

SciPress.ru



Научно-издательский центр
ОТКРЫТОЕ ЗНАНИЕ
РИНЦ УДК ББК ГОСТ ISBN ISSN DOI SCOPUS COPYRIGHT

**Международный
научно-практический журнал**

**ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ
АСПЕКТ**

№01 (105) 2024

ISSN 2412-8953



<https://scipress.ru/philology/>

УДК 8

ББК 80/83

Ф 51

Филологический аспект: международный научно-практический журнал. Нижний Новгород: Научно-издательский центр «Открытое знание», 2024. №01 (105). 233 с.



В международный научно-практический журнал «Филологический аспект» включены статьи по всем направлениям филологической науки научных сотрудников России и зарубежных стран. Журнал предназначен для научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все статьи, включенные в сборник, прошли рецензирование и представлены в авторской редакции. Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов.

Информация об опубликованных статьях предоставлена в систему Российского индекса научного цитирования – РИНЦ по договору № 358-05/2015.

Электронная версия номера находится в свободном доступе на сайте журнала <http://scipress.ru/philology/>

Данный сборник распространяется по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 Всемирная (CC BY 4.0)



УДК 8

ББК 80/83

© Научно-издательский центр
«Открытое знание», 2024

© Коллектив авторов, 2024

Главный редактор:

Плесканюк Татьяна Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иноязычной профессиональной коммуникации, Нижегородский государственный педагогический университет имени К. Минина, г. Н.Новгород, РФ.

Редакционный совет:

Александрова Ирина Викторовна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русской и зарубежной литературы, Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, г. Симферополь, Республика Крым, РФ

Акимова Эльвира Николаевна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, Москва, РФ

Грачёв Михаил Александрович – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой русской филологии и общего языкознания, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, заведующий Лабораторией социопсихолингвистических исследований, член Гильдии лингвистов-экспертов по информационным и документационным спорам, г. Н. Новгород, РФ

Костецкий Виктор Валентинович – доктор философских наук, профессор кафедры общественных и гуманитарных наук, Санкт-Петербургская государственная консерватория им Н.А. Римского-Корсакова, г. Санкт-Петербург, РФ

Кудряшов Игорь Васильевич – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и литературы, Арзамасский филиал Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского, г. Арзамас, РФ

Мирзоева Лейла Юрьевна – доктор филологических наук, профессор кафедры языкового образования, университет им. Сулеймана Демиреля, г. Алматы, Республика Казахстан

Нагорный Игорь Анатольевич – доктор филологических наук, профессор, Институт иностранных языков Цзилиньского университета, г. Чанчунь, Китай

Николаенко Сергей Владимирович – доктор педагогических наук, доцент, декан филологического факультета, Витебский государственный университет имени П.М.Машерова, г. Витебс, Республика Беларусь

Пацюкова Ольга Алексеевна – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и культуры речи, Нижегородский государственный педагогический университет имени К. Минина, г. Н.Новгород, РФ

Радбиль Тимур Беньюминович – доктор филологических наук, заведующий кафедрой теоретической и прикладной лингвистики, профессор, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, профессор кафедры прикладной лингвистики и межкультурной коммуникации НИУ ВШЭ, г. Н.Новгород, РФ

Сметанина Ольга Михайловна – доктор культурологии, кандидат психологических наук, доцент, профессор кафедры иностранных языков и профессионального лингвообразования Нижегородского института управления, филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Н.Новгород, РФ

Соснин Алексей Владимирович – доктор филологических наук, доцент, профессор департамента литературы и межкультурной коммуникации, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Н.Новгород, РФ

Редакционная коллегия:

Андреева Людмила Анатольевна – кандидат филологических наук, доцент, Гуманитарный институт североведения, Югорский государственный университет, г. Ханты-Мансийск, РФ

Аймагамбетова Малика Муратовна – кандидат филологических наук, заведующий кафедрой иностранной филологии и переводческого дела, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, г. Алматы, Республика Казахстан

Безруков Андрей Николаевич – кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии, Башкирский государственный университет, Бирский филиал, г. Бирск Республика Башкортостан, РФ

Белова Екатерина Евгеньевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики иностранных языков и лингводидактики, Нижегородский государственный педагогический университет имени К. Минина, г. Н. Новгород, РФ

Воронцова Татьяна Юрьевна – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой восточных и европейских языков, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, г. Н. Новгород, РФ

Воропаев Николай Николаевич – кандидат филологических наук, научный сотрудник, отдел языков Восточной и Юго-Восточной Азии, Институт языкознания РАН, г. Москва, РФ

Дехтярева Елена Витальевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры украинской филологии факультета славянской филологии и журналистики Таврическая академия, Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Республика Крым, РФ

Жампейсова Жанар Муратбековна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, регионоведения и переводческого дела, Казахская головная архитектурно-строительная академия, г. Алматы, Казахстан

Коптелова Ирина Евгеньевна – кандидат философских наук, заведующий кафедрой английского языка факультета международных отношений и международного права, Дипломатическая академия МИД России, г. Москва, РФ

Маркова Татьяна Дамировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры стилистики русского языка и культуры речи, Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, г. Н. Новгород, РФ

Новоградская-Морская Нинель Антоновна – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков, Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики, г. Донецк, ДНР

Овчинникова Ольга Алексеевна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин, Брянский филиал РАНХиГС, г. Брянск, РФ

Пепеляева Софья Валерьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры культурологии ФАиД, Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, г. Н. Новгород, РФ

Петрова Инна Михайловна – доктор филологических наук, доцент, доцент кафедры языкознания и переводоведения, Московский городской педагогический университет, Институт иностранных языков, г. Москва, РФ

Резунова Мария Владимировна – доцент, кандидат филологических наук, заведующий кафедрой социально-гуманитарных дисциплин, Брянский филиал РАНХиГС, г. Брянск, РФ

Сегал Наталья Александровна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского, славянского и общего языкознания, Крымский Федеральный университет им. В. И. Вернадского, г. Симферополь, Республика Крым, РФ

Сергиенко Елена Евгеньевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики французского, испанского и итальянского языков, Нижегородский государственный лингвистический университет им Н.А. Добролюбова, г. Н. Новгород, РФ

Солодовникова Татьяна Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры романских языков факультета международных отношений, Белорусский государственный университет, г. Минск, Республика Беларусь

Твердохлеб Ольга Геннадьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры языкознания и методики преподавания русского языка, Оренбургский государственный педагогический университет, г. Оренбург, РФ

Трофимова Елена Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии, Донецкий национальный университет, г. Донецк, ДНР

Чиронов Сергей Владимирович – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой японского, корейского, индонезийского и монгольского языков, Московский государственный институт международных отношений МИД России, г. Москва, РФ

Шашкова Валентина Николаевна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных и русского языков, Орловский юридический институт МВД России имени В.В. Лукьянова, г. Орел, РФ

Щербина Сергей Юрьевич – кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и межкультурной коммуникации, Педагогический институт Тихоокеанского Государственного университета, г. Хабаровск, РФ

***Материалы печатаются с оригиналов, поданных в оргкомитет,
ответственность за достоверность информации несут авторы статей***

ОГЛАВЛЕНИЕ

Русский язык	7
Арсакаева Х.С., Сосаева А.К. Лексико-грамматические разряды слов русского языка со словообразовательным гнездом <i>ПРОТИВО-</i>	7
Епифанова В.В. Изучение лексики в рамках семантических полей на занятиях РКИ: от смысла к форме	12
Немиров В.Ю. Лингвокультурологические параметры научных терминов.....	21
Чжоу Л. Словообразовательные типы сложных существительных в русском языке.....	26
Шеремета Е.И., Сущность понятия «неологизм» и его интерпретация современными исследователями	36
Ширпал Е. Н. Проблема сравнения в художественном тексте.....	42
Славянские языки	51
Мочалова Т.С. Некоторые особенности словообразования и словоупотребления польских феминитивов	51
Германские языки	58
Александрова Т.А. Лингвокультурологический потенциал аббревиатур в юридическом дискурсе (на материале английского языка).....	58
Амахина С.Р. Лингвистические особенности перевода технического текста на английском языке	63
Богавиев Т. Р. Англоязычные газетные заголовки и их перевод на русский язык ..	71
Бурдюг В. С. Понятие слогана как составляющей англоязычной рекламы	76
Васина Е.С. Лексические особенности разговорного английского языка на материале современного песенного дискурса.....	81
Гафурова В.А. Исследование лексико-семантического пространства лексемы "Rumour" на основе англоязычных электронных словарей	86
Кузнецова Ю.Г. Изучение и интерпретация древнегерманских письменных источников с точки зрения их языковых и культурных особенностей	92
Ширпал Е. Н. Моделирование семантических связей в сравнительных структурах	97
Ширпал Е. Н. Особенности стилистического приема сравнения в научно-популярных текстах.....	106
Романские языки	114
Данилова В.Д. К вопросу истории перевода романа М.А. Шолохова «Тихий Дон» на французский язык. Появление романа во Франции.	114
Теория языка	119
Автаева М.И. Лексика блогосферы: эволюция языка социальных медиа	119

Бижитуева М.П. Эффективность основных способов перевода реалий в произведении Ф.М Достоевского «Братья Карамазовы»	124
Коротков П.А. Особенности перевода газетно-журнальных текстов	129
Титов И.Е. Стратегия уклонения в американском политическом интервью (на материале интервью President Joe Biden: The 2023 60 Minutes interview).....	143
Шашкова В.Н. Специфика номинативных средств, используемых для описания криминалистической экспертизы в случаях дорожно-транспортных происшествий (на материале английского языка)	147
Юсупова Ю.В., Рябова М.Э. Экомаркетинг в зарубежной и отечественной лингвистике.....	153
Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание	162
Марченко Ю.М. Языковая ситуация и развитие языковых отношений в Бельгии в историческом ракурсе	162
Мурсалимов К.А. Правовой статус ирландского языка и языковое планирование в Ирландии.....	171
Черникова Е.О. Лингвистическое модерирование имиджа в транспортно-логистическом дискурсе: на примере русско-, англо- и немецкоязычных рекламных текстов	181
Прикладная и математическая лингвистика	191
Рябухин В.И., Зарубин А.М., Новоселецкий Д.В., Невзоров Н.Ю., Дьяконов Н.С. Значение пунктуации для современных носителей русского языка (на материале переписки пользователей сети интернет).....	191
Литература народов стран зарубежья	198
Никанорова Е.И., Шепелева А.А. Особенности символики в рассказе Кэтрин Мэнсфилд «The singing lesson» («Урок пения»)	198
Журналистика	209
Бобров Д. В., Буга В. В. Цифровая трансформация печатных СМИ в медиа (на примере ИД «Комсомольская правда»).....	209
Лингвокультурология	226
Стерхов А.А. Язык социальных сетей как средство визуализации молодёжной культуры школьников	226

РУССКИЙ ЯЗЫК

УДК 811.161.1

Арсакаева Х.С., Сосаева А.К. Лексико-грамматические разряды слов русского языка со словообразовательным гнездом *противо-*

Арсакаева Хапта Салтмуратовна

старший преподаватель кафедры русского языка ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова» г.Грозный
nurselin7@mail.ru

Сосаева Амина Куйириевна

студентка 4 курса филологического факультета ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова» г.Грозный
nurselin7@mail.ru

Lexical and grammatical categories of words of the Russian language with a word-formation nest opposite

Arsakaeva Hapta Saltmuratovna

Senior Lecturer at the Russian Language Department of the Kadyrov Chechen State University in Grozny

Sosaeva Amina Kuyirievna

4th year student of the Philological Faculty of the Chechen State University named after A.A. Kadyrov, Grozny

Аннотация. В статье проводится анализ лексико-грамматических разрядов слов с словообразовательным гнездом *противо-*. Отмечается, что гнездо анализируемой структуры в русском языке состоит из нескольких членов, которые могут относиться к разным частям речи. Такие слова употребляются чаще всего для обозначения контраста, различия, антитезы. В определенный период времени ряд слов с таким дериватом служили как философские термины. В начале XIX в. складывается полностью словообразовательное гнездо слова в значении различия. На современном этапе картина немного изменилась, так как отдельные лексические дублеты, а также словообразовательные варианты прилагательного и существительного утрачиваются, а среди оставшихся в языке слов рассматриваемой структуры происходит определенный семантический сдвиг.

Ключевые слова: русский язык, словообразовательное гнездо, лексико-грамматические разряды, дериваты, отвлеченное существительное, прилагательные, глагольные основы.

Abstract. The article analyzes the lexical and grammatical categories of words with a word-formation nest opposite. It is noted that the nest of the analyzed structure in the Russian language consists of several members, which may relate to different parts of speech. Such words are used most often to denote contrast, difference, antithesis. At a certain period of time, a number of words with such a derivative served as philosophical terms. At the beginning of the 19th century, a completely word-formation nest of the word in the meaning of difference was formed. At the present stage, the picture has changed

slightly, since individual lexical doublets, as well as word-formation variants of the adjective and noun, are being lost, and a certain semantic shift is taking place among the words remaining in the language of the structure under consideration.

Keywords: Russian language, word-formation nest, lexico-grammatical categories, derivatives, abstract noun, adjectives, verb bases.

Введение

Актуальность работы обусловлена тем, что анализируемая тема недостаточно исследована в русском языке. В работе приводятся данные, связанные с словообразовательным гнездом *противо-*. Проводится классификация его лексико-грамматических разрядов.

Основной целью является анализ лексико-грамматических разрядов слов с словообразовательным гнездом *противо-*.

Новизна работы заключается в том, что данный вопрос в русском языке мало исследован. В практике изучения русского языка рассматриваемая тема имеет важное значение в искоренении ошибок в правописании данных слов.

В работе использованы **методы:** описательный и компонентного анализа.

Основная часть

Проблемы функционирования данной категории становились объектом изучения исследователей. В лингвистических трудах В.В. Виноградова, С.Д. Кацнельсона, В.Г. Адмони, И.Г. Добродумова и других касаются обсуждения данной проблемы. Работа опирается на

Однако более глубокий анализ проводится в монографии М.С. Миловановой. В ней утверждается, что «сформулирован принцип и описаны способы систематизации противительных средств». [1, с.2].

Словообразовательное гнездо (СГ) представляет собой комплексную единицу словообразования, самую крупную и сложную среди объединений однокоренных слов [3].

Гнездо рассматриваемой структуры в русском языке состоит из нескольких членов, которые относятся к разным частям речи: *противоположение, противоположенный, противопоставать, противоположный, противоположно, противоположность, противопоставать*. (Словарь словообразовательных аффиксов современного русского языка).

Приведенные слова используются в значении сопоставления, поскольку предметы и явления сравниваются с целью обнаружения разницы или сходства,

различия, противоположности, расхождения. Ряд из них относится к калькам из греческого языка.

Мысль о противопоставлении наилучшим образом выражает слово против, ставшее своеобразным маркером лексической противительности в современном русском языке [2].

Элемент *противо-* словаря называют частью сложения, то есть относят его к корневым, а не префиксальным морфемам. (Толковый словарь русского языка).

В словообразовательном словаре В.В. Лопатина, И. С. Улуханова дается следующее определение «противоположность чему-л., направленность против чего-л., в ответ на что-л.». (Словарь словообразовательных аффиксов современного русского языка).

Противо- является препозитивной частью сложений. Этим оно схоже с приставками. Он более многозначен, употребляется в словах со значением предмета и признака. В редких случаях используется в словах со значением действия.

Прилагательное *противоположный* является собственнорусским суффиксальным дериватом от глагола противополжить. Как известно, *-н-* был наиболее общим словообразовательным суффиксом прилагательных, а к началу 19 века данный суффикс стал очень продуктивен в образовании прилагательных от глагольных и глагольно-именных основ.

От прилагательного образовалось также отвлеченное существительное *противоположность*, получившее фиксацию в словарях. Оно сразу проникает в научно-философские, публицистические труды, его используют для обозначения отношений действительности. Довольно часто его используют русские писатели А.Н. Радищев, И.А. Крылов, Н.М. Карамзин и другие. Фразовые примеры:

Трудно становится исполнение должности человека и гражданина, ибо нередко они находятся в совершенной противоположности. (А.Н. Радищев «Путешествие из Петербурга в Москву»).

Видя бедственное ослепление в человеке, унижительные противоположности, открывающиеся в его свойствах. (И.А. Крылов «Почта духов»).

Там огромность и гадость, здесь простота с удивительною чистотою; там роскошь и бедность в вечной противоположности, здесь единообразие общего достатка. (Н.М. Карамзин «Письма русского путешественника»).

В современной речевой коммуникации также встречаются прилагательные и существительные с компонентом *противо-*:

В лечении болезни отца использовались и противодиабетические препараты. Нельзя агитировать людей на противозаконные действия и массовые беспорядки. В его показаниях отмечается противоречивость.

Собственнорусское суффиксальное образование от прилагательного *противоположный*, существительное *противоположность* могло служить эквивалентом греческого, французского, латинского, семантически очень близких. Смысловая соотносительность с иноязычными словами наложила отпечаток на семантику русского существительного, которое использовалось не только для обозначения контраста, различия, но и в значении антитезы.

Для современного русского языка такое словоупотребление данного существительного *противоположность* не характерно, в риторике, литературоведении в наше время чаще используется, как правило, *антитеза*. В современном русском языке слово *противоположность* служит для обозначения резкого контраста, различия.

Используется он и как философский термин. Специализация его как термина относится к началу XIX в., когда в России стали распространяться философские взгляды Ф.В. Шеллинга, И. Канта и других. В сочетании со словами отвлеченного содержания существительное *противоположность* приобретает характер указания на качественную относительность и взаимосвязанность явлений. Использует данное слово в примерах, характеризующих философские системы.

Позднее, на базе существительного *противоположность* с предлогом «в» возникает составной предлог *в противоположность*, также получивший лексикографическую фиксацию.

Предлог *в противоположность* вытеснил бытующий до этого времени другой предлог *в противность*.

В русском языке употребляются и другие существительные *противоположник*, *противоположница*, которые отразили словообразовательную активность суффикса *-ник* и передававшие значения слов *противник*, *соперник*, *антагонист*, *антипод*.

Выводы

Таким образом, в начале XIX в. складывается полностью словообразовательное гнездо слова в значении различия: *противоположить*, *противополагать*, *противоположение*, *противополагание*, *противоположенный*, *противоположность*, *противоположительный*, *противоположный*, *противоположение*, *противоположно*, *в противоположность*.

В наше время картина немного изменилась. Отдельные лексические дублиеты (*противоположник, противоположница, противоположно, противоположительно*), а также словообразовательные варианты прилагательного и существительного (*противоположенный, противоположительный, противопоставление*) утрачиваются, а среди оставшихся в языке слов рассматриваемой структуры происходит определенный семантический сдвиг. Глаголы *противоположить, противопоставить, противопоставляться* и существительное *противоположение* сохраняют семантическое единство, в то время как прилагательное *противоположный* в значении местоположения или направления оказывается изолированным, так как глагол *противоположить*, уже не имеет локального значения.

В значении различия названное прилагательное также начинает утрачивать связь с соответствующим глаголом, чему способствует ограниченность употребления, книжность его, в то время как прилагательное и его производные входят в очень актуальную часть общелитературной лексики и широко используются в различных терминостистемах.

