отсутствие эмоциональности и оценочности при интерпретации фактов действительности. Приверженность к фактам, их анализ направлены на получение информации.

Кроме акцента на достоверный материал журналисты в большей степени используют творчески переработанные данные, применяя тем самым *стратегию конструирования*, которая в свою очередь может быть реализована с помощью различных подстратегий, например, гиперболизации, прогнозирование, оценивание и др. [см. подробнее Данкова; Кондратьева, Шаполова 2022]. Её использование обусловлено «формированием определенного образа с целью навязать свое мнение или видение ситуации [Карпухина, 2020]. Стратегия конструирования, как и любая другая стратегия, может использоваться для формирования как положительного, так и отрицательного медиаобразов политиков.

В отношении рассматриваемых политиков из конструирующих подстратегий наиболее активно в отношении обоих европейских лидеров российскими СМИ используется оценочная стратегия. Идентифицировать её возможно по особой оценочной лексике и оценочным конструкциям, которые используются при создании публикаций. Акцент делается на эмоциональных средствах воздействия, что активизирует внимание реципиентов и способствует более быстрому запоминанию и распространению информации.

В частности, при конструировании медиаобразов Э. Макрона и В. Зеленского российские СМИ регулярно используют лексемы, оценивающие интеллектуальный уровень новоиспеченных европейских лидеров – *идиот*, *дурак* и т.п.: *Статус "идиот": Макрон ускорил гибель Европейского союза* (Яндекс.Дзен, 03.12.2022); *«Выставил себя дураком»: французы осудили Макрона из-за Путина* (Рамблер, 07.07.2022); *Макрон — полезный идиот Кремля* (Иносми, 08.11.2019); *То есть так: один Зеленский в этой ситуации – дурак дураком, что ему и с профессиональной точки зрения подходит* (РусскаяВесна, 2020).

Также активно используются лексемы, оценивающие степень политической самостоятельности новых президентов европейских стран, например, лексемы *марионетка*, *кукла* и т.п.: *Кто такой Эммануэль Макрон: кукла Ротшильда, психопати мистер Никто* (Комсомольская Правда, 04.05.2017); *Выполняя роль марионетки в руках США, Зеленский попал в идиотское положение* (Беларусь Сегодня, 2021); *Зеленский – кукла в чужих руках* (Украина.ру, 2021); *Зеленский – кукла Коломойского?* (Газета.ру, 2021); Подобные негативные оценки во многом обусловлены возрастом политиков и их неопытностью в политической сфере, а также принимаемыми ими неумелыми политическими решениями.

Для создания медиаобразов европейских президентов российские СМИ используют также апелляции к прецедентным текстам и персонажам, наиболее востребованным при этом, оказывается образ Наполеона Бонапарта.

Соотнесение Э. Макрона с знаменитым французским императором XIX века весьма логично, учитывая его национальность, и вполне прозрачно: *"Маленький Наполеон": британцы возмутились предложениями Макрона Путину* (РИА-новости, 10.02.2022); *Наполеоновские планы — станет ли Макрон центральной фигурой в Европе?* (Яндекс.Дзен, 7.12.2022); *Макрон—новый Наполеон?* (Военное обозрение; 07.07.2019).

Этот образ настолько укрепился за Эммануэлем Макроном, что не только журналисты, но и политики используют его: *Захарова напомнила Макрону об останках Наполеона* (НТВ, 19.02.2023); *Макрону припомнили провал Наполеона после его слов об Украине* (РИА Новости, 20.08.2022); *Макрону стоит помнить о судьбе Наполеона, прежде чем что-то говорить в адрес Москвы* (ЯндексДзен, 21.02.2023).

Президент Украины связан с историей Франции через своё актёрское прошлое. В 2012 году он снялся в фильме «Ржевский против Наполеона» в образе французского императора, поэтому формирование медиаобраза В. Зеленского через отсылку к этой исторической фигуре логично: *Сбывается спустя десять лет: фильм Зеленского о Наполеоне оказался пророческим* (ФАН, 07.07.2021); *В Германии сравнили Зеленского с "маленьким Наполеоном"* (РИАНовости, 02.11.2021); *Странный и непредсказуемый: Оскар Кучера сравнил Зеленского с Наполеоном* (5-ТВ, 02.11.2021).

В проанализированных примерах отсылки к образу Наполеона позволяют российским СМИ подчеркнуть политические амбиции новых европейских лидеров, а также указать на возможный печальный финал их политической карьеры в случае реализации необдуманных политических проектов.

Проанализированный материал позволяет отметить значительное сходство в дискурсивных стратегиях, используемых российскими СМИ для создания ярких и

выразительных медиаобразов новоизбранных европейских лидеров. Стратегия отражения используется преимущественно для предоставления информации биографического характера, стратегия конструирования – для выражения негативных оценок их деятельности, обусловленных отсутствием необходимого профессионального опыта и принятием необдуманных и опасных политических решений. Таким образом, медиаобразы президентов Франции и Украины сформированы и продолжают оформляться в негативном ключе.

#### Литература и источники

1. Данкова, Н. С. Стратегии репрезентации судебной власти в жанрах печатных СМИ: автореф. канд. филол. наук: 10.02.19.– Сартов, 2018. –23 с.
2. Карпухина, Т. П. Дискурсивные стратегии отражения и конструирования в масс-медийной репрезентации предвыборных дебатов в американском политическом дискурсе / Т.П. Карпухина// Гуманитарный научный вестник.– 2020. – №3 – С. 158-169.
3. Кондратьева, О. Н. Дискурсивные стратегии конструирования медиаобраза адвоката в российских СМИ (на примере Эльмана Пашаева) / О. Н. Кондратьева, Д. Д. Шаполова // Вестник Челябинского государственного университета. 2022. – №9(467). – С.98-105.
4. Плотникова, С. Н. Дискурсивное конструирование как теоретическое понятие // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2014. №5(90). С.41-46.
5. Федосеева, Е. В. Когнитивные механизмы дискурсивного конструирования действительности в медиадискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Красноярск, 2016. 26с.
6. Цурикова, Л. В. Дискурсивные стратегии как объект когнитивно-прагматического анализа коммуникативной деятельности // Вопросы когнитивной лингвистики. 2007.– №4. –С. 98-108.

*Научный руководитель – доктор филол. наук, доцент, профессор кафедры русского языка и литературы Кондратьева О.Н., ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»*

*Научное издание*

**ФИЛОЛОГИЯ, ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ И  
МЕДИАКОММУНИКАЦИИ**

материалы симпозиума XVIII (L) Международной научной конференции  
студентов, аспирантов и молодых ученых  
«Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей»,  
приуроченной к 50-летию Кемеровского государственного университета  
Выпуск 24

*Сборник научных статей*

16 +

Материалы печатаются в авторской редакции

Технический редактор Давыдова Т. А.

Подписано к использованию \_\_\_\_\_ . Заказ № \_\_\_\_ .

Объем 3,9 Мб.

КемГУ, 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6.