Список литературы

1. Милованова М.С. Семантика противительности: опыт структурно-семантического анализа. М.: ФЛИНТА: Наука, 2021. -346с.
2. Милованова М.С. Семантика русского слова против и синонимичных ему приставок // Русский язык за рубежом. - 2009 (а). -№ 1. С. 76-80.
3. Тихонова Е.Н. Словообразовательные гнезда в системе современной экономической терминологии // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Русская филология. 2018. № 2. С. 87-96.

Список источников

1. Карамзин Н.М. Письма русского путешественника. Ленинград: Наука: Ленингр. отд-ние, 1984. - 717 с.
2. Крылов И.А. Сочинения в 2-х томах. Под наблюдением Н.Л. Степанова. Библиотека «Огонек». Из-во «Правда» Москва, 1969.
3. Лопатин В.В, Улукханов И.С. Словарь словообразовательных аффиксов современного русского языка. – М.: Издательский центр «Азбуковник», 2016. – 812 с.
4. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 100000 слов, терминов и выражений; под общ. ред. Л. И. Скворцова. – М.: Мир и образование, 2020. - 730с.
5. Радищев А.Н. Путешествие из Петербурга в Москву. Избранные произведения. М.-Л.: Гослитиздат, 1949.

УДК 811.161.1

**Епифанова В.В. Изучение лексики в рамках семантических полей
на занятиях РКИ: от смысла к форме**

Епифанова Валентина Валерьевна

канд. филол. наук, ст. преподаватель кафедры сопоставительного изучения языков
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, РФ, г. Москва
valentya4@yandex.ru

**Learning of lexis in the frame of semantic fields at RFL classes: from meaning
to form**

Epifanova Valentina Valerjevna

Cand. Sci. (Philology), senior lecturer of Chair of Comparative Study of Languages
Lomonosov Moscow State University, Russia, Moscow

Аннотация. В статье рассматривается ономаσιологический подход к изучению лексических единиц определенного семантического поля на основе системы типовых смыслов (на примере семантического поля «Улыбка»). Предлагаемый в исследовании подход к изучению лексики на занятиях по русскому языку как иностранному для студентов с уровнями владения языком B1-B2 объединяет синонимичными отношениями морфологические модификации ключевых лексем, их устойчивую и свободную сочетаемость, а также идиоматическую взаимозаменяемость.

Ключевые слова: семантическое поле, синонимия, типовой смысл, РКИ

Abstract. In the article the onomasiological approach to lexical units of a definite semantic field on the basis of `typical meanings` system (on the example of the semantic field «Smile») is discussed. The approach to learning of vocabulary in classes on Russian as a foreign language for the students with language levels B1-B2 proposed in the research combines morphological modifications of key lexemes, their fixed and free compatibility and idiomatic interchangeability with synonymous relationships.

Key words: semantic field, synonymy, typical meaning, RFL

Вопросы изучения лексики того или иного семантического поля как лингводидактическая задача в настоящее время исследуются в следующих аспектах: определение объема, структуры и сегментации семантических полей [1-4], изучение понятия «поля» в лингвометодических исследованиях [5], совместное применение методов лингвистического фрейма и семантического поля в обучении РКИ [6], методический потенциал лексико-семантического поля при изучении китайскими студентами лексики русского языка [7] и др. Одним из способов упорядочения лексики в рамках семантических полей является ее деление на основе типовых смыслов. Данный подход не является новым и используется в рамках исключительно лексической сочетаемости в учебном пособии [8]. Его теоретические предпосылки анализируются в монографии этого же автора [9]. Важно отметить, что типовые

смыслы могут выражаться не только с помощью присоединения слов к одному ключевому слову, но также с помощью добавления к нему морфов (приставок и суффиксов), образования от него синтаксических и семантических дериватов, его включения в состав фразеологических оборотов. При изучении лексики определенного семантического поля на основе типовых смыслов иностранным студентам необходимо также предоставить информацию о частотности употребления изучаемых единиц (••• – часто, •• – иногда, • – редко), об их наиболее употребительной грамматической форме и правилах согласования с другими словами.

Рассмотрим предложенную схему типовых смыслов на основе семантического поля «Улыбка» (в статье представлены 60 лексических единиц поля, в практическом курсе работы со студентами используются 75 единиц). Ключевое слово группы определяется следующим образом: «мимика лица, губ и глаз, показывающая расположение к смеху или выражающая привет, удовольствие либо иронию, насмешку» [10].

Для выражения наборов типового смысла «начало» подходящими единицами русского языка будут следующие: *X (I) заулыбался (•••)*, *X (I) улыбнулся (•••)*, *X (I) начал улыбаться (••)*, *на лице X-а (II)/ на губах X-а (II) появилась улыбка (•••)*, *на лице X-а (II)/ на губах X-а (II) возникла улыбка (•)*:

Ольга Мыльцева, узнав, что мы из Башкирии, обрадовалась, заулыбалась: «А я из Кумертау!» (Светлана Беллендир. Уфа – Луганск. Дорога дружбы // «Бельские просторы», 2018) (здесь и далее примеры из [11]);

Всего хорошего, я пошёл. – До встречи! – улыбнулся Мышкин (Вера Белоусова. Второй выстрел, 2000);

Серёжа ещё издали начал улыбаться ей, и, чем ближе она подходила, тем нежнее была его улыбка (Ирина Безладнова. Такая женщина // «Звезда», 2001);

Внезапно Маня начала смеяться, к ней присоединился Кеша, а потом и у меня на губах появилась улыбка (Дарья Донцова. Доллары царя Гороха, 2004).

При добавлении компонента «интенсивно» (набор типовых смыслов «начало» + «интенсивно») предпочтительнее использовать сочетания *X (I) разулыбался (•••)*, *X (I) расплылся в улыбке (•••)*, *X (I) широко улыбнулся (••)*, *X (I) от души улыбнулся (•)*, *X (I) улыбнулся во весь рот (•)*, *X (I) улыбнулся во все 32 зуба (разг.) (•)*, *лицо X-а (II) озарила (широкая) улыбка (••)*:

А птицы чирикают, – он продемонстрировал как. – Думаешь, они понимают друг друга? Эви восхищенно разулыбался и от этого стал похож на обычного, правда, беззубого мальчишку (Юлия Лавряшина. Улитка в тарелке, 2011);

... человек **улыбнулся во весь рот**, рывком поднял руку, приказывая сыновьям подойти к нему (Александр Григоренко. Ильгет. Три имени судьбы// Урал, 2013);

– Вечер добрый! – **лицо его озарила широкая улыбка**. (Марина Москвина. Небесные тихоходы: путешествие в Индию, 2003).

При добавлении противоположного компонента – «неинтенсивно» (набор типовых смыслов «начало» + «неинтенсивно») – лучше воспользоваться сочетаниями: *X (I) едва заметно улыбнулся (•••)*, *X (I) слегка улыбнулся (•)*, *X (I) слабо улыбнулся (•••)*, *X (I) улыбнулся краешками губ (••)*, *у X-а (II) на лице появилась едва заметная улыбка (••)*, *на лице X-а (II)/ по лицу X-а (II) промелькнула улыбка (•)*, *по лицу X-а (II) скользнула улыбка (•)*:

– Что ты хочешь сказать? – Он **едва заметно улыбнулся** (Николай Дежнев. Канатоходец, 2010);

Сердце Саши дрогнуло, и впервые за последние дни она робко, **едва заметно улыбнулась краешками губ** своему туманному будущему... (Вацлав Михальский. Для радости нужны двое, 2005);

– Ходите, маэстро, – Яков Борисович пригласил меня к барьеру, показав рукой на противоположный стул и **слабо улыбнулся** (В.А. Харченко. Шахматист// «Волга», 2014);

Я увидел, как на лице широкого человека **появилась** и застыла **едва заметная улыбка** ... (Александр Григоренко. Ильгет. Три имени судьбы// Урал, 2013).

Сам процесс улыбки можно выразить с помощью конструкций *X (I) улыбается (•••)*, *на лице X-а (II)/ на губах X-а (II) улыбка (••)*. При добавлении компонента «интенсивно» (набор типовых смыслов «процесс» + «интенсивно») подходящими являются сочетания *X (I) широко улыбается (•••)*, *X (I) от души улыбается (•••)*, *X (I) улыбается во весь рот (•••)*, *лицо X-а (II) озаряет (широкая) улыбка (•••)*, *на лице X-а (II) улыбка до ушей*, *на лице X-а (II) сияет улыбка (•••)*, *на лице X-а сияющая улыбка (•••)*:

– Когда была маленькой, мечтала стать космонавтом, – **широко улыбается** Саша (Мария Цырулева. Игрок с хвостиком// «Русский репортер», 2015);

– Конечно, милая. Я люблю тебя. – Геллена **улыбается во весь рот** (Ольга Онойко. Некромантисса, 2014).

Широту улыбки как характеристику («характеристика: интенсивно») можно выразить с помощью единиц *широкая улыбка (•••)*, *улыбка до ушей (разг.) (•••)*:

У него прекрасный рост, ясные глаза и широкая улыбка (Л.М. Яновская. Главы из новой книги о Михаиле Булгакове// «Уральская ночь», 2004);

Постарела, конечно, его Сонечка, но что ты хочешь – тридцать лет прошло как-никак! Но всё те же чудесные карие глаза, та же широкая улыбка, только седина появилась в тугом хвосте волос и складки обозначились у смешливых губ (В.А. Ярмолинец. Лев в Москве// «Волга», 2015).

Слабая улыбка (набор типовых смыслов «процесс» + «неинтенсивно») выражается с помощью сочетаний *X (I) едва заметно улыбается (••)*, *X (I) слабо улыбается (••)*, *X (I) улыбается краешками губ (•)*, *на лице X-а (II)/ на губах X-а (II) едва заметная (•••)/ слабая (••)/ лёгкая (•) улыбка*:

У него едва заметная улыбка на губах (Слеза Аллаха// «Солдат удачи», 2003.03.12);

На его лице появилась слабая улыбка, и он с трудом поклонился залу (Александр Проханов. Господин Гексоген, 2001);

Лёгкая улыбка пробежала у него по губам (Зиновий Зиник. На безрыбье, или Принцип неопределённости // «Волга», 2012).

Если человек улыбается на протяжении долгого времени (набор типовых смыслов «процесс» + «←долго»), то лучше использовать сочетания *улыбка не сходит с лица X-а (II)/ с губ X-а (II) (•••)*:

Батон сидел напротив Дорохова, радостная улыбка не сходила с его налитого самодовольством лица (Николай Дежнев. Год бродячей собаки, 2002).

Это же сочетание подходит для выражения того, что человек любит часто улыбаться (типовой смысл «часто»):

Майкл, как и все голливудские актёры, которых мне доводилось встречать, абсолютно раскованный и внутренне раскрепощённый человек. Улыбка не сходит с его лица, а когда говорят о чём-то смешном, он заливается бесшабашным громким смехом, заражая своим весельем окружающих (Артем Тарасов. Миллионер, 2004);

Выражение лица логика, например, более сосредоточенное, а у этика, как правило, лучистые глаза и улыбка не сходит с лица (Евгений Капустин. Личность и карьера. Как определить наклонности ребёнка// «Известия», 2002.12.16).

Если же при этом человек продолжает улыбаться машинально, в задумчивости (набор типовых смыслов «процесс» + «←долго» + «ненамеренно»), то лучшей единицей будет *улыбка застыла на лице X-а (II)/ на губах X-а (II) (••)*:

Улыбка застыла на лице Феликса, однако он ещё не понял, что попал в ситуацию, из которой не было привычного выхода (Даниил Корецкий. Менты не ангелы, но..., 2011);

Видно было, что говорит она машинально, и улыбка застыла на её губах (Анна Берсенева. Полет над разлукой, 2003-2005).

Если говорящему очень нравится улыбка X-а, он думает, что улыбка делает X-а красивее, обаятельнее (типовой смысл «характеристика: [нравится]»), то можно использовать выражения *у X-а (II) обаятельная (•••)/ обворожительная (••)/ очаровательная (•) улыбка* или выражения *X (I) обаятельно (••)/ очаровательно (••)/ обворожительно (••) улыбается*:

Выглядел он очень выразительно: огромные белые зубы, пышные усы и самое главное – обворожительная улыбка, которая никогда не сходила с его лица (Артем Тарасов. Миллионер, 2004);

Дама очаровательно улыбнулась мне на прощание и улетела в Париж. (Артем Тарасов. Миллионер, 2004).

Если же говорящему, напротив, не нравится улыбка X-а (типовой смысл «характеристика: [не нравится]»), то лучше воспользоваться сочетаниями *отталкивающая (•), неприятная (•) улыбка*.

Особенную белизну зубов, заметную во время улыбки, можно выразить в русском языке с помощью единиц *у X-а (II) белоснежная (•••)/ белозубая (••)/ ослепительная (••) улыбка*:

Анжелика выступала полной противоположностью: чёрные, как ночь, волосы, узкое благородное лицо и белоснежная улыбка... (Максим Милованов. Кафе «Зоопарк», 2000);

Orbit Белоснежный Ванильный – ослепительная улыбка и защита от кариеса (Реклама на ТВ, 2006).

Если говорящий верит в искренность улыбки X-а (типовой смысл «характеристика: искренне»), то такую улыбку можно назвать *искренней (••), неподдельной (•)*:

Смуглый лысоватый мужчина в костюме и галстуке с кожаной папкой в руке. Искренняя улыбка (Дмитрий Каралис. Записки ретро-разведчика (из варяг в греки) // «Нева», 2003);

Весёлые искры в синих глазах, тёплый румянец, неподдельная улыбка – воплощение южного хлебосольства и жизнелюбия (Светлана Беллендир. Уфа – Луганск. Дорога дружбы // «Бельские просторы», 2018).

Если же говорящий не верит, что X улыбается искренне («характеристика: неискренне»), то рекомендуется использовать единицы у X-а (II) *неестественная (••)/ искусственная (•)/ натянутая (••) улыбка* или выражение X (I) *натянуто улыбнулся (•••)*:

Неестественная улыбка застыла на губах, глаза тоже застыли и, кажется, ещё больше потемнели, щёки задрожали... (Анна Берсенева. Полёт над разлукой, 2003-2005);

– Я... да... Просто боюсь летать, – *натянуто улыбнулся Носов* (Полина Волошина, Евгений Кульков. Маруся, 2009).

Прекращение улыбки (типовой смысл «окончание») реализуется с помощью выражений X (I) *перестал улыбаться (•••)*, *улыбка исчезла с лица X-а (II)/ с губ X-а (II) (•••)*:

... тут Балашов *перестал улыбаться* и посмотрел на меня строго (Екатерина Костикова. Наша бронелодка стоит на запасном пути// «Столица», 1997.05.27);

Но, когда она разглядела получше посетительницу, *улыбка исчезла с её губ* (Вадим Громов. Компромат для олигарха, 2000).

Причина улыбки (событие, шутка, мысль, другой человек и т.д.) (типовой смысл «инициировать начало») может быть выражена с помощью сочетания Y (I) *вызывает улыбку (•••)*, Y (I) *заставляет X-а (IV) улыбнуться (•••)*:

Эта сумасшедшая мысль *вызвала улыбку* на его лице (Максим Милованов. Кафе «Зоопарк», 2000);

Нежное сонное солнце выползло из утренней дымки прямо над водой, и розовые блики защекотали веки, *заставили улыбнуться* и чихнуть (Грэй Ф. Грин. Кетополис – Киты и броненосцы, 2001).

В качестве упражнений на отработку рецептивных и продуктивных речевых действий в рамках семантического поля «Улыбка» можно предложить следующие:

Упражнение 1. Прочитайте предложения. Найдите слова или словосочетания, входящие в семантическое поле «Улыбка». Какие типовые смыслы они выражают?

1) Сотников вздохнул и едва заметно улыбнулся своим мыслям: они всё-таки близкие люди, и многолетнюю дружбу не так-то легко перечеркнуть (Александра Маринина. Последний рассвет, 2013);

2) Обаятельная улыбка, теплота взгляда, открытость и отзывчивость никого не оставляют равнодушным (Счастье в творчестве// «Народное творчество», 2003.08.18);

3) – Разумеется, мы ведь с вами одна команда, – натянуто улыбнулся Осянин (Евгений Сухов. Делу конец – сроку начало, 2007);

4) Холмогоров заулыбался, чтоб не обидеть, но вместо рта, увернувшись, подставил щёку (Олег Павлов. Карагандинские девятины, или Повесть последних дней// «Октябрь», 2001);

5) На губах юноши скользила слабая улыбка, он словно говорил: «Знаю некую тайну» (Дарья Донцова. Доллары царя Гороха, 2004);

6) И конечно, не забудьте про хорошее настроение и искреннюю улыбку! (Ольга Алексеева, Ирина Шереметева. Будьте красивы! «Новгородские ведомости», 2013);

7) ... Ростислав Чебыкин со своим произведением «Что такое авторская песня?» заставил улыбнуться даже строгое жюри (Виктория Тарасова. Купол неба и – песня!// «Вечерняя Москва», 2002.06.13) и др.

Упражнение 2. Выберите единицы русского языка для наиболее точного выражения типовых смыслов:

1) Когда я увидел свою подругу вдалеке, я («улыбка» + «начало» + «неинтенсивно»). = Когда я увидел свою подругу вдалеке, я **слабо улыбнулся/ едва заметно улыбнулся/ улыбнулся краешками губ/ слегка улыбнулся** и др.

2) В перерыве между занятиями студент читает книгу с анекдотами и («улыбка» + «процесс» + «интенсивно»). = В перерыве между занятиями студент читает книгу с анекдотами и **широко улыбается/ улыбается во весь рот/ от души улыбается.**

3) Эта женщина невероятно приятна в общении, она всегда такая («улыбка» + «характеристика участника: склонность к действию»). = Эта женщина невероятно приятная в общении, она всегда такая **улыбчивая.**

4) У продавца этого магазина («улыбка» + «характеристика: белые зубы»). = У продавца этого магазина **белоснежная/ белозубая/ ослепительная улыбка.**

5) *Его новая несуразная причёска* («улыбка» + «инициировать начало» (я). = *Его новая несуразная причёска заставила меня улыбнуться/ вызвала у меня улыбку.*

6) *Услышав эту печальную новость, он* («улыбка» + «окончание»). = *Услышав эту печальную новость, он перестал улыбаться* и др.

Использование типовых смыслов при изучении лексики в рамках того или иного семантического поля позволяет иностранным учащимся самостоятельно осуществлять качественный выбор наиболее подходящих единиц русского языка и значительно расширить свой словарный запас, повышая коммуникативную значимость выученных единиц в речи.

Список литературы

1. Астафьева Н.А. Структура, объем и содержание лексико-семантического поля «Сутки» в содержании обучения русскому языку иностранных учащихся // Мир науки, культуры, образования. Горно-Алтайск: ООО «РМНКО». 2014. №3 (46). С. 3-5.
2. Тариелова А.Р. Структура лексико-семантического поля «транспорт» // Слово о слове: исследования молодых ученых-филологов. Материалы Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием). – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2021. – С. 45-49.
3. Васильева Г.М., Коннова А.Л. Объём и структура лексико-семантического поля «музыка» в содержании обучения русскому языку как иностранному (по данным идеографических словарей) // Проблемы современного педагогического образования. Ялта: Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского». 2019. С. 47-49.
4. Яницкая А.Ю., Джумаев М.Д. Изучение лексико-семантического поля «Возраст человека» в курсе русского языка // Теория и практика обучения русскому языку как иностранному и другим лингвистическим дисциплинам в высшей школе [Электронный ресурс]: электрон. сб. науч. ст. – Брест: БрГУ, 2020. – С. 86-89. Режим доступа: <http://lib.brsu.by/node/1822> (дата обращения 27.12.2023).
5. Зиновьева Е.Н. Понятие «поля» в лингвометодических исследованиях // XXXII международная филологическая конференция: сборник. Вып. 15: Русский язык как иностранный и методика его преподавания. 11-15 марта 2003. – СПб: Филологический факультет СПбГУ, 2003. – С. 108-112.
6. Ульянова Т.В. Совместное применение метода лингвистического фрейма и метода семантического поля в обучении РКИ: работа с текстом-описанием // Горизонты современной русистики: сборник статей Международной конференции, посвященной 90-летию юбилею академика В.Г. Костомарова. – М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 2020. – С. 1125-1130.

7. Сюй Даньфэн. Методический потенциал лексико-семантического поля при изучении китайскими студентами лексики русского языка // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. М.: Издательство «Научные технологии». 2023. №6. С. 84-87.
8. Борисова Е.Г. Какое слово подойдет. Пособие по несвободной сочетаемости. М.: Филология, 1995. 83 с.
9. Борисова Е.Г. Коллокации. Что это такое и как их изучать. М.: Филология, 1995. 49 с.

Список источников

10. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. Репринтное издание. М., 2000 [Электронный ресурс]: <http://enc-dic.com/ushakov> (дата обращения 25.12.2023).
11. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: www.ruscorpora.ru (дата обращения 29.12.2023).

УДК 811.161.1

Немиров В.Ю. Лингвокультурологические параметры научных терминов

Немиров Вячеслав Юрьевич

Магистрант, Московский государственный институт международных отношений
(университет), РФ, Москва
slavikparsko@gmail.com

Linguistic and cultural parameters of scientific terms

Nemirov Vyacheslav Yurievich

Master's student, Moscow State Institute of International Relations (University)
Russia, Moscow

Аннотация. Статья посвящена анализу лингвокультурологических и аксиологических параметров научных терминов. Рассмотрение научных терминов с позиций лингвокультурологии помогает определить культурные доминанты языка, поскольку наука – важный элемент культуры народа. Автор анализирует термины «таблица умножения» и «таблица Менделеева» с точки зрения их лингвокультурной и аксиологической нагрузки, рассматривая термины и как часть наивной языковой картины мира, и как единицы, принадлежащие терминосистемам конкретных областей научного знания. Автор приходит к выводу: термины не являются абсолютно симметричными языковыми знаками, неизбежно приобретая лингвокультурологическую и аксиологическую нагрузку.

Ключевые слова: научный термин, лингвокультурологические параметры, языковая картина мира, научная картина мира, лингвокультура

Abstract. The article is devoted to the analysis of linguacultural and axiological parameters of scientific terms. Consideration of scientific terms from the perspective of linguaculturology helps to determine the cultural dominants of the language, since science is an important element of the culture of the people. The author analyzes the terms "multiplication table" and "periodic table" from the point of view of their linguacultural and axiological load, considering the terms both as part of a naive linguistic picture of the world, and as units belonging to terminological systems of specific areas of scientific knowledge. The author concludes: terms are not symmetrical linguistic signs, inevitably acquiring a linguacultural and axiological load.

Key words: scientific term, linguacultural parameters, linguistic picture of the world, scientific picture of the world, linguacultural

Многим прекрасно известно выражение А.П. Чехова: «Национальной науки нет, как нет национальной таблицы умножения; что же национально, то уже не наука» [1, с. 152]. Действительно, сами правила умножения неизменны и непреложны, однако если разговор заходит о самом термине «таблица умножения», то уже, совершенно точно, нельзя говорить о его неизменности. В настоящей статье мы бы хотели рассмотреть лингвокультурологические параметры таких, на первый взгляд, однозначных и нейтральных лексических единиц, как термины.

С семантической точки зрения, первоочередным является вопрос разграничения научного термина и общеупотребительного слова. Так, например, А.В. Суперанская, И.В. Подольская и Н.В. Васильева замечают, что «план содержания общей лексики находится в пределах общего видения мира, а план содержания специальной – в созданных мышлением человека областях науки и техники» [2, с. 40].

В свою очередь, В.П. Даниленко отмечает: общезыковая лексика характеризуется одно-, многозначными отношениями содержания и знака (в виду имеются такие характерные отношения, как полисемия или синонимия), в то же время для терминов характерны однозначные отношения: одному знаку строго соответствует одно содержание, то есть ученый имеет ввиду симметрию обозначающего и обозначаемого [3, с. 54]. Также и современный исследователь В. А. Левина, анализируя терминосистемы акционерных обществ с позиций лингвокультурологии, отмечает, что в точных науках «понятие стремится к идеальной форме» [4, с. 416].

Однако подобные построения можно считать справедливыми лишь отчасти. Как известно, любое означающее стремится «захватить», «присвоить» максимальное количество означаемых, в то время как каждое означаемое стремится быть выраженным в неограниченном количестве означающих. Ассиметричный дуализм проявляется и в том, что даже настолько моносемичные единицы, как термины, получают и лингвокультурологическую нагрузку.

Если вернуться к приведенному выше замечанию А.В. Суперанской, И.В. Подольской и Н.В. Васильевой о разграничении «общего мира», то есть того, что Ю.Д. Апресян называет наивной языковой картиной мира [5, с. 351], и мира научного знания. Лингвокультурологическое содержание, которое приобретают одни и те же единицы, термины, внутри двух этих «миров» различны, однако в обоих случаях неизбежно происходит генезис лингвокультурологических параметров, и ниже мы попытаемся рассмотреть некоторые случаи.

В этой связи можно рассматривать такие языковые знаки, как, например, *правило буравчика, законы Ньютона, подлежащее, субстантивация, таблица умножения* и т.д. с двух противоположных сторон: как элементы «общего видения мира» и составные части «областей науки и техники».

Стоит понимать, что названные выше термины и многие другие могут употребляться в повседневной речи, приобретая совершенно иные значения, коннотации, приобретая, таким образом, статус лингвокультуремы, определяемой

В.В. Воробьевым «как комплексная межуровневая единица представляет собой диалектическое единство лингвистического и 45 экстралингвистического (понятийного или предметного) содержания» [6, с. 48]. Рассмотрим, например, уже упомянутый в самом начале термин *таблица умножения*, его основное значение (которое, например, А.А. Потебня назвал бы ближайшим) выглядит следующим образом: «таблица, где строки и столбцы озаглавлены множителями, а в ячейках таблицы находится их произведение». И, в сущности, этим и должна ограничиваться семантика этой единицы, однако вот несколько языковых употреблений:

"Знать как таблицу умножения": Сергей Шойгу ответил, нужен ли обязательный ЕГЭ по географии (kr.ru, 02.09.2020)

"Правила пожарной безопасности нужно знать как таблицу умножения". Обучающий урок для юных школьников (67.mchs.gov.ru, 01.10.2020)

Из них становится совершенно очевидно, что план содержания знака «таблица умножения» дополняется, причем, что особенно важно, дополняется именно культурной коннотацией. Термин «таблица умножения» теряет свою строгую «терминологичность», нарушается симметрия означающего и означаемого. Добавочное, собственно лингвокультурологическое значение отсылает и к таким концептам, как «школа», «учение».

В.И. Карасик, выделяет также и ценностную картину мира, отмечая, что «ценностная картина мира в языке реконструируется в виде взаимосвязанных оценочных суждений, соотносимых с юридическими, религиозными, моральными кодексами, общепринятыми суждениями здравого смысла, типичными фольклорными и известными литературными сюжетами» [7, с.167].

В этом плане фразеологическое единство «знать (помнить/выучить), как таблицу умножения» отсылает к значимости изучения азов школьных знаний. Многочисленные прецедентные тексты и элементы фразеологической системы русского языка, такие, как *Любите книгу – источник знания, Математика – царица наук, Повторенье – мать ученья* и т.д. лишь подтверждают аксиологическую природу знания и учения в русской языковой картине мира. Также лингвокультурема «таблица умножения» вступает в системные отношения синонимии с такими близкими по значению единицами, как «знать (помнить/выучить), как дважды два» и «знать (помнить/выучить), как отче наш». Заметим, что, например, в английском языке, нет фразеологической единицы *to know like a multiplication table* – ближайшим аналогом будет *to know like a book*, что, в свою очередь, также показательное:

образование имплицитно в качестве ценности в разных, в том числе и английской, языковых картинах мира.

На примере такого термина, как «таблица умножения» мы рассмотрели лингвокультурологические параметры термина в его существовании внутри наивной языковой картины мира. Чтобы рассмотреть лингвокультурологические параметры термина внутри научной языковой картины мира обратимся к другому термину – «таблица Менделеева».

Необходимо сделать небольшое отступление, отметив частность лексемы «таблица» в терминосистемах различных наук. Б. М. Гаспаров, разрабатывая концепцию лингвистики языкового существования отмечает: «Вся наша языковая деятельность — и создаваемая, и воспринимаемая нами речь — пронизана блоками-цитатами из предшествующего языкового опыта... Получившееся в результате высказывание оказывается как бы окутано целым полем известных мне выражений. Образы этих выражений “мерцают” в моем сознании — некоторые с полной отчетливостью, другие в редуцированной и видоизмененной форме, третьи лишь в виде легкого реминисцентного намека. [8, с. 69]

Таким образом, «таблица Менделеева» ассоциативно соотносится с такими единицами, как «таблица умножения», «таблица квадратов», «таблица Брадиса» «таблица Гаусса», «таблица косинусов» и т.д. Как видно из приведенных примеров, терминологические единицы с элементом «таблица» могут формироваться по двум принципам: либо при помощи экспликации содержания, либо по прецедентному имени ученого, предложившего подобную классификацию или форму записи некоторых единиц. В некоторых случаях происходит и контаминация, так наиболее полное название «таблицы Менделеева» – «Периодическая система элементов Д.И. Менделеева».

Широко известен тот факт, что в англоязычной научной традиции таблица Менделеева называется *Periodic table of the elements*, а в сокращенном варианте – *Periodic table*. Имя Дмитрия Ивановича Менделеева не является прецедентным для большинства англоязычных ученых, поэтому оно и не входит в структуру термина. В.П. Гладышев справедливо замечает, что периодический закон, установленный Д.И. Менделеевым, отражением которого и стала таблица Менделеева «имеет огромное, философское значение, так как устанавливает связь между всеми химическими элементами, известными в природе, так и теми, которые получены искусственно» [9, с. 28]. Открытия подобного рода становятся основанием для увековечивания памяти ученого – именно это и отражает русскоязычный термин. То есть строго научный

термин в его применении к «созданной мышлением человека области науки» все равно имеет как лингвокультурологические, так и аксиологические параметры.

В свою очередь, термин, в силу повсеместного преподавания начал химии в школе, включается в наивную языковую картину мира. Так, например, существует устойчивое сочетание «вся таблица Менделеева» в значении «большое количество химических элементов», что отражается даже в таких фольклорных жанрах, как анекдот: *Геологи любят колбасу, потому что в ней - вся таблица Менделеева (anekdot.ru, 08.12.2020).*

Таким образом, можно говорить о том, что научные термины не являются абсолютно симметричными языковыми знаками, они неизбежно приобретают лингвокультурологическую и аксиологическую нагрузку, причем происходит этот процесс сразу в двух «измерениях»: как со стороны существования внутри наивной языковой картины мира, так и внутри собственно терминосистемы той или иной области человеческого знания.

Список литературы

1. Чехов А. П. Полное собрание сочинений и писем: В 30 т. Сочинения: В 18 т. – Т. 17 Записные книжки. Записи на отдельных листах. Дневники. – М.: Наука, 1980. – 528 с.
2. Суперанская А.В. Общая терминология: вопросы теории / А.В. Суперанская, Н.В. Подольская, Н.В. Васильева. – М.: Наука, 1989. – 246 с.
3. Даниленко В. П. Русская терминология: опыт лингвистического описания. - М.: Наука, 1977. – 246 с.
4. Левина В. А. Лингвокультурологический анализ терминосистемы акционерных обществ в России // Современное педагогическое образование. 2023. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturologicheskiy-analiz-terminosistemy-aktsionerных-obschestv-v-rossii> (дата обращения: 03.02.2024).
5. Апресян Ю. Д. Избранные труды - Т. 2. Интегральное описание языка и системная лексикография. - М.: Школа «Языки русской культуры», 1995 – 767 с.
6. Воробьев В В. Лингвокультурология. - М.: Изд-во РУДН, 2008. - 340 с
7. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. - Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
8. Гаспаров Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М.: Новое литературное обозрение, 1996 – 352 с.
9. Гладышев В.П. Современное состояние и методологическое значение периодической системы химических элементов // Вестник ТГПУ – 2000 – №2 (18) – С. 28-32

УДК 81'373.611

**Чжоу Л. Словообразовательные типы сложных существительных
в русском языке**

Чжоу Линьюань

аспирантка кафедры русского языка, Московский педагогический государственный
университет, РФ, г. Москва
1647853644@qq.com

Word-formation types of complex nouns in the Russian language

Linyuan Zhou

Postgraduate student of the Russian language Department
Moscow State Pedagogical University, Russia, Moscow

Аннотация. В статье изучается проблема словообразования сложных существительных русского языка. Рассмотрены признаки словообразовательного типа, выявлены особенности словообразования сложных имен существительных. В основу классификации словообразовательных типов положен признак способа словообразования, исходя из которого выделены типы сложных и суффиксально-сложных существительных, сложных существительных с нулевым суффиксом, аббревиатуры. На основе анализа выборки исследования сделан вывод о том, что среди сложных существительных наиболее широко представлен словообразовательный тип сложения со связанными опорными компонентами. Результаты исследования вносят вклад в теоретическое осмысление вопроса о словообразовании сложных существительных русского языка.

Ключевые слова. Сложное слово, существительное, словообразование, структурная модель строения, словообразовательный тип, продуктивный тип, русский язык

Abstract. The article studies the word formation of compound nouns in the Russian language. Considering the characteristics of word formation types, the word formation characteristics of compound nouns were revealed. The basis for the classification of compound noun word formation types is the symbol of word formation methods, which distinguishes the types of compound nouns, suffix compound nouns, zero suffix compound nouns, and abbreviations. Based on the analysis of the research sample, it was concluded that among compound nouns, the most common types of word addition with relevant supporting elements are found. The results of the study contribute to the theoretical understanding of the question of the word formation of complex nouns of the Russian language.

Keywords. Compound word, noun, word formation, structural model, word-formation type, productive type, Russian language

Введение

В современном русском языке сложение является одним из наиболее распространенных способов словообразования новых слов. Это прежде всего связано с развитием науки и технологий, усложнением экономических и социальных

процессов и изменениями в жизни человека. Появляются новые предметы и явления, для обозначения которых человек стремится использовать имеющиеся в языке знакомые понятия, совмещая их в единое целое сложное слово.

В теории сложных слов вопрос об их словообразовании остается наиболее актуальным и одновременно спорным. Это связано с наличием разных взглядов как на сущность сложных слов, так и на процессы образования этих слов. С активным появлением в современном русском языке слов типа *мультимедиа*, *экодом*, *спорткар*, которые по традиционным критериям, в том числе образования от сочетания слов, отнести к сложным словам представляется не вполне обоснованным, даже несмотря на их семантическую сложность и очевидность объединения в себе значений двух разных основ. Кроме этого, выделение словообразовательных типов сложных слов лишь частично совпадает с принципами разграничения словообразовательных типов простых слов [1], поэтому будет отличаться своими особенностями, изучение которых позволит внести вклад в современную теорию сложного слова. В связи с этим, проблема словообразовательных типов сложных слов современного русского языка в настоящее время продолжает оставаться актуальной и требует более глубокого изучения.

В статье решаются задачи по теоретическому осмыслению вопросов словообразования сложных слов в русском языке, что определено необходимо для дальнейшего выделения словообразовательных типов сложных имен существительных, а также в результате аналитического исследования выделяются основные словообразовательные типы этих слов и делаются выводы о тенденциях в словообразовании сложных имен существительных в современном русском языке.

Основная часть

С точки зрения морфологии, «сложные слова в современном русском языке составляют особый тип слов с полицентрической (многокорневой) морфемной структурой» [1]. Еще В.Г. Гак и А.А. Леонтьев в своей монографии отмечали важным признаком сложного слова наличие у него атрибутов словосочетания, указывая на как минимум два лексические центра у сложного слова [2]. С ономаσιологической точки зрения, сложное слово – есть структурно-семантическое целое [3]. Особый вклад в рассмотрение сложного слова с позиций ономаσιологии был внесен Е.С. Кубряковой, по мнению которой сложное слово сочетает в себе ономаσιологический базис и ономаσιологический признак, которые вступают в разные отношения, создавая основу для выделения их видов [4]. В последующих исследованиях Е.С. Кубрякова

также представила определение сложного слова с позиций теории синтаксиса, указав на наличие у этого вида слов «внутреннего синтаксиса», образующегося как результат взаимодействия темы и ремы [5]. Следовательно, сложное слово – непременно результат взаимодействия двух компонентов, образующийся в процессе их сложения, что оказывает влияние на его морфемную структуру, и интегрирующий в себе семантические значения обоих слагаемых компонентов.

Обращаясь к теме словообразования сложных слов, прежде всего отметим, что сложное слово – результат сложения. В свою очередь способ словообразования представляет собой «единицу классификации производных слов, характеризующуюся единством типа словообразовательного форманта» [6]. Однако, как известно, существуют разные классификации способов словообразования сложных слов, при этом исследователи выделяют неодинаковое количество видов этих способов (например, Н.М. Шанским выделено 16 способов словообразования сложных слов [7], а И.С. Улухановым в общей сложности 79 [8]). Это позволяет обнаружить, что несмотря на то, что механизм образования сложных слов в целом сводится к сложению, в зависимости от ряда причин и особенностей возможно различие разных способов сложения сложных слов.

Наиболее широкий подход к выделению видов сложения был представлен в одном из классических фундаментальных трудов по русскому языку, созданных советскими филологами – «Русской грамматике» (1980). Согласно этому подходу, сложные слова образуются по двум основным моделям:

- сложение основ, которые находятся в сочинительных отношениях;
- сложение основ с подчинительным отношением.

Данный подход продолжает оставаться актуальным, все более активной становится дискуссия о том, что при изучении словообразовательных основ важно учитывать смысловую структуру слов, так же как и формальную [9]. Е.А. Земская выделяет следующие способы словообразования сложных слов существительных:

– чистое сложение, которое может быть образовано по моделям с интерфиксом или без него, где первый компонент конкретизирует значение второго, выступающего в качестве опорного (*первоисточник, грузоотправитель*);

– аббревиация, приводящая к образованию сложносокращенных слов, включая сложные слова из начальных частей нескольких слов (*полпред, колхоз*), из начальной части первого и целого второго слова (*сберкнижка, хозрасчет*), а также инициальные, состоящие из первых букв слов;

– сложносuffиксальный способ, объединяющий словосложение и сффиксацию, в таких словах второй компонент зачастую не употребляется как самостоятельное слово (*орденоносец, старшеклассник*);

– сложение с нулевой сффиксацией (*сталевар, утконос*) [10].

Важное значение в словообразовании сложных слов имеют критерии производности. Именно с их учетом можно теоретически доказать или опровергнуть отнесенность слова к числу сложных. К настоящему времени выделены синтагматический (Г.О. Винокур) и парадигматический (Е.С. Кубрякова) критерии производности. С точки зрения синтагматического критерия, сложное слово будет являться таковым, если исходные производящие могут существовать в языке самостоятельно. По этому критерию к сложным словам мы можем отнести такие, как *сенокос, первоцвет, пассажиропоток, овощехранилище*. Однако в русском языке широко представлены слова со связанными компонентами, такие как *скейтборд, троллейбус, дактилоскопия*, которые по синтагматическому критерию не могут быть отнесены к числу сложных, поскольку их основы самостоятельно в языке не существуют. Чтобы устранить этот пробел в русской лингвистике, был предложен парадигматический критерий, который учитывает аналогические и парадигматические аспекты соотношения производящего и производного. Так, на примере слова *скейтборд*, можно обнаружить, что в современном литературном языке отсутствует самостоятельное производящее слово *скейт*, также как и *борд*. Тем не менее, эти основы могут сочетаться с другими основами, например, в словах *скейтдром, сноуборд, скейт-парк*, а поэтому по парадигматическому критерию относятся к сложным словам. Е.В. Клобуков и С.В. Гудилова относят такие слова к квазикомпозитам, выделяя среди них:

– слова, состоящие из двух связанных компонентов (*батискаф*);

– слова из первого связанного компонента и второго свободного (*мнемосхема*);

– слова, состоящие из первого свободного и второго связанного компонентов (*кинограмма*) [11].

Изучая вопрос о словообразовательных типах сложных имен существительных, представляется необходимым прежде всего определить понятие «словообразовательный тип». Под словообразовательным типом Е.А. Земской понимается «схема строения производных слов, характеризуемых общностью трех элементов: части речи производной основы, семантического соотношения между производными и производящими, формального соотношения между производными и производящими, а именно общностью способа словообразования» [10]. Это

структурно-семантическая схема построения производных слов, характеризующаяся общностью форманта, части речи производящих слов и словообразовательного значения. Следовательно, производные слова одного словообразовательного типа должны иметь производящие одной части речи, один формант и одно словообразовательное значение. При этом под словообразовательным формантом следует понимать только аффиксы, которые присоединяются к производящей основе. Формант является носителем словообразовательного значения [7]. В связи с этим, классификация словообразовательных типов сложных имен существительных в русском языке возможна на основе способа словообразования, что стало основой методологического подхода к анализу в данной статье.

При изучении словообразовательных типов сложных имен существительных мы придерживаемся подхода Е.А. Земской. Согласно данному подходу, установление словообразовательного типа слова требует приверженности следующему алгоритму действий: (1) убедиться, что сложное слово является производным, соотнося его с производящими словами; (2) установить наличие у слова трех признаков словообразовательного типа (производящие одной части речи, один формант, одно словообразовательное значение, выявляемое посредством изучения семантической соотнесенности производного и производящих). Для целей исследования была составлена выборка из 150 сложных имен существительных русского языка, собранных из словарей русского языка (Словарь русского языка под ред. С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой [12], Толковый словарь русского языка Т.Ф. Ефремовой [13], Словарь композитов русского языка новейшего периода Н.В. Габдреевой и М.Т. Гурчиани [14]) методом случайной выборки (критерий отбора – наличие как минимум двух основ в составе слова, морфологический признак – существительное), в которой были выделены способы словообразования: чистое сложение, сложносокращенный и суффиксальный.

В результате анализа выборки обнаружено, что среди сложных слов изучаемой выборки преобладают сложные существительные, относящиеся к типу чистого сложения, остальные три вида встречаются в выборке почти с одинаковой частотностью (рис. 1).

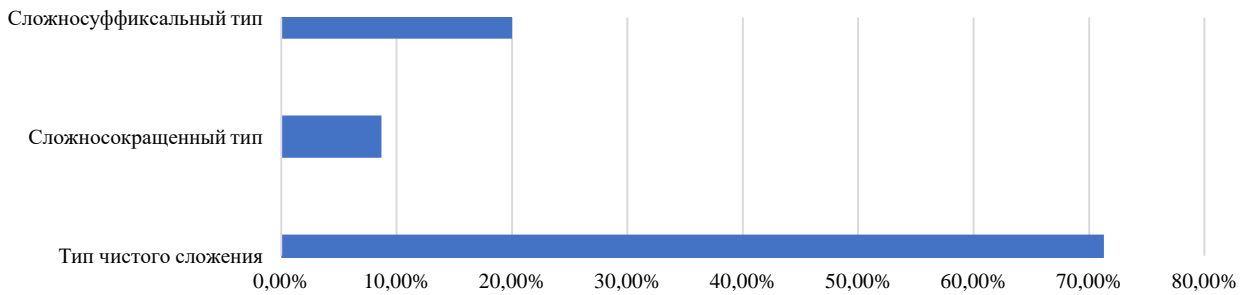


Рисунок.1 Количественный анализ способов словообразования сложных существительных русского языка, 2023 г. (n=150)

Как следует из результатов количественной оценки, среди анализируемых сложных существительных преобладают слова, образованные по словообразовательной модели чистого сложения (71,3%). Для этих слов характерно наличие двух полных (несокращенных) компонентов в составе слова, которые могут соединяться как за счет интерфикса (например, *цветомузыка*, *теплообмен*, *табакокурение*), так и без интерфикса с помощью дефиса (например, *фитнес-клуб*, *шеф-повар*, *одежда-манифест*, *дизайн-платье*, *нож-сомелье*, *кресло-кровать*, *запчасть-люкс*, *стоп-сигналы*, *тостер-гриль*, *компас-датчик*, *генератор-тахометр*, *тест-система*, *компаунд-машина*, *ключ-жезл*, *аналог-код* и другие).

В этом способе словообразования можно выделить несколько словообразовательных типов, включая (1) сложения с опорным компонентом, равным самостоятельному слову, и (2) сложения со связанными опорными компонентами.

Слово *теплообмен* является сложным, в его состав входят два компонента – *тепло* и *обмен*, оба компонента относятся к одной части речи и являются существительными, при этом опорный компонент, в качестве которого здесь выступает *обмен*, равен самостоятельному слову. Формантом здесь является интерфикс, а также имеется одно словообразовательное значение (действие, названное производящим глаголом *обмен*, направленное на то, что названо производящим существительным *тепло*). Слово *запчасть-люкс* также будет относиться к словообразовательному типу сложения с компонентами, равными самостоятельному слову, при этом оба компонента *запчасть* и *люкс*, являясь основами, имеют сочинительные отношения.

Рассматривая оба примера, несложно обнаружить, что второй компонент выступает в качестве ономаσιологического базиса, в то время как другой компонент играет роль ономаσιологического признака. Это позволяет нам обнаружить связь между словообразовательной моделью и так называемой словообразовательной

категорией сложного слова, которая может быть изучена более подробно в дальнейших исследованиях.

Способ чистого сложения также включает в свой состав сложные слова со связанными опорными компонентами. Данные компоненты не существуют в русском языке самостоятельно, возможность их выделения в составе сложного слова определяется их продуктивностью и способностью участвовать в образовании других сложных слов. Это слова с компонентом *тайм*, например, *тайм-аут*, *тайм-менеджер*, *тайм-чартер*, *тайм-брейк*, компонентом *флэш*, такие как *флэшбол*, *флэшбэк*, *флэш-роял*, *флэш-карта* и другие. Многие из них являются заимствованными, и в силу того, что слова еще находятся в процессе ассимиляции в русском языке, компоненты могут не иметь самостоятельного использования и быть связанными. Однако, связанные компоненты встречаются и в других сложных словах, которые существуют в русском языке уже достаточное время, но их типовая модель со связанным компонентом стала продуктивной. Например, слова с компонентами *граф*, такие как *географ*, *стеклограф*, *стенограф*, *топограф*, *томограф* и другие. Следовательно, тип сложения со связанными компонентами наиболее распространен в русском языке, чаще встречается среди заимствованных сложных слов.

Сложносуффиксальный способ включает суффиксальносложный тип и тип сложных существительных с нулевым суффиксом. Все они в свою очередь делятся на (1) сложения с опорным компонентом, содержащим глагольную основу; (2) с опорным компонентом, содержащим основу существительное; (3) со связанными опорными компонентами (за исключением сложных существительных с нулевым аффиксом).

К типам сложносуффиксальных сложений (с материальной аффиксацией) отнесено 9,3% слов в выборке. Это такие слова, как *снегопогрузчик*, *соковыжималка*, *баснописец*, *фотолюбитель*, *жаропонижение*, *рабовладелец*, *иглоукалывание*. Для слов данного типа характерно наличие суффикса, выполняющего словообразовательную функцию. Рассматривая более подробно перечисленные выше примеры, можно видеть, что к этому типу относятся сложения с опорной глагольной основой, например, *баснописец* (пис – опорная глагольная основа от глагола *писать* и суффикс *-ец*). К ним также относятся слова, с опорным компонентом-существительным, например, *одноворец*, *одноклассник*, и слова со связанными основами – *олеография*, *стеклография*, *стереофония*.

Сложносуффиксальный тип с нулевым суффиксом с глагольной основой относительно распространен в русском языке. К этому типу также относятся слова *световод*, *глубиномер*, *самолет*, *ледокол*, *ледорез*, *лесовоз*, *самовар*, *оленовод*,

овощевод, скотовод. Например, слово *ледокол* образовано от существительных *лед* и глагольной основы *кол* (от *колоть*).

Сложносuffixальный тип с нулевым суффиксом и с опорной основой-существительным включает сложные слова *одночлен*, *триколор*, в которых первая основа – числительное, а также слова типа *чистотел*, *пустоцвет*, *долгонос*, в которых первая основа – прилагательное.

Сложносокращенный способ образования сложных существительных представлен (1) аббревиатурами инициального типа (*PR*); (2) аббревиатурами из сочетания начальных частей слов (*продмаг*, *пищпром*); (3) смешанным типом образований (*ГОСТ*); (4) аббревиатурами из сочетания начальной части слова с целым словом (*фитбол*); (5) аббревиатурами из сочетания начальной части слова с формой косвенного падежа существительного (*замглавы*); (6) аббревиатуры из сочетания начала первого слова с началом и концом второго или только с концом второго (*паркомат*).

В настоящее время продолжает оставаться актуальным вопрос о статусе новых заимствованных сложных слов типа *спорт-кар*, *имиджмейкер*. С целью определения способа словообразования и словообразовательного типа таких слов необходимо провести анализ отнесения второго компонента таких слов к суффиксоиду, корню или слову. На наш взгляд, для ответа на данный вопрос в первую очередь необходимо разграничить компоненты сложного слова, проведя сравнительный анализ с другими сложными словами с одним из этих компонентов. Например, слово *спорт-кар*, имеет самостоятельный компонент основу *спорт* и опорный компонент *кар*, который также обнаруживается в словах *мультикар*, *кит-кар* (знач. комплекс деталей для самостоятельной сборки автомобиля). В отличие от английского языка, в русском языке компонент *кар* является связным, при этом он имеет все признаки существительного, наделяет сложное слово значением «автомобиль», а поэтому относится к типу чистого сложения со связанной основой. К другому типу будет отнесено слово *имиджмейкер*, первый компонент которого существительное *имидж* является самостоятельным в русском языке, второй компонент *мейк* является связанным в русском языке, но в английском языке он самостоятелен и представляет собой глагольную основу. Далее аффиксоид *-ер* является формантом со словообразовательным значением. Исходя из этого, слово *имиджмейкер* будет отнесено к сложносuffixальному типу сложений с материальным аффиксом с опорным компонентом, содержащим глагольную основу.

Заключение

Таким образом, в русском языке представлено множество сложных существительных, которые относятся к разным словообразовательным типам. В результате проведенного анализа было выделено три основных словообразовательных способа образования сложных существительных, включая способ чистого сложения; сложносокращенный способ; сложносuffixальный способ, на основе которых были выделены словообразовательные типы. Для каждого из типов было проведено обоснование по трем ключевым признакам, включая отнесенность компонентов к одной части речи, наличие единого форманта и единого словообразовательного значения. Количественный анализ позволил обнаружить, что в русском языке преобладают сложные существительные типа сложения со связанными опорными компонентами, в то время как остальные словообразовательные типы встречаются более редко.

В статье была предпринята попытка определения словообразовательного типа сложных слов с заимствованными компонентами и заимствованных сложных слов, таких как *спорт-кар* и *имиджмейкер*. Было обнаружено, что предложенная классификация словообразовательных типов сложных существительных в целом позволяет решить проблему отнесения данных слов к определенному типу. При этом наиболее важно учитывать степень связанности опорных компонентов, принимать во внимание морфологические признаки опорного компонента, наличие или отсутствие материально выраженного суффикса.

В ходе исследования было обнаружено, что для всех словообразовательных типов сложных существительных характерно наличие опорного компонента, выполняющего роль ономаσιологического базиса и определяющего семантическое значение слова. Это позволит в дальнейшем выявить наличие тесной связи между словообразовательным типом сложного слова и словообразовательной категорией, определяющей его семантическую характеристику. Предполагается перспективным проведение дальнейших исследований словообразовательных типов и категорий сложных существительных русского языка.

Список литературы

1. Бровец А.И. Дешифровальный стимул сложносокращённого слова: к проблеме определения и описания // Русистика. – 2019. – №4. – С. 487–501.
2. Гак В.Г. Семантическая структура слова как компонент семантической структуры высказывания / В.Г. Гак, А.А. Леонтьев. – М. : Просвещение, 1971. – 124 с.
3. Ганизода С. О соотносительности сложных слов и актуального синтаксиса // Вестник ТГУПБП. – 2021. – №4 (89). – С. 86–92.
4. Кубрякова Е.С. Теория номинации и словообразование // Языковая номинация (Виды наименований). – М.: URSS ; Либроком, 2010. – 83 с.
5. Кубрякова Е.С. Типы языковых значений: Семантика производного слова. – М.: URSS : Ленанд, 2009. – 198 с.
6. Современный русский язык : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. М. Колесникова, Е. В. Алтабаева, Л. П. Водясова [и др.]; под ред. С. М. Колесниковой. – М. : ФЛИНТА, 2021. – 559 с.
7. Современный русский язык. Словообразование. Морфология / Н.М. Шанский, А.Н. Тихонов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Альянс, 2022. – 256 с.
8. Улуханов И.С. Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 232 с.
9. Отажанова Х. Классификация способов словообразования в современной лингвистике // ORIENSS. – 2023. – №21. – С. 175–181.
10. Земская Е.А. Современный русский язык. Словообразование / Е.А. Земская. – М.: ФЛИНТА, 2021. – 324 с.
11. Гудилова С.В. Языковая специфика непроединительных сложных слов (квазикомпозитов) / Е.В. Клобуков, С.В. Гудилова // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М. : МАКС Пресс, 2001. – С. 12–25.

Список источников

12. Ефремова Т.Ф. Современный толковый словарь русского языка. URL: <https://gufo.me/dict/efremova?ysclid=ls89k4dsp8668333975> (дата обращения: 01.02.2024).
13. Толковый словарь С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой. URL: <https://slovarozhegova.ru/?ysclid=ls89kvsd1k182569050> (дата обращения: 01.02.2024).
14. Габдреева Н.В., Гурчиани М.Т. Словарь композитов русского языка новейшего периода. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. – 280 с.

УДК 80

Шеремета Е.И., Сущность понятия «неологизм» и его интерпретация современными исследователями

Шеремета Екатерина Ивановна

Старший преподаватель кафедры «Иностранные языки»
ФГАУ ВО «Севастопольский государственный университет», РФ г. Севастополь
kosova945@mail.ru

The concept of "neologism" and its interpretation by modern researchers

Sheremeta Ekaterina Ivanovna

Senior teacher of the Department of "Foreign Languages"
Of the Sevastopol State University, Russia, Sevastopol

Аннотация. В данной статье рассмотрены различные подходы к изучению и интерпретации понятия «неологизм» в рамках «стилистической», «психолингвистической», «лексикографической», «денотативной», «структурной» и «конкретно-исторической» лингвистической теории. Проанализированы воззрения различных учёных, выявлены наиболее обширные.

Ключевые слова: неологизм, языковое пространство, эффект новизны, лингвистическая теория, языковая сущность.

Abstract. The article substantiates various approaches to the study of the concept of "neologism" within the framework of "stylistic", "psycholinguistic", "lexicographic", "denotative", "structural" and "concrete historical" linguistic theory. The views of various scientists are analyzed, the most extensive ones are revealed.

Keywords: neologism, linguistic space, novelty effect, linguistic theory, linguistic essence.

1.1. Сущность понятия «неологизм» и его интерпретация современными исследователями

Проблема возникновения и употребления новых слов всегда интересовала лингвистов, но особую актуальность она приобрела в современную эпоху, отличительной чертой которой стало появление большого количества неологической лексики, и многие исследователи в связи с этим отмечают своеобразный «неологический взрыв».

Д. Э. Розенталь указывает, что неологизмы – это новые слова, которые еще не стали привычными и повседневными наименованиями соответствующих предметов и понятий [6].

Похожее определение дает и В.В. Виноградов, который указывает, что неологизмы – это новые лексические образования, которые возникают в силу общественной необходимости для обозначения нового предмета или явления,

сохраняют ощущение новизны для носителей языка и которые еще не вошли или не входили в общелитературное употребление [4].

Вместе с тем следует указать, что в современной лингвистике нет единого мнения по поводу неологизмов, их природы и сущности. Более того, сам термин «неологизм» не имеет однозначного определения. По мнению Н.З. Котеловой, одной из основоположниц русской теоретической лексикологии и лексикографии, существует несколько лингвистических теорий, пытающихся раскрыть языковую сущность такого явления, как неологизм. Условно эти теории называют «стилистической», «психолингвистической», «лексикографической», «денотативной», «структурной» и «конкретно-исторической». Рассмотрим вкратце каждую из них [7].

Согласно стилистической теории, к неологизмам относят стилистически маркированные слова, значения слов или фразеологизмы, употребление которых сопровождается эффектом новизны.

В работе Л.И. Рубинчика ощущение новизны, которым сопровождается восприятие нового слова, признается единственным критерием определения неологизма [8].

В работах Ю.Н. Антюфеевой признак новизны связывается с хронологическим критерием. По ее мнению, общим для всех инноваций, в том числе неологизмов как их видового понятия, является своеобразная маркированность временем, которая влечет за собой известную необычность, свежесть на фоне привычных языковых форм, малоизвестность (или неизвестность) в широком употреблении [1].

А.Д. Васильев говорит о том, что «психологическая оценка факта новизны слова является субъективной, не поддается абсолютизации», но при этом считает возможным дать определение неологизма с опорой на критерий, максимально расширив круг носителей языка, мнение которых учитывалось бы при квалификации какого-либо слова как неологизма [3].

Идея об относительности нового знания, лежащего в основе неологизма, соотносится с ономаσιологической теорией А.А. Брагина, который полагает, что новым, неизвестным языку можно считать только такой смысл, которые не был воплощен ранее в словесной форме. Была предпринята попытка определить степень и вид новизны языковой единицы относительно конкретного носителя языка и всего языкового коллектива в целом. В результате выделены 3 группы слов:

а) слова, новые по значению и для общего, и для индивидуального языка; подобные слова сконструированы, а не извлечены из памяти, они воспринимаются как новые;

б) слова, новые для языкового коллектива, но известные индивидуальному языку: жаргону, аргю, сленгу, просторечию и т.п.; в эту же группу слов входят и индивидуально-авторские образования;

в) слова, значения которых известны общему языку, но новые для индивида [2].

Н.З. Котелова, критикуя приверженцев стилистической теории, указывает, что «многие новые слова сразу усваиваются говорящими и ощущение новизны быстро стирается» [7].

Иногда новые слова даже в момент своего возникновения не обладают признаком новизны и воспринимаются носителями языка как обычные, привычные лексемы. Обычно к таким неологизмам относятся новообразования, созданные по продуктивным моделям русского словообразования, при этом они обозначают уже известные носителю данного языка реалии, например, прилагательные догорбачевский, послегорбачевский, постсоветский, постперестроечный, доперестроечный (периоды развития общества) и прочее.

Все вышесказанное позволяет согласиться с Н.З. Котеловой, полагавшей, что ореол новизны – это характеризующий, но не определяющий признак для такого явления, как неологизмы [7].

Наиболее полно психолингвистическая теория представлена, в частности в работах А. Д. Сумановой, которая определяет неологизм как языковую единицу, не встречавшуюся ранее в индивидуальном речевом опыте носителя языка. Таким образом, акцент делается на субъективной, индивидуальной новизне неологизма.

Именно поэтому, по ее данным, архаизмы могут восприниматься носителями языка в силу их жизненного опыта как новые, неизвестные им единицы. [9].

Сторонники лексикографической теории полагают, что неологизмы – это слова, отсутствующие в современных словарях, не отмеченные словарями. Эта точка зрения получила значительное распространение в западной неологии.

По мнению Е. Я. Шмелёвой, наличие или отсутствие слова в словарях целесообразно использовать как один из методов выявления неологизмов, но не как основной признак. Одна из самых распространенных теорий неологизмов – это денотативная теория. Она рассматривает неологизмы в рамках денотативной теории, где неологизм – это слово, обозначающее новое явление или понятие [10].

Указывая на недостатки этой теории Е. Я. Шмелёва пишет, что она не учитывает внутриязыковые причины появления неологизмов (стремление носителя языка к экспрессивности, выразительности, экономности номинации, образование по аналогии и то, что неологизмы могут обозначать разные с точки зрения новизны явления и понятия. Самой многочисленной группой неологизмов являются те, которые действительно обозначают новые реалии и понятия. В то же время появилось много неологизмов, обозначающих ранее известные (и обычно уже имевшие общепринятое название) реалии. Некоторые давно существующие реалии получили имя лишь после того, как актуализировались в ходе развития общества [10].

Таким образом, не всегда за неологизмами скрываются новые явления и понятия. Поэтому данная теория охватывает лишь малую часть новой лексики и может быть принята с некоторыми оговорками.

Сторонники структурной теории полагают, что к неологизмам могут быть отнесены только те слова, которые обладают абсолютной структурной, формальной новизной; обычно это уникальные звукосочетания, воспринимающиеся как нечленимые, непроеизводные, немотивированные единицы. В качестве примеров обычно приводятся такие слова, как «неон», «лилипут», «бокс». Н.З. Котелова не считает правомерным рассматривать их в качестве иллюстраций, доказывающих корректность данной теории, поскольку они являются заимствованиями (газ), аббревиатурами (лавсан) либо звукоподражаниями (кодак) [7].

Структурная теория вызывает много возражений. Так, по мнению Н.З. Котеловой, «с теоретической точки зрения, таких слов не должно быть», поскольку при их создании используются только грамматические словоизменительные морфемы, в то время как корни и мотиваторы семантически пусты. Многими лингвистами отмечается тот факт, что современные номинации (и не только в русском языке) стремятся к мотивированности.

Признак «нового», «новизны», лежащий в основе большого числа определений неологизма, по мнению Н.З. Котеловой, должен быть уточнен с точки зрения времени и языкового пространства, что позволит дать более корректное представление о сущности неологизма. Дело в том, что «понятие неологизма исторично и относительно», поэтому ему нужны конкретизаторы.

К неологизмам должны относиться слова, которые существуют в определенный период языка и не существовали в предшествующий период. И.А. Воробьева определяет точку отсчета: новые слова – это «слова, возникшие на памяти применяющего их поколения» [5].

Таким образом, неологизмы можно определить как слова, значения слов и идиомы, существующие в определенном языке, подъязыке и языковой сфере и не существовавшие в предшествующий период в том же языке, подъязыке, языковой сфере.

Достаточно полным можно назвать определение Н.З. Котеловой, понимающей под новыми словами «как собственно новые, впервые образованные или заимствованные из других языков слова, так и слова, известные в русском языке и ранее, но или употреблявшиеся ограниченно, за пределами литературного языка, или ушедшие на какое-то время из активного употребления, а сейчас ставшие широко употребительными», а также «производные слова, которые как бы существовали в языке потенциально и были образованы от давно образовавшихся слов по известным моделям лишь в последние годы (их регистрируют письменные источники только последних лет)» [7].

Таким образом, в современной лингвистике нет единого подхода к пониманию термина «неологизм». Вместе с тем наиболее распространенными являются точки зрения таких исследователей, как Н.З. Котелова, выделившей три конкретизатора термина (по признаку «время», по параметру «языковое пространство» и по типу новизны языковой единицы), а также и В.В. Виноградова, который в качестве неологизма понимает новое лексическое образование, возникшее в силу общественной необходимости для обозначения нового предмета или явления, сохранившее при этом ощущение новизны для носителей языка и не вошедшее в общелитературное употребление.

Таким образом, многоаспектность исследования неологизмов в современном языке не обеспечивает их достаточно полный и глубокий анализ.

Список литературы

1. Антюфеева Ю.Н. Окказиональные образования в контексте языковой картины мира // Языки и картина мира. Тезисы докладов Всероссийской научной конференции. 12-15 марта 2002 года. – Тула, ТулГУ, 2002. – 61 с.
2. Брагина А. А. Неологизмы в русском языке. / А.А. Брагина – Спб.: Наука, 2015. – 318 с.
3. Васильев А.Д. Слово в телеэфире: Очерки новейшего словоупотребления в российском телевидении: монография. Красноярск: СибЮИ МВД России, 2018. – 166 с.
4. Виноградов В. В. Словообразование в его отношении к грамматике и лексикологии // Исследования по русской грамматике. – М., Наука, 1975. – 371 с.
5. Воробьева И.А. Понятие «неологизм», классификация неологизмов в английском языке // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2019. №3(101). – С.158-166.

6. Розенталь Д.Э. Справочник по русскому языку // Практическая стилистика . – М., Оникс, 2001. – 528 с.
7. Котелова Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов // Новые слова и словари новых слов. – Л.: Наука ЛО, 2-е изд., 2003. – 181 с.
8. Рубинчик Л. И. Неологизмы XXI века / Л.И. Рубинчик. – Текст: электронный // RusskiiYazyk.ru: [сайт]. – URL: <https://russkiiyazyk.ru/leksika/slovar-neologizmov.html> (дата обращения 15.01.2024).
9. Суманова, А.Д. Новые слова 2020 года / А. Д. Суманова. – Текст: электронный // В городе N: [сайт]. – URL: <https://www.vgoroden.ru/statyi/novye-slova-2020-goda> (дата обращения 30.12.2023).
10. Шмелева, Е.Я. Заразительные неологизмы / Е. Шмелева. – Текст: непосредственный // Коммерсантъ Наука. – 2020. – № 10. – С. 44.

УДК 81.38

Ширпал Е. Н. Проблема сравнения в художественном тексте

Ширпал Елена Николаевна
обучающаяся 1 курса Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО
«КФУ им. В.И. Вернадского» в г. Ялте

The problem of comparison in a literary text

Shirpal Elena Nikolaevna
1st year student Humanitarian and pedagogical academy (branch)
V.I. Vernadsky Crimean Federal University in Yalta

Аннотация. В статье системно исследованы различные сравнительные языковые средства художественной литературы, разработана их типология. Проанализированы системные связи, возникающие между сравнениями в художественном произведении; выявлена доминирующая роль сравнений в создании лексической структуры образов. Установлена семантическая, морфологическая и формально-синтаксическая типология сравнений. Исследованы языковые особенности выявления сравнительных средств художественного текста. Изучены потенциальные функциональные и стилистические возможности сравнительных средств. Доказано, что сравнение неразрывно связано с ценностной картиной мира.

Ключевые слова: сравнение, сравнительный компонент, художественный текст, экспрессивность, языковой картины художественного текста, гетерогенность компонентов.

Abstract. The article systematically studies various comparative linguistic means of fiction, their typology is developed. The system connections that arise between comparisons in a work of art are analyzed; discovered the dominant role of comparisons in creating the lexical structure of images was found. The semantic, morphological and formally-syntactic typology of comparisons is established. The linguistic features of revealing comparative means of artistic text are investigated. The potential functional and stylistic possibilities of comparative means are studied. It is proved that the comparison is inextricably linked with the value picture of the world.

Key words: comparison, comparative component, artistic text, expressiveness, linguistic picture of artistic text, heterogeneity of components.

Сравнение издавна привлекает внимание лингвистов. История его исследования насчитывает более двух тысяч лет [11, с. 19]. Ведь сравнение влияет на процесс познания в любом языке, воспроизводит общее настроение, уровень образованности, ассоциативного мышления и культурного воспитания говорящего, личное его отношение к субъекту сравнения и является выразительным материалом для исследования самых ярких когнитивных признаков, которыми сформировано содержание ведущих духовных ценностей нашего народа, его ментальность.

Конструкции со сравнительным компонентом являются чрезвычайно частотными в художественном тексте, способствуют установлению характерных признаков предмета, как прием художественной речи представляют собой одно из средств обрисовки образа.

В языкознании природа сравнительных конструкций была проанализирована в нескольких аспектах: грамматическом (Ю. Маковецкая-Гудзь [11], И. Кучеренко [9] и др.), фразеологическом (В. Огольцев [14], К. Мизин [12] и др.), ономаσιологическом (Л. Алексишина [15] и др.), функционально-стилистическом (Л. Мяснянкина [13], Т. Коваль [7] и др.). Сравнение как экспрессивное средство рассматривали в своих трудах В. Ярыгина [20], Л. Гололюх [3], О. Сухолитка [17] и др.

По нашему мнению, анализ сравнительных единиц дает ключ к пониманию познавательной и коммуникативной функции элементов их структуры. Такой анализ возможен благодаря вербализации говорящими с помощью сравнительных конструкций определенной культурно-национальной информации.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Актуальность исследования обусловлена усиленным интересом современной лингвистики к системно-функциональной организации природы языка, отсутствием специальных комплексных языковедческих трудов, представляющих ментально-речевое описание концептов, ставших предметом и образом сравнения. Научная новизна работы проявляется в том, что в ней впервые системно проанализированы сравнительные языковые средства художественной литературы, разработана их типология; учтены системные связи, возникающие между сравнениями в художественном произведении; выявлена доминирующая роль сравнений в создании лексической структуры образов.

Основной целью работы является установить семантическую, морфологическую и формально-синтаксическую типологию сравнений, исследовать языковые особенности выявления сравнительных средств художественного текста.

Для достижения поставленной цели следует решить ряд задач: выяснить особенности толкования термина «сравнение»; определить сущность сравнения; представить классификацию сравнений; исследовать семантическое и прагматическое своеобразие сравнительных конструкций художественного текста.

В работе использованы методы, распространенные в современном языкознании: описательный – для систематизации тех языковых единиц, которые обеспечивают формирование сравнений в исследуемом материале, при выяснении места сравнений в системе образных средств языка; контекстуальный – для

уточнения значения отдельных языковых единиц; элементы компонентного анализа – для выявления тех составляющих значения слова, которые выражают сравнение в исследуемом материале; метод дистрибутивного анализа – для уточнения роли языкового окружения слов в тексте для выражения сравнения; концептуальный метод (при изучении когнитивного и прагматического уровней сравнений).

Проведенный комплексный анализ позволяет глубже узнать своеобразие сравнительных средств, их потенциальные функциональные и стилистические возможности.

Сравнения входят в систему понятий, с помощью которой носители языка воспринимают, классифицируют и интерпретируют мир. Эта система является составляющей языковой картины мира, возможность познать которую нам дает лучшее понимание специфики любого языка, понимание системы представлений народа, его самобытности и ментальности.

Категория сравнения присуща любому языку, ведь «без сравнения нет познания» [16, с. 90]. Литературоведческий словарь-справочник отмечает, что «сравнение – троп, заключающийся в объяснении одного предмета через другой, подобный ему, посредством компаративной связи, то есть связующих союзов: как, словно, будто и др» [4, с. 546].

Энциклопедия толкует сравнение как фигуру речи или реже троп (в форме творительного падежа существительных), заключающийся в изображении лица, предмета, явления или действий через наиболее характерные признаки, которые являются органически свойственными для других. В основе сравнений лежат логические операции выделения наиболее существенного признака, описанного через поиск другого, для которого этот признак является более отчетливым [5, с. 507].

Сейчас остается дискуссионным вопрос относительно трохеического статуса сравнения. Большинство ученых настаивают на том, что сравнение относится к системе тропов, обосновывая это функцией тропа в художественном тексте, поскольку оно подчеркивает речь и служит средством создания экспрессивности (К. И. Мизин [12], В. Чабаненко [19], В. Ярыгина [20] и др.).

Другие придерживаются мнения, что сравнение относится к стилистическим фигурам [18, с. 7], поскольку, исходя из определения Аристотеля, троп имеет место, когда происходит замена, а в случае со сравнением имеет место сложение.

Лингвисты часто определяют сравнение как трехкомпонентную структуру, содержащую рассматриваемый субъект, объект, с которым сравнивается субъект, и семантическую основу (общность), которая позволяет сравнивать два объекта. По

нашему мнению, такой взгляд на структуру сравнения является дельным, поэтому он взят нами за основу при выполнении выборки сравнений из текста романа В. Лиса «Век Якова».

С точки зрения узуальной ассоциативности, языковеды разделяют сравнения на языковые и речевые (К. И. Мизин [12], Н. С. Хижняк [18, С. 7] и др.). Языковые – это так называемые устоявшиеся сравнения. Речевые – авторские, отражающие идиосиль писателя и позволяющие глубже проникнуть в замысел автора.

Сейчас языковеды отмечают, что на степень прагматической значимости в определенной степени влияет наличие в структуре слова определенных Сэм: оценочной, эмоциональной, экспрессивной, стилистической [8, с. 75]. Прагматическая значимость сравнений связана с разными типами контекстов, с одной стороны, и с разными типами информации, с другой. Художественные тексты играют особую роль в этом измерении.

По мнению И. Р. Гальперина, вся информация, содержащаяся в ткани художественного текста, может быть содержательно-фактуальной, содержательно-концептуальной и содержательно-подтекстовой [2, с. 113]. Одним же из средств языковой картины мира является сравнение со содержательно-концептуальной значимостью, поскольку такая информация позволяет читателю понять отношение между явлениями через различные эмоциональные, экспрессивные и оценочные оттенки [8, с. 75].

Анализ значимости сравнений позволяет детальнее раскрыть особенности функционирования отдельной компаративной единицы, учитывая воплощение авторского замысла. Обратим внимание на то, что сравнение обычно используют с целью выявления в определенном объекте тех признаков, на которые чаще не обращают внимание.

Сравнениям отведено отдельное место при исследовании языковой картины художественного текста, поскольку их детальный анализ позволяет говорить о роли отдельных объектов или явлений окружающей действительности в концептуализации мира, объективированной средствами речи [8, с. 75].

В языке художественного текста изучение специфики сравнений приобретает особый исследовательский вес. Ведь здесь эмоционально-оценочный характер сравнений проявляется максимально полно, фиксируя ментальные элементы картины мира. По мнению Г. Ковалевой, сравнение является одним из средств манипулятивного воздействия на участников диалога, с одной стороны, и на читателя, с другой [8, с. 75]. Благодаря компаративным конструкциям у человека

формируется ассоциативно-образная оценочная модель мира, а также увеличивается уровень информированности об окружающей среде. Поэтому сравнение играет роль эмоционального индикатора авторского отношения к изображаемому и является важным фактором при изображении авторской картины мира.

По мнению А. С. Ахмановой, экспрессия присуща преимущественно текстам художественного произведения и является «выражающе-изобразительным качеством речи, отличающим его от обычного (или стилистически нейтрального) и придающим ему образности и эмоциональной окраски» [1, с. 524].

Как семантико-стилистическая категория экспрессивность выявляет связь с эмоциональностью, оценкой, стилистическим значением, однако не отождествляется с названными понятиями. Экспрессивность аккумулирует в себе эти понятия, является интенсивной выразительностью определенного языкового знака. Поскольку экспрессивность может быть присуща единице любого уровня языка, то логичной представляется классификация экспрессивных средств в соответствии с уровнями языковой структуры, предусматривающая выделение по крайней мере таких видов экспрессивных средств: фонетические, лексико-фразеологические, словообразовательные, морфологические и синтаксические. Мы же в исследовании логически ограничимся лексико-фразеологическими и синтаксическими средствами.

Мы согласны с мнением о том, что «экспрессивные средства выступают специфическими актуализаторами текста, расширяющими возможности ассоциативного восприятия сообщения, его интерпретации и субъективного осмысления» [7, с. 6]. Это в полной мере касается сравнения как одного из компонентов выражения языковой картины мира художественного текста.

Следовательно, сравнение как особый прием отражения в языке объективной реальности и способ ее познания требует исследования его стилистических функций в современной прозе, поскольку является важным элементом в исследовании языковой картины художественного текста.

В энциклопедии указано, что «в сравнении различают субъект сравнения (то, что сравнивают), объект сравнения (то, с чем сравнивают) и признак, по которому один предмет (субъект) сравнивается с другим (объектом). Признак может определяться цветом, формой, размером, запахом, ощущением, качеством, свойством и т. д. Сравнения, благодаря подвижности лексической семантики, часто лежат в основе образования других художественных средств – эпитетов, метафор, гипербол, параллелизмов и т.д.» [5, с. 507].

Лингвисты предлагают различные классификации сравнений. Так, в труде Н. С. Хижняк представлена следующая классификация: ассоциативные и логические сравнения. Под ассоциативным сравнением автор понимает категорию, воплощаемую в стилистической фигуре сравнения, которая может сопоставлять два таксономических объекта, соединенных общностью определенного признака, выражается морфологически, лексически и синтаксически (сравнительными оборотами и придаточными предложениями) и характеризуется образностью, экспрессивностью и гибкостью структуры. Логическое же сравнение относится к способности сравнивать предметы, существа или их качества, учитывая меру качества или степень обнаружения действия или состояния, и которое грамматически соотносится со степенями сравнения прилагательных и наречий, которые выступают средством выражения сравнения логически сопоставимых предметов и действий [18, с. 60].

Ассоциативное сравнение, в противоположность логическому, имеет модальное значение. Так, модальностью ирреальности можно охарактеризовать сравнения, в которых действия или свойства субъекта представлены как вероятные, возможные, приблизительные. В русском языке такая модальность может быть выражена с помощью таких модальных частиц: языков, языков, вроде, как, вроде, вроде и т.д.

С формальной точки зрения сравнение может быть простым – в нем предмет или явление сопоставляется по однородным признакам; распространенным, когда предмет или явление сопоставляются по нескольким признакам одновременно; присоединительным, в котором образ подается после предмета; отрицательным – в этом сравнении есть противопоставление двух объектов.

Следовательно, классифицировать сравнение можно, учитывая как лексико-семантический, так и синтаксический уровни языка.

Художественный образ часто строится на использовании сходства между двумя далекими друг от друга предметами. Целесообразно предположить, что актуализация образного компонента значения посредством художественного сравнения происходит при условии гетерогенности его компонентов. Такая гетерогенность обусловлена тем, что субъект и объект сравнения принадлежат к разным категориальным областям и представлены словами разных лексико-семантических групп (название существа, абстрактное название / конкретное название и т.д.): сама похожа на стройную складную елку [10, с. 56]; Над деревней плыли гигантские журавли – белые облака [10, с. 151].

Иногда актуализация образного компонента значения происходит в противоположном направлении: бросился, наклонился к бледному, как смерть, лицу [10, с. 19]; Ну ты дайш, дед! Пряма ковбой какой-то! [10, с. 25]; ослепили глаза белым блеском двое груденят – будто белые калачики, для него испеченные [10, с. 27]. Как видно из приведенных примеров, возникает некоторая асимметрия между двумя компонентами сравнения. Это актуализирует образный компонент значения, который связан с ощущениями, эмоциями, что вызывает этот объект. Приведенные примеры свидетельствуют об отражении в речи определенных черт языковой личности. Здесь на первый план выходит аспект антропоцентризма, который занимает центральное место во многих современных лингвистических работах.

На наш взгляд, выбор автором сравнения обусловлен человеческим опытом, избирательностью восприятия, предоставлением преимуществ определенным культурным факторам, принципом понятности.

Ю. М. Караулов, один из наиболее известных исследователей этой проблемы, считал, что вполне правомерно говорить о возможности изучения способностей человека с помощью особенностей текстов, которые порождаются им [6, с. 3].

Индивидуальный опыт человека тесно связан с представлением о «добре» и «зле», «плохом» и «хорошем», «хорошем» и «уродливом», что вводит в содержательную структуру компаративной конструкции такие компоненты, как оценочность, экспрессивность, эмоциональность: каждую черточку изучил на ее лице, Овальном, загорелом, на солнце похожем, а теперь увидел две дынечки груденят – ослепительно-белых, тоже два ясных солнца, под правой сиськой родиночку, похожую на маленького паучка, впервые увидел. А не знал, ой, не знал до сих пор этой девушки... Будто дверь распахнул в целый мир, а там. Морозом войнуло. [10, с. 28]; Голос из прошлого, далекий, словно эхо, прилетевшее из-за леса. И острый, как лезвие ножа, что, разрезает ему горло. Пополам [10, с. 48] и т. д. Как видим из приведенных примеров, сравнение неразрывно связано с ценностной картиной мира, его анализ позволяет выявить место тех или иных объектов в языковой картине мира. Эта информация отражает авторское видение окружающей среды и согласуется с индивидуальной моделью мира писателя.

Из приведенных примеров сравнений становится ясно, что они выполняют две основные функции в тексте произведения: логико-интеллектуальную и эмоционально-экспрессивную. Поэтому имеют содержательную и экспрессивную составляющие.

Проведенный анализ свидетельствует об эффективности художественного сравнения как средства актуализации языковых единиц и о его широких возможностях для изучения средств вербальной репрезентации языковой картины мира автора как организующего ядра произведения. Сравнение как особый прием отражения в языке объективной реальности и способ ее познания требует исследования его стилистических функций в современной прозе. Сравнение – один из основных приемов познания мира, его традиционно считают простейшим языковым средством образности. Исследование сравнений как языкового средства до сих пор остается актуальным, поскольку компаративные конструкции способны не только фиксировать элементы модели мира, но и проследить процессы их формирования и показать динамику этих процессов. Сравнение дает широкие возможности для изучения языковой картины мира автора как организующего ядра произведения. Выбор сравнения автором художественного произведения обусловлен человеческим опытом, избирательностью восприятия, предоставлением преимущества определенным культурным факторам, принципом понятности. Перспективными считаем исследования использования сравнения в языке произведений современной русской художественной литературы.

Список литературы

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – 2-е изд., стер. – М: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. – 571 с.
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М.: Едиториал УРСС, 2004. – 144 с.
3. Голоюх Л. В. Сравнение как структурно-стилистический компонент художественного текста (на материале украинской художественной прозы): автореф. дис. на соискание наук. степени канд. филол. наук: 10.02.01 / Л. В. Голоюх. – Киев, 1996. – 20 с.
4. Громяк Р. Т. Литературоведческий словарь-справочник / Р. Т. Громяк, Ю. И. Ковалив, В. И. Теремко. – К.: Академия, 2004. – 752 с.
5. Энциклопедия украинского языка / [уклад. В. М. Русановский и др.]. – К.: «Укр. энциклопедия» им. М. Бажана, 2004. – 821 с.
6. Караулов Ю. Н. Русская языковая личность и задачи её изучения / Ю. Караулов // Язык и личность. – Москва: Наука, 1989. – С. 3-8.
7. Коваль Т. Л. Средства экспрессивизации украинского газетного дискурса начала XXI в.: автореф. дис. на соискание наук. степени канд. филол. наук: 10.02.01 / Т. Л. Коваль. – Запорожье, 2011. – 219 С.
8. Ковалева Г. Мировоззренческие доминанты украинцев в компаративных моделях: семантика и прагматика сравнения / Анна Ковалева // украинский мир в научных парадигмах: сборник научных трудов Харьковского национального педагогического университета имени Г. С. Сковороды. – Харьков: ХИФТ, 2014. – Вып. 1. – С. 74-80.
9. Кучеренко И. К. Сравнительные конструкции языка в свете грамматики / И. К. Кучеренко. – Киев. ун-та, 1959. – 108с.

10. Лис В. Век Якова / Владимир Лис. – Харьков: Книжный клуб «Клуб семейного досуга», 2015. – 240 с.
11. Маковецкая-Гудзь Ю. А. Семантико-грамматические модели художественных сравнений (на материале украинского поэтического языка 70-90-х годов XX века): автореф. дис. на соискание наук. степени канд. филол. наук: 10.02.01 / Ю. А. Маковецкая-Гудзь. – Киев, 2010. – 206 с.
12. Мизин К. И. Устоявшиеся сравнения английского, немецкого, украинского и русского языков сквозь призму временного кода культуры: сопоставимо-лингвокультурологический аспект / К. И. Мизин // Вестник Луганского национального университета: серия Лингвистика. – № 2 (29). – 2013. – С. 13-18.
13. Мяснянкина Л. И. Сравнение в идиостиле М. А. Шолохова: функционально-семантический и прагматический аспекты: автореф. дис. на соискание степени канд. филол. наук: 10.02.02 / Л. И. Мяснянкина. – Запорожье, 2011. – 20 с.
14. Огольцов В. М. Устойчивые сравнения в системе русской фразеологии / В. М. Огольцов. – М.: Либроком. – 2010. – 178 с.
15. Алексишина Л. Г. Лексико-семантические и стилистические особенности зоонимных художественных сравнений немецкого языка: автореф. дис. на соискание наук. степени канд. филол. наук: / Л. Г. Алексишина. – Львов, 2004. – 220 с.
16. Русановский В. М. Структура лексической и грамматической семантики: [монография] / Виталий Макарович Русановский. – К.: Наук.мысль, 1988. – 240 с.
17. Сухолитка О. Образно-ассоциативное сравнение в произведениях Валерия Шевчука. Лингвистический анализ / О. Сухолитка // актуальные проблемы современной филологии: языковедческие студии: сб. науч. трудов. – Ровно: РГГУ, 2001. – Вып. 9. – С. 72-78.
18. Хижняк Н. С. воспроизведение ассоциативного поля сравнения в испано-украинском художественном переводе: автореф. дис.на соискание степени канд. филол. наук / Н. С. Хижняк. – Киев, 2012. – 20 с.
19. Чабаненко В. А. Силистика экспрессивных средств украинского языка: монография / Чабаненко В. А. – Запорожье: ЗГУ, 2002. – 351 с.
20. Ярыгина В. В. сравнение и перифразы как средства выражения эмоционально-экспрессивной окраски в украинских проповедях / В. В. Ярыгина // Вестник Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина: серия филология. – №836. – Вып. 54. – Харьков, 2008. – С. 45-47.

СЛАВЯНСКИЕ ЯЗЫКИ

УДК 372.881.1

Мочалова Т.С. Некоторые особенности словообразования и словоупотребления польских феминитивов

Мочалова Татьяна Сергеевна

канд. филологических наук, доцент, Дипломатическая академия
МИД России, г. Москва
tmochalova@mail.ru

Some features of word formation and use of Polish femininitives

Mochalova Tatiana Sergeevna

PhD in Philology, Associate Professor of Diplomatic Academy, Ministry of Foreign Affairs
of the Russian Federation, Moscow

Аннотация. Важным аспектом языковой подготовки студентов является их знакомство с законами и тенденциями словообразовательных процессов. Одна из таких тенденций – ширящееся распространение производных существительных женского рода, называющих профессии, звания и должности. Понимание учащимися лексико-стилистических оттенков феминитивов и умение использовать их в речи – важная составляющая их успешной коммуникации в предстоящей профессиональной деятельности.

Ключевые слова: польский язык, словообразование, культура речи, неологизмы, феминитивы

Abstract. An important aspect of the language training of students is their familiarity with the laws and trends of word-formation processes. One of these trends is the growing spread of derivative feminine nouns that name professions, titles and positions. Students' understanding of the lexical and stylistic shades of femininitives and the ability to use them in speech is an important component of their successful communication in their future professional activities.

Key words: Polish language, word formation, culture of speech, neologisms, nomina femina

Вопросам словообразования в процессе изучения славянских языков в русскоязычной аудитории придается, как правило, периферийное значение: польский язык, как и родственный русский – язык флективный, поэтому предполагается, что способы образования новых слов аналогичны существующим в русском языке, деривационные процессы приводят к похожим результатам (ср., например, префиксальные глагольные пары *рус. ехать* → *доехать, приехать*; *пол.jechać* → *dojechać, przyjechać*), и со временем студенты «привыкнут» к наиболее продуктивным словообразовательным моделям. Однако формирование у учеников представления о системе форм, функций и лексических значений мотивированных

слов наряду с навыком использовать их в речи следует признать важной задачей преподавателя, ведь умение распознать словообразовательное значение облегчает понимание всего текста, что особенно ценно при изучении иностранного языка [5, s. 328], тем более, что в именном и глагольном словообразовании в каждом славянском языке есть свои особенности, заслуживающие пристального внимания [1, с. 146].

С результатами суффиксального образования имен существительных учащиеся сталкиваются уже на самых ранних стадиях изучения языка. Применительно к польскому языку это касается, в частности, названий национальностей (а также жителей континентов и населенных пунктов, расы, вероисповедания) и обозначений лиц по профессии, выполняемой функции и занимаемой должности в мужском и женском роде.

Знакомясь с такими названиями, студенты учатся образовывать родовые пары при помощи наиболее распространенных суффиксов: *Litwin – Litwinka; Polak – Polka; Japończyk – Japonka; Belg – Belgijka; Grek – Greczynka* и т. д. Относительная деривационная регулярность цепочек типа *Niemcy – Niemiec – Niemka* не исключает, правда, других вариантов, когда необходимо отойти от поиска словообразовательных закономерностей и воспользоваться лексическим подходом (ср. *Finlandia > Fin*, но *Islandia > Islandczyk; Francja > Francuz*, но *Chorwacja > Chorwat*). При этом образование от этих слов существительных женского рода никаких проблем не вызывает, для них используется универсальный суффикс *-k(a)*: *Finka, Islandka, Francuzka, Chorwatka*.

Существительные мужского рода со значением действующего лица (*nomina agentis*) могут быть мотивированы разными частями речи, а наиболее продуктивными в этой группе слов являются суффиксы *-acz (gracz), -arz (malarz), -nik (pracownik), -ak (pływak), -owiec (drogowiec), -ca (kierowca)* и нек. др. Варианты подобных названий женского рода (*nomina feminina*, феминитивы) образуются преимущественно от основ слов мужского рода при помощи суффиксов

-k(a): *lider – liderka, menadżer – menadżerka, pisarz – pisarka* (r/rz);

-in(i)/-yn(i): *mówca – mówczyni, doradca – doradczyni, gość – gościni*;

-in(a), -ic(a)/-yc(a), -ar(a) (редко): *sędzina, premierzyca, spryciara*, а также

- родового форманта/окончания -a: *księgowy – księgową, radny – radną*.

Как отмечают М. Гроховска и А. Вежбицка, в процессе образования пар, коррелирующих по родовому признаку (так называемый *splitting*), доминирует многофункциональный суффикс **-k(a)** (около 90% всех случаев), именно он служит, прежде всего, для пополнения словаря новыми названиями типа *szoroholiczka*,

blogierka, golkiperka, hulajnogistka, alpakoterapeutka и т. д. Доля форманта *-yn(i)/-in(i)*, используемого исключительно для образования существительных женского рода со значением лица, составляет 4%. Феминитивы при его помощи образуются от существительных на *-c(a)* и на *-ek*: *zdrajca – zdrajczyni; członek – członkini* и (редко!) некоторых других (*mistrz – mistrzyni*). Использование остальных суффиксов в процессе деривации не превышает 1% [6, s. 51]. Словари фиксируют также феминитивы, возникшие в результате не суффиксации, а перехода в разряд существительных имен прилагательных (причастий), т.е. субстантивации: *księgowy – księgowia; radny – radna; przewodniczący – przewodnicząca* (3%).

Несмотря на ускорившееся в разных языках, в том числе, в русском и польском, пополнение словаря феминативами-неологизмами и частотности их употребления в речи, далеко не от каждого наименования действующего лица-мужчины можно образовать парное существительное женского рода, ср.: *kierowca (?)*, *stolarz (?)*, *premier (?)*, *prezydent (?)*, *konsul (?)*. Существование своеобразных словообразовательных лакун вызвано как языковыми, так и экстралингвистическими факторами. Фонетико-фонологическим препятствием является, например, трудность произношения групп согласных */trk, ktk, rżk/* (*pediatra – *pediatrka; architekt – *architektka; chirurg – *chirurgka*). К блокирующим можно отнести также семантический фактор и изменение стилевой окраски слова: суффикс *-(k)a*, в силу своей многозначности (он участвует, например, в образовании наименований предметов – *gumka, pilotka*, действий – *powtórka, drzemka*, выполняет деминутивную функцию – *cukierniczka, lampka* и др.), может придавать слову оттенок «несерьезности», иронии, а также, в каком-то смысле, снижать статус женщины и престижность ее звания или выполняемой функции (ср. *prezydentka, polityczka, filolożka, dyrektorka*). В публицистическом дискурсе современного польского языка встречаются формы женского рода *ministra* (от *minister*), *premiera* (от *premier*), однако пока они звучат непривычно, а некоторые языковеды считают их ненормативными или даже ошибочными.

При отсутствии симметричного названия женского рода для обозначения исполнителя действия, как и в русском языке, «общим», лишенным гендерной окраски, становится слово мужского рода, а родовыми указателями выступают определения или/и глагольные формы: *była premier oświadczyła*. При этом дополнительным указанием на женский род существительного, в отличие от русского языка, служит его несклоняемость, в то время как определение сохраняет свои парадигматические свойства (ср.: рус. *польский премьер-министр встретился с*

немецким канцлером – пол. *polski premier spotkał się z niemiecką kanclerz*). В синтаксических конструкциях с «общеродовым» словом компенсационную функцию часто выполняет дополнительный маркер женского рода – слово *pani*, предотвращающее недопонимание и синтаксические ошибки: *pani doktor dziś nie przyjmuje*.

Одним из важнейших в коммуникативном отношении аспектов при обучении польскому языку является речевой этикет и, соответственно, формы обращения с включением существительных, называющих звание или должность собеседника/собеседницы, в звательном падеже. При наличии в польском языке личного местоимения *ty* ('вы'), сфера его функционирования по сравнению с русским языком сильно ограничена, в адресативных оборотах при обращении к одному человеку оно не участвует, равно как и глаголы во множественном числе, а вежливое обращение к собеседнику/собеседнице строится по следующим схемам:

- к мужчине: *panie* + название должности **в звательном падеже** мужского рода, ср. *panie prezydencie, ministrze, premierze, ambasadorze*;
- к женщине: *pani* + название должности **в именительном падеже** «общего» рода, ср. *pani prezydent, minister, premier, ambasador*. [2, с. 617].

Русскоязычные учащиеся не сразу усваивают принцип построения таких конструкций, ведь здороваясь, прощаясь, обращаясь с просьбой, вопросом, благодарностью и т. п., говорящий должен не только знать грамматические правила, но и учитывать внеязыковые реалии – занимаемую собеседником/собеседницей должность, для каждой из которых часто существуют свои формы обращения (*panie magistrze – pani magister* к работникам аптек, *panie redaktorze – pani redaktor* к сотрудникам СМИ и др.). Нарушение этого принципа влечет за собой не только языковые, но и поведенческие ошибки. Интересно заметить, что в обращениях к женщине со словом *pani*, даже при наличии параллельной суффиксальной формы, используются формы «общего» рода: *Szanowna pani redaktor!* – **Szanowna pani redaktorko!* [3, с. 171; 4, с. 216]. Более того, некоторые ученые полагают, что существование в польском языке значительного количества имен, указывающих на звание или занимаемую должность, и своеобразная «титоломания» блокируют суффиксальную деривацию в женском роде [7, с. 131].

В течение двух последних десятилетий, однако, влияние упомянутых факторов, препятствующих образованию феминитивов суффиксальным способом, значительно ослабло. В устной и письменной речи поляков стали часто встречаться *fililożki, adiunktki, polityczki, agronomki, gościnie*. Соответственно возросло внимание к

проблематике взаимозависимости языка и пола («гендерной» лингвистике), причем не только в лингвистической среде. Появилась масса высказываний и публикаций политиков, психологов, социологов, журналистов, в соцсетях на эту тему ведутся отчаянные споры, среди носителей языка проводятся всевозможные опросы. Вот результаты одного из них, проведенного среди интернет-пользователей в 2023 году (участие в опросе приняло 1699 человек).

Вопрос: *Ваше отношение к феминитивам:*

- люблю и использую везде, где возможно – 9%;
- люблю и использую, но «без фанатизма» – 14%;
- пусть будут, но я их не использую – 23%;
- не признаю – 54% [8].

Эти результаты свидетельствуют о толерантном отношении почти половины респондентов к новому языковому явлению, каким является употребление в речи феминитивов. Правда, новым его можно считать лишь отчасти, правильнее, видимо, говорить о хорошо забытом старом, ведь «симметричные» дериваты женского рода существовали в польском языке уже в XIX веке. В прессе того времени встречаются *doktorka, docentka, tłumaczka, adwokatka*, а слово *gościni* ('гостья'), о котором сейчас ведутся споры, зафиксировано в словаре польского языка 1900-1927 гг. под ред. Карловича, Крынского и Недзведского. [8] (ср. также славянские/старопольские «парные» мужские и женские имена типа *Świętosław – Świętosława, Bronisław – Bronisława, Bogumił – Bogumiła, Bogusław – Bogusława, Stanisław – Stanisława*).

После второй мировой войны появилось много новых сфер деятельности и профессий. Востребованность женщин на рынке труда и их стремление к равноправию вызвали волну «равноправных» («общеродовых») обозначений для именования званий, должностей и рода занятий (*dyrektor, inżynier, polityk, chemik* и т.д.), сегодня же те же мотивы действуют как бы «в обратном направлении»: фактическое равноправие подтверждается языковым и усматривается в функционировании симметричных лексем типа *mieszkaniec – mieszkanka* (житель – жительница). Как пишет Ева Возняк, мы имеем дело «со своего рода парадоксом: то, что когда-то признавалось традиционным, сейчас считается проявлением современной и прогрессивной позиции» [9, s. 310].

Отчасти, употребление феминитивов – это действительно, не столько вопрос языка, сколько вопрос места женщины в обществе, ее социального статуса. Показательна в этом смысле резко возросшая частотность «новых» феминитивов в публичных выступлениях политиков и в СМИ после парламентских выборов в

Польше в октябре 2023 года. С приходом к власти коалиции либерального толка в новостных выпусках, в соцсетях активно замелькали *ministra, marszałkini, polityczka, naukowczyni*. Даже на официальном сайте премьер-министра Польши соседствуют разные формы: *I. Leszczyna Minister Zdrowia* и *K. Kotula Ministra do spraw Równości*, *P. Hennig-Kloska Minister Klimatu i Środowiska* и *A. Dziemianowicz-Bąk Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej*. На смену «общеродовым» обращениям в выступлениях *Polacy, posłowie, studenci* пришло *Polki i Polacy, posłanki i posłowie, studentki i studenci*.

Активно распространяющиеся феминитивы, как уже отмечалось, признаются не всеми, довольно популярным является мнение, что они – выдумка феминисток (не случайно против форм типа *posłanka* и *marszałkini* резко выступают представители правоконсервативной партии!), но ведь «феминизация» заложена в самой словообразовательно-грамматической структуре славянских языков, а в польском к тому же, кроме распределения имен по роду и одушевленности/неодушевленности, выделяется обширная группа так называемых лично-мужских существительных, т.е. учитывается еще и половая принадлежность, отражающаяся в грамматических формах разных частей речи, ср. *przyszli panowie Kowalscy* (пришли Ковальские – отец и сын или, например, братья), *przyszli państwo Kowalscy* (супружеская пара), *przyszły panie Kowalskie* (мать и дочь или сестры).

Феминитивы не являются чем-то чуждым польскому языку (и другим славянским языкам), они соответствуют его логике и истории, легко встраиваются в его лексико-грамматическую структуру, поэтому закономерно предположить, что они со временем займут в ней свое законное место. Какие из возможных феминитивов разной словообразовательной модели приживутся в языке, сегодня со всей определенностью сказать трудно: пока эта категория дериватов не унифицирована и подвижна, параллельно в речи могут употребляться разные формы, например, *pani magister / magistrantka / magisterka; pani adiunkt / adiunktka; posłanka/poselka/posłica/poselkini/posłina*. [3, с. 177]. В «Словаре польских наименований женского рода», изданном в 2015 году, содержится более 2100 феминитивов, зафиксированных в польском языке с XIX века до современности [10]. Интересные примеры на русском языковом материале можно найти на сайте <https://feminitives.ru/>. «Феминизатор» предлагает, например, к слову *водитель* такие словообразовательные варианты: *водительница, водителька, водителня, водителесса*. Многие из них звучат забавно и даже нелепо (при написании текстовой редактор *Word* подчеркивает красным все эти слова, кроме *водительница*, как,

кстати, и само слово *феминитив!*), но только время покажет, какие из них останутся в употреблении. Пока же к явлению симметричной деривации стоит без лишних эмоций присмотреться и в процессе преподавания прислушаться к мнению Совета по вопросам польского языка при Президиуме польской академии наук от 25.11.2019 г. о том, что рассматриваемые формы существительных женского рода представляют собой естественное явление, имеющее длительную традицию, а польский язык нуждается в большей, а еще лучше, в полной симметрии названий лиц мужского и женского пола [11]. Это особенно важно для тех из наших студентов, кто связывает свою будущую профессиональную деятельность с дипломатией и, соответственно, с официальным общением на польском языке с соблюдением правил политкорректности и речевого этикета.

Список литературы

1. Мочалова Т.С. От ошибки к норме? О своеобразной экспансии разговорного языка. В сборнике: *New world. New language. New thinking.* ДА МИД России. 2018. С. 140-147.
2. Мочалова Т.С. Адресативные конструкции в польском языке. В сборнике: *Новый мир. Новый язык. Новое мышление.* ДА МИД России. 2021. С. 615-620.
3. Лешкова О.О. Новые явления в категории феминативов. В сборнике: *Язык, сознание, коммуникация. Сборник научных статей к юбилею профессора Н. Е. Ананьевой.* МГУ им. М.В. Ломоносова. Москва, 2017. С. 169-178.
1. 4 Мочалова Т.С. О политике по-польски. Из опыта обучения языку специальности // *Славянский мир: язык, литература, культура. Материалы международной научной конференции, посвященной 100-летию со дня рождения профессора А.Г. Широковой / МГУ им. М.В. Ломоносова. М., 2018. С. 214-217.*
4. Grzegorzczkova R., Puzynina J. *Słowotwórstwo współczesnego języka polskiego.* PWN. 1984, 328 s.
5. Grochowska M., Wierzbicka A. *Produktywne typy słowotwórcze nazw żeńskich we współczesnej polszczyźnie.* Acta Universitatis Lodzianis. Folia linguistica 49, 2015, s. 45-55.
6. Łaziński M. *Czy gramatyka może przeszkadzać w rozmowie kobiety i mężczyzny [w:] Bariery i pomosty w komunikacji językowej Polaków, Lublin, 2005, s. 119–146.*
7. Raczek M. *Chirurgzka, posełka i gościni. Kogo denerwują feminatywy?* URL: (<https://kultura.trojmiasto.pl/Chirurgzka-poselka-i-goscini-Kogo-denerwuja-feminatywy-n174488.html>). Дата обращения: 05.01.2024.
8. Woźniak E. *Język a emancypacja, feminizm, gender, „Rozprawy Komisji Językowej ŁTN”, t. 60, 2014 s. 295–312.*
9. Małocha-Krupa A. i inni. *Słownik nazw żeńskich polszczyzny,* Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2015. Wrocław:WUW, 2016.
10. URL:[http://www.rjp.pan.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=1861: stanowisko-rjp-w-sprawie-zenskich-form-nazw-zawodow-i-tytulow&catid=98&Itemid=58](http://www.rjp.pan.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=1861:stanowisko-rjp-w-sprawie-zenskich-form-nazw-zawodow-i-tytulow&catid=98&Itemid=58). Дата обращения: 05.01.2024.

ГЕРМАНСКИЕ ЯЗЫКИ

УДК 811

Александрова Т.А. Лингвокультурологический потенциал аббревиатур в юридическом дискурсе (на материале английского языка)

Александрова Татьяна Анатольевна

к.ф.н, доцент, доцент кафедры иностранных языков
ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия», РФ, г. Саратов
talexandrova503@yandex.ru

The linguistic and cultural potential of abbreviations in legal discourse (based on the material of the English language)

Aleksandrova Tatyana Anatolyevna

PhD in Philology, Associate professor of Foreign Languages Department
Saratov State Law Academy, Russia, Saratov

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию лингвокультурологических аспектов функционирования аббревиатур в юридическом дискурсе. Анализируются особенности языка права. Выявляются основные виды аббревиации. Раскрываются лингвистические и экстралингвистические факторы возникновения аббревиатур в современном англоязычном юридическом дискурсе. Полученные результаты показали высокую эффективность функционирования аббревиатур в языке права, что обусловлено моносиллабизмом английской лексики, общей тенденцией к языковой экономии, адаптацией методов аббревиации из латинского языка к лингвистической среде англоязычного мира.

Ключевые слова: аббревиатура, юридический дискурс, лингвокультурологический аспект, языковая компрессия, лексическая единица, языковая экономия.

Abstract. This article is devoted to the study of linguistic and cultural aspects of the functioning of abbreviations in legal discourse. The features of the language of law are analyzed. The main types of abbreviation are identified. The linguistic and extralinguistic factors of the origin of abbreviations in modern English-language legal discourse are revealed. The results showed the high efficiency of the functioning of abbreviations in the language of law, which is due to the monosyllabic English vocabulary, the general trend towards linguistic economy and the adaptation of abbreviation methods from Latin to the linguistic environment of the English-speaking world.

Key words: abbreviation, legal discourse, linguistic and cultural aspect, linguistic compression, lexical unit, linguistic economy.

Появление большого количества аббревиатур в современном английском языке неотделимо от прогресса в обществе, науке и технике. Данные сокращения не только отражают актуальные тенденции в различных областях, но также служат эффективным инструментом для оптимизации коммуникации и управления информацией в условиях быстро меняющегося информационного пространства, где

четкость и лаконичность выражения играют важную роль. Использование сокращений играет важную роль в формировании и развитии национальных терминологий, способствуя повышению эффективности и ясности в обмене информацией. Таким образом, можно справедливо заметить, что широкое использование сокращенных лексических единиц в наши дни является одной из наиболее характерных черт развития национальных языков в целом.

Цель данного исследования – раскрыть лингвокультурологические особенности использования аббревиатур и их функционирование в юридическом дискурсе на современном этапе развития английского языка. Материалом изучения послужили англоязычные текстовые источники: решения федеральных и апелляционных судов США, нормативно-правовые акты.

Традиционная лингвистика рассматривает аббревиацию как «процесс создания единиц вторичной номинации со статусом слова, который состоит в усечении любых линейных частей источника мотивации и который приводит в результате к появлению такого слова, которое по своей форме отражает какую-либо часть или части компонентов исходной единицы» [1, с. 71]. По мнению Д.И. Алексеева «аббревиатура не рассчитана на передачу всей информации, содержащейся в многословном описательном исходном наименовании, она предусматривает обобщение исходной информации и ее интеграцию (сжатие)» [2, с. 14]. Для английского языка и его вариантов аббревиация является продуктивным способом словообразования, что связано с моносиллабизмом английской лексики, тенденцией к рационализации языка и экономии языковых усилий в современном обществе, адаптацией способов аббревиации латинского языка к англоязычной языковой среде.

Принцип экономии, который стоит за языковыми изменениями, основным образом проявляется в сфере общения, в частности, в дискурсе. Среди терминологических областей современного английского языка, наиболее увлекательной с точки зрения разнообразия сокращений является сфера юридического дискурса. Следует отметить, что юридический дискурс представляет собой неотъемлемую часть определенных процессов в историческом, религиозном, социально-политическом и культурном развитии любого общества и государства. «Важной чертой юридического дискурса является его способность регулировать социальную направленность и межличностные отношения, а также формировать системно-ценностные и идеологические общности, менталитет и общественное сознание. Юридический язык, как функциональная разновидность профессиональной деятельности людей, является неотъемлемым звеном системы

права с ее традициями, функциями, особенностями логического мышления и познания» [3, с. 750].

Среди аббревиированных лексических единиц юридического дискурса выделяются следующие виды:

1) Аббревиатуры инициального типа:

а) буквенная: *UNO* – *United Nations Organization* 'ООН', *IRC* – *Internal Revenue Code* 'Налоговый кодекс'; *FBI* – *Federal Bureau of Investigations* 'ФБР', *DR* – *deposit receipt* 'депозитная квитанция';

б) звуковая: *BASF* – *Bar Association of San Francisco* 'коллегия адвокатов Сан-Франциско', *NED* – *National Endowment for Democracy* 'Национальный Вклад в Демократию' (фонд); *COLA* – *cost of living allowance* 'надбавка к заработной плате на роскошь, пункт коллективного договора относительно данной надбавки'; *COD* – *cash on delivery или collect on delivery* 'наложенный платеж, оплачиваемый при доставке';

2) Аббревиатуры из сочетания начальных частей слов («слоговые»): *Pac.* – *Pacific Reporter* 'сборник судебных решений западных и тихоокеанских штатов', *Plen.* – *Plenipotentiary* 'полномочный', *Pat. Off.* – *Patent Office* 'патентное бюро';

3) Смешанная аббревиатура: *Parl. S.* – *Parliamentary Secretary* 'Заместитель министра Парламента', *N. Att.* – *Naval Attache* 'военно-морской атташе', *I.C.T* – *International Commercial Terms* 'международные торговые условия'. *Crime V.* – *Crime Victim* 'жертва преступления'.

При изучении аббревиатур необходимо анализировать их с учетом лингвокультурного контекста. Лингвокультурный потенциал данных лексем выражается через наличие в языковой единице лингвокультурных элементов, связанных с различными сферами культуры, истории и ценностной системой народа. В английском юридическом дискурсе аббревиатуры выступают не только как эффективные языковые инструменты, но и как носители культурной и профессиональной информации.

В первую очередь, аббревиатуры в английском юридическом дискурсе служат средством оптимизации и точности передачи информации. Такие лексические единицы, как *C.I.D.* – *civil investigative demand* 'требование о выдаче документов', *I.O.U.* – *I owe you* 'долговая расписка, сумма долга и подпись', стали неотъемлемой частью профессионального языка американской юридической системы. Эти аббревиатуры обеспечивают ясность и компактность в выражении, что является ключевым требованием в области права, где даже малейшая неопределенность может иметь серьезные последствия. Например, “*Thereafter defendant gave to plaintiff his*

check for \$2,750 covering the face of the I.O.U.'s (Rose v. Nelson: California Court of Appeal Decisions). [4] / После этого ответчик передал истцу свой чек на 2750 долларов, закрыв лицевую сторону долговой расписки. (здесь и далее перевод автора. – Т. А.)

Кроме того, английские юридические аббревиатуры являются нечто большим, чем просто средство языковой экономии. Они представляют собой своего рода "код", который трансформирует общение в профессиональный диалог. Знание и умение использовать такие аббревиатуры, как *C.C.J. – Circuit Court Judge* - судья окружного суда, *C.&M. – Crompton and Meeson's Exchequer Reports* 'сборник решений суда казначейства, составители Кромптон и Мисон'; *GBMI – guilty but mentally ill* 'виновен, но психически нездоров', является неотъемлемой частью юридической грамотности и профессионализма. Такие языковые маркеры обозначают членство в определенной профессиональной культуре и являются своеобразным "паспортом" в юридическом сообществе. *"The court violated Monroe's right to have his plea of no contest accepted unconditionally by adjudicating him GBMI"* (Monroe v. State: 1993: Alaska Court of Appeals Decisions). [4] / Суд нарушил право Монро на то, чтобы его заявление об отказе от оспаривания было принято безоговорочно, признав его виновным, но с нарушением психического здоровья.

Английские юридические аббревиатуры также переносят в себе историческое наследие и отражают изменения в правовой системе со временем. Например, *F.B.J. – Federal Bar Association Journal* 'журнал федеральной ассоциации адвокатов', *A.C.C. – American Corporation Cases* 'сборник решений по американским делам о корпорациях' – термины, часто используемые в английском юридическом дискурсе, не только указывают на исторические документы, но и сохраняют свою актуальность в современном праве, подчеркивая непрерывность юридических традиций.

Юридическая терминология, как составная часть специфического языка правовой науки, претерпевает постоянные изменения и дополнения. Одним из значительных источников обогащения этого языка являются аббревиатуры с латинскими корнями. Латинский язык был основой для многих правовых терминов, и аббревиатуры на его основе сохраняют связь с богатым наследием римского права. Использование таких аббревиатур, как *e. o. – ex officio* 'из офиса, по месту службы, при исполнении', *F. fa. – fieri facias* 'огненная лицевая сторона' в значении 'исполнительный лист' не только отражают современные тенденции, но и подчеркивают глубокие корни юриспруденции.

Одной из причин возникновения аббревиатур стало выделение особого значения сферы компьютерных коммуникаций, электронной почты и Интернета.

Согласимся с Т.Н. Синенко, что «именно стремление к компрессии информации, наряду с потребностью массовой номинации новых научно-технических понятий, стали причиной того, что аббревиация является одним из наиболее продуктивных способов словообразования современного английского языка» [5, с.154]. Распространение средств связи привело к необходимости сокращения объемных текстов и, следовательно, длинных лексических единиц. Так *c* – *correct* 'правильно', *C* – *Court* 'суд', *CEO* – *Chief Executive Officer* 'главный исполнительный директор', например, “*Nathan Guerriero v. The president and CEO of CR and R Incorporated, No. 5:2015cv01655 - Document 24*” []/ Натан Геррьеро против Президента и Главного исполнительного директора компании «CR and R Incorporated», № 5: 2015cv01655 - Документ 24.

Таким образом, понимание функционирования аббревиатур требует учета как лингвистических, так и экстралингвистических факторов. Их взаимодействие создает сложную и динамичную картину, где краткость, ясность и лаконичность играют ключевую роль. В современном мире, где коммуникация становится все более разнообразной и быстрой, эта взаимосвязь содействует результативному обмену информацией и формированию современного языкового ландшафта.

Как видим, лингвокультурный потенциал аббревиатур в английском юридическом дискурсе огромен. Они не только обеспечивают эффективность общения в юридической сфере, но и служат ключом к пониманию профессиональной культуры и истории. Аббревиатуры в английском юридическом языке не просто сокращения слов, они - ключи к разгадке законов, культуры и профессиональной идентичности в англоязычном юридическом сообществе.

Список литературы

1. Кубрякова Е.С. Типы языковых значений. Семантика производного слова. М.: Наука, 1981.200 с.
2. Алексеев А.В. Аббревиация в современной виртуальной коммуникации: прагматический аспект: на материале английского и немецкого языков: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2017. 22 с.
3. Александрова Т.А., Рудченко Т.Л. Функционирование колоративной лексики в юридическом дискурсе (на материале английского языка). Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2021. №3. – С. 749-754.
4. US Federal Case Law [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://law.justia.com/cases/federal/> (Дата обращения: 17.01.2024).
5. Синенко Т.Н. Консонантный тип буквенной аббревиации в английской терминологии. Современные исследования социальных проблем. 2021. Т.13. №2. С. 152-163

УДК 811.111

Амахина С.Р. Лингвистические особенности перевода технического текста на английском языке

Амахина Светлана Рудольфовна

старший преподаватель кафедры английского языка
Вологодский государственный университет, РФ, г. Вологда

Linguistic Aspects of Translation of English Technical Text

Amakhina Svetlana Rudolfovna

Senior Lecturer of the English Department, Vologda State University, Russia, Vologda

Аннотация. В статье рассматривается частота использования терминов и общенаучной лексики на примере технических статей. Отмечаются способы перевода терминов, такие как использование эквивалента, одного из возможных лексических вариантов, описательного перевода. Говорится, что анализ логического ряда и использование контекста способствуют облегчению понимания общей сути. Отмечается обобщенно-отвлеченный стиль научно-технической литературы для придания ей большей объективности. В частности, это проявляется в избегании повествования от первого лица и употребления неличных глагольных форм.

Ключевые слова: техническая статья, термин, эквивалент, описательный перевод, неличные формы глагола

Abstract. The article shows the frequency of using terms and general scientific vocabulary in technical articles. The ways of translating terms such as using a lexical equivalent, one of possible lexical options, descriptive translation are considered. It is said that the analysis of lexical sequence and using of context contribute to easier understanding of the main idea. It is highlighted that the generic style of scientific and technical literature makes this literature more objective. It is particularly noticeable in avoiding the first person narration and using non-finite verb forms.

Keywords: technical article, term, lexical equivalent, descriptive translation, non-finite verb forms

Говоря о месте статьи в технической литературе следует, вслед за Б.Н. Климзо, упомянуть такие жанры научно-технической литературы, как технические научные статьи и доклады, патенты (или точнее описания изобретений, прилагаемые к патентам), проектные материалы, юридические документы, технические книги, учебники и научные монографии [1, с.143]. Рассматривая статью как отдельный объект технической литературы, можно отметить, что стиль изложения статьи практически не регламентируется, писательские способности каждого автора индивидуальны. У каждого автора своя манера изложения и аргументации, определенные любимые слова. В некоторых статьях представлена доля информации, передаваемой неязыковыми средствами, такой как графики, чертежи, таблицы,

формулы [1, с.145]. Такая нелингвистическая информация также вносит вклад в общую структуру статьи и создает своего рода контекст для более четкого понимания.

Мы остановимся на некоторых лингвистических моментах, присущих техническим статьям. Отличительной особенностью технического текста является присутствие терминов. Характер термина не однозначен. Согласно В.М. Лейчик, во всех логических определениях термина на первое место выдвигается его связь с понятием. Связь термина и понятия признается всеми, кто имеет дело с терминами [2, с.22]. Как отмечает В.М. Лейчик, все встречающиеся в литературе лингвистические определения термина четко делятся на две группы. В первой группе говорится (или подразумевается), что термины - это особые слова в лексическом составе естественного языка. В определениях второй группы повторяется или развивается мысль, высказанная Г.О. Винокуром в 30-е гг. XX в., о том, что «термины – это не особые слова, а только слова в **особой** функции». «В роли термина может выступать **всякое** слово, как бы оно не было тривиально» (Цит. по: Лейчик В.М. Терминоведение: Предмет, методы, структура. Изд. 4-е. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. с.27.) Таким образом, Г.О. Винокур предложил функциональный лингвистический подход к термину. Д.С. Лотте считал, что термин, в отличие от обычного слова, всегда выражает строго фиксированное понятие, что термин должен быть краток, лишен многозначности, синонимии (всего термина и его составных элементов), омонимии (Цит. по: Лейчик В.М. Терминоведение: Предмет, методы, структура. Изд. 4-е. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. с.27). Д.С. Лотте разработал требования к термину, а его последователи расширили число требований к термину до пятнадцати и закрепили их в нормативно-методических документах, например, в «Кратком методическом пособии по разработке и упорядочению научно-технической терминологии». «Требования к термину» начали подвергаться критике еще в середине 60-х гг., в частности на терминологическом совещании 1967 г. В настоящее время количество работ, в которых все или отдельные «требования к термину» опровергаются с большей или меньшей убедительностью, исчисляется многими десятками [2, с.27-28]. В связи с этим В.М. Лейчик ставит вопрос, является ли термин словом или только функцией слова.

В.М. Лейчик дает следующее определение. Термин — лексическая единица определенного языка для специальных целей, обозначающая общее — конкретное или абстрактное — понятие теории определенной специальной области знаний или деятельности [2, с.31-32]. Итак, терминоведческое определение термина исходит из

того, что термин является особым объектом, отличным от слов и словосочетаний как объекта лингвистики [2, с.32].

Есть все основания полагать, что разница между дефиницией термина и общеразговорным толкованием слова, т.е. между термином и словом, отражает разницу между понятием и представлением. Понятие – мысль, представляющая собой обобщение и мысленное выделение) предметов некоторого класса по их специфическим признакам. Представление – чувственно-наглядный, обобщенный образ предметов и явлений действительности, сохраняемый и воспроизводимый в сознании и без непосредственного воздействия самих предметов на органы чувств. Представления являются еще такими образами, которые не раскрывают внутренних связей предметов. Таким образом, разница между словом и термином объективно обусловлена тем, что они отражают явления разных уровней мыслительной деятельности – научное мышление и бытовое оперирование представлениями [3, с.28].

При переводе терминов часто используются эквиваленты. По мнению Я.И. Рецкер эквивалентом следует считать всякое постоянное равнозначное соответствие, как правило, не зависящее от контекста [4, с.13]. То есть это переводное соответствие с минимальной зависимостью от контекста. В.И. Комиссаров, Я.И. Рецкер, В.И. Тархов говорят о «выявляющей» роли контекста в отношении многозначных терминов и терминов-омонимов. Многие термины имеют не одно, а несколько значений. Как обычно, контекст дает возможность установить, в каком из своих значений слово-термин употреблено в данном конкретном случае [5, с.99-100]. Они выделяют несколько приемов перевода терминов. Первым приемом является перевод с использованием лексического эквивалента в русском языке. В качестве эквивалента может быть взят русский термин, форма которого не связана с формой английского термина; эквивалент, созданный путем транскрибирования английского термина; эквивалент, созданный путем дословного перевода (калькирования) английского термина; эквивалент, созданный сочетанием транскрибирования и дословного перевода. Второй способ, о котором говорят В.И. Комиссаров, Я.И. Рецкер, В.И. Тархов, это перевод путем выбора одного из возможных лексических вариантов. Например, выбор между дословным переводом и соответствующим русским термином, выбор между транскрибированием и русским термином, выбор между транскрибированием и описательным переводом. Третий способ есть перевод при помощи описания значения термина [5, с.104-106].

Для большего понимания технической статьи следует опираться на логику изложения материала и на контекст статьи в целом. Б. Н. Климзо говорит о логике, как о мощном инструменте, которым следует пользоваться при переводе. По его мнению, на логике основан переводческий прием, который заключается в *анализе логического ряда* («логической цепочки») и позволяет определить вроде бы непере译имый элемент в ряду однородных логических элементов [1, с.99]. Понятием «логической цепочки» удобно пользоваться, так как оно позволяет говорить о звеньях цепочки (т. е. одинаковых логических элементах), о «слабом звене», из-за которого рвется цепочка (т.е. логическом элементе, выпадающем из общего ряда), и о возможности вытянуть спрятавшееся звено, потянув за цепочку (т.е. понять значение одного из элементов, опираясь на весь логический ряд). Логическая цепочка состоит минимум из двух звеньев. Чем больше звеньев, тем легче ухватиться за цепь, вытянуть спрятавшееся звено и рассмотреть его [1, с.107].

Б.Н. Климзо также напоминает о смысловом членении предложения. Такое знание поможет правильно расставить логические акценты при переводе предложений, а это иногда непростая задача, так как смысловый центр в английском и русских предложениях (и даже абзацах) совпадает не всегда [1, с.100]. При переводе необходимо следить не только за логикой, лежащей в основе предложения и позволяющей извлечь информацию, утопленную между строчек. Иногда нужно проанализировать и логику «подтекста» целого абзаца или даже статьи. При этом полезно посмотреть в какой части статьи находится анализируемый фрагмент (введение, сопоставление собственных результатов с чужими и т.д.), а также разобраться с какой целью автор написал тот или иной отрезок текста (опровержение, поддержка, подстраховка, критика, реклама) [1, с.106].

Известно, что функциональный стиль научно-технической литературы имеет «обобщенно-отвлеченный» или коллективный характер. Этому стилю присуще требование избегать изложения от первого лица и использовать безличные пассивные конструкции. Все это якобы придает изложению большую объективность.

Б.Н. Климзо дает в связи с этим краткий экскурс в историю. Современный стиль научно-технической литературы сложился к началу 20-х годов ушедшего столетия. Многие научные открытия оказывались в то время плодом совместных усилий ученых разных стран, поэтому считалось нескромным говорить о своем личном вкладе. В английском языке это нашло отражение в отказе от личных местоимений первого лица, в предпочтительном использовании страдательного залога глаголов, безличных оборотов с местоимением *it*, неличных формах глагола, в игнорировании

синтаксической основы языка, что выразилось, в частности, в появлении длинных определительных конструкций, составленных из одних существительных, а также в сжатии текста и использовании эллиптической фразеологии. Стил в целом стал сухим и безличным. Требование избегать изложения от первого лица не только приводит к тому, что за объективную подчас выдается субъективная точка зрения автора, но и вносит в авторский текст неопределенность. И англоязычному читателю, и переводчику, и читателю перевода порой невозможно установить кого автор статьи имеет ввиду – самого ли себя, или своих коллег из соседнего института, или научно-техническую общественность в целом [1, с.152-153].

Рассматривая стил технической статьи, можно заметить, что он может быть не только литературным, но и несколько сниженным. В.М. Лейчик говорит о том, что наряду с тем, что можно назвать литературным (литературно-обиходным) стилем языков для специальных целей, в них появляются более или менее развитые «сниженные» стили, получившие определение профессиональных; это профессионально-разговорный стил, профессиональное просторечие и профессиональные жаргоны [2, с.78].

Жанры, в которых применяется язык для специальных целей, отличается от жанров литературного языка в целом и тем более – от языка литературных произведений. На языке для специальных целей составляются терминологические словари, терминологические стандарты, описания терминосистем, технологических процессов, конструкций и т.д. Нередко жанр накладывает особые ограничения на синтаксис языка для специальных целей. Язык для специальных целей беден выразительными средствами. Различные художественные приемы, столь типичные для литературного языка, в нем излишни. Они лишь мешают показу четкости соотношения понятий [6, с.65-66].

Сравнивая техническую статью с художественной литературой, следует заметить, что в первой нет большого разнообразия синонимов. В художественной литературе синонимы свидетельствуют о богатстве языка автора, т.е. полезны, в технической статье синонимы термина осложняют восприятие смысла читателем, т.е. вредны. Б.Н. Климзо также говорит об использовании «анаколуфного» значения слов. Автор, начиная писать предложение, думает об одном понятии, параметре, величине, а к концу предложения подменяет его другим [1, с.26]. Анаколупф проявляется в несоответствии грамматической структуры конца предложения его началу. При этом в художественной литературе это уместно, так как анаколупфом пользуются как стилистическим средством, передающим взволнованность

участников эпизода, в технической литературе это проявление небрежности автора [1, с.26].

Рассмотрим некоторые технические статьи, представленные на сайте engineering.com. Статья “6 ways engineers can use generative AI in 2024” автора Yogi Schulz посвящена искусственному интеллекту.

Проводя анализ лексической составляющей следующего отрывка можно увидеть слова, относящиеся к широкому языковому спектру и подходящие для общенаучного описания. Engineers spend too much time researching and reading lengthy academic papers and barely readable user manuals in pursuit of essential nuggets to advance their work. Extracting those nuggets from extensive collections of documents is an excellent generative AI application. For example, with generative AI, summarizing a library of internal reports is faster and produces more consistent results than assigning an engineer-in-training to this task [7]. Можно увидеть общеупотребительные слова, типичные и часто встречающиеся в технических текстах, такие как to advance – делать успехи, усовершенствовать, to produce – производить, получать. Употребляются термины, такие как researching – исследуя, manuals – руководства по применению, generative AI application – применение генеративного искусственного интеллекта, engineer-in-training – инженер-практикант. Термин generative AI application, состоящий из нескольких элементов переводим с конца, определяя главное слово application – применение.

Рассмотрим еще один отрывок данной статьи. Many engineers are involved with software development to some extent. Software development is creative when engineers tackle new problems, but it is tedious because of the minutiae today’s programming languages require. Generative AI is excellent for producing first-draft software at astonishing speed. Engineers must carefully review and test the generated software to ensure it produces accurate results—something AI can’t do. For example, using generative AI to produce a first-draft software application for managing IIoT data from a plant is faster than coding it by hand. That’s because the engineer no longer has to code all the repetitive input-handling, data validation and read-and-write operations [7].

Мы видим такие термины, как software development – разработка программного обеспечения, first-draft software – первоначальный вариант программного обеспечения, generated software – сгенерированное программное обеспечение, managing IIoT data – управление данными промышленного интернета вещей, coding – кодирование, input-handling – обработка ввода, обработка вводимой информации, data validation – проверка корректности данных, read-and-write

operations – операции чтения и записи. Также можно отметить общеупотребительные слова, часто встречающиеся в технических статьях, такие как accurate – точный, а plant – завод.

В этой же статье “6 ways engineers can use generative AI in 2024” автора Yogi Schulz, посвященной искусственному интеллекту, рассмотрим использование неличных форм глагола. Для технических текстов грамматической особенностью является наличие неличных форм глагола, в частности герундия, инфинитива, причастия I, причастия II. Перечислим следующие примеры с использованием безличных форм. Using generative AI as an assistant can make you look brighter, more accurate and more productive. Использование генеративного искусственного интеллекта может помочь вам выглядеть более находчивыми, точными и продуктивными. Extracting those nuggets from extensive collections of documents is an excellent generative AI application. Извлечение этой ценной информации из обширных коллекций документов является отличным применением генеративного искусственного интеллекта. For example, using generative AI to produce a first-draft software application for managing IIoT data from a plant is faster than coding it by hand. Например, использование генеративного искусственного интеллекта для создания первого проекта программного приложения для управления данными промышленного интернета вещей с завода происходит быстрее, чем кодирование вручную. Looking for differences, omissions and contradictions across multiple jurisdictions is an impossible manual task even for a small set of regulations. Поиск различий, упущений и противоречий в различных юрисдикциях является невыполнимой задачей, выполняемой вручную, даже для небольшого набора нормативных актов. Все перечисленные выше предложения содержат неличную форму глагола – герундий, выступающего в качестве подлежащего.

Рассмотрим статью с заголовком “New 3-D printing materials and faster speeds unlocked with in-process monitoring” автора Ian Wright, где говорится о 3-D принтерах. Уже в заголовке встречается термин in-process monitoring – контроль технологических процессов. В следующем отрывке видим наряду с терминами лексику общенаучного характера. Curing time is the Achilles’ heel of multimaterial 3D printing. Typically, a multimaterial 3D printer uses thousands of nozzles to deposit resins which are then smoothed with a scraper or roller before being cured with ultraviolet (UV) light. As a result, this process is constrained by how quickly the resins cure, limiting the types of materials that can be 3D printed. Now, engineers from MIT, ETH Zurich and the start-up Inkbit have developed a new system that uses computer vision to monitor the printing

process and adjust deposition rates to ensure material consistency across each layer of a build [8]. Термины такие как curing time – время выдержки, время отверждения, multimaterial 3-D printing – 3-D печать из нескольких материалов, nozzles – сопла, форсунки, resins – смолы, cured with ultra-violet light – отверждение ультрафиолетовым светом, computer vision – компьютерное зрение, машинное зрение, deposition – нанесение, покрытие, materials consistency – однородность материалов. Также встречается общая лексика, характерная для технических статей process – процесс, materials – материалы, to develop – разрабатывать, system – система, to adjust – регулировать.

Так, можно заметить, что с лексической стороны основной особенностью технического текста является большой набор терминов и общенаучной лексики.

Заметив многозначные термины, следует учитывать контекст всей статьи в целом. При переводе можно использовать прием анализа логического ряда, который позволяет найти соответствие для труднопереводимого элемента в ряду однородных логических звеньев цепочки, то есть руководствуясь рядом стоящими словами. В свою очередь с грамматической стороны можно отметить наличие безличных конструкций и тенденцию избегать изложения от первого лица, что визуально придает тексту большую объективность.

Список литературы

1. Климзо Б.Н. Ремесло технического переводчика. Об английском языке, переводе и переводчиках научно-технической литературы. – М.: Р.Валент, 2006. 508 с.
2. Лейчик В.М. Терминоведение: Предмет, методы, структура. Изд. 4-е. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 256 с.
3. Гринев-Гриневиц С.В. Терминоведение учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / С.В. Гринев-Гриневиц. – М. Издательский центр «Академия», 2008. 304 с.
4. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода / Дополнения и комментарии Д. И. Ермоловича. – 3-е изд., стереотип. - М.: «Р. Валент», 2007. 244 с.
5. Комиссаров В.Н, Рецкер Я.И., Тархов В.И. Пособие по переводу с английского языка на русский. Часть I. Лексико-фразеологические основы перевода. – М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1960. 176 с.
6. Суперанская А.В., Подольская Н.В, Васильева Н.В. Общая терминология: Вопросы теории / Отв. ред. Т.Л. Канделаки. Изд. 6-е. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2012. 248 с.
7. Yogi Schulz. 6 ways engineers can use generative AI in 2024. URL: <https://www.engineering.com/story/6-ways-engineers-can-use-generative-ai-in-2024> (дата обращения 13.01.2024)
8. Ian Wright. New 3-D printing materials and faster speeds unlocked with in-process monitoring. URL: <https://www.engineering.com/story/new-3d-printing-materials-and-faster-speeds-unlocked-with-in-process-monitoring> (дата обращения 14.01.2024)

УДК 811.111'42

Богавиев Т. Р. Англоязычные газетные заголовки и их перевод на русский язык

Богавиев Тагир Рамильевич

обучающийся 1 курса Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» в г. Ялте

English-language newspaper headlines and their translation into Russian

Bogaviev Tagir Ravilevich

1st year student, Humanitarian and pedagogical academy (branch)
V.I. Vernadsky Crimean Federal University in Yalta

Аннотация. В статье уделяется особое внимание особенностям англоязычных газетных заголовков, а также исследуются и сравниваются типы переводов заголовков английской прессы на русский язык, отмечаются определенные расхождения между строениями газетных заголовков в этих языках и предлагаются способы их адекватного перевода. Кроме того, рассмотрены правила, которыми следует руководствоваться переводчикам при адаптации перевода заголовков с английского на русский язык.

Ключевые слова: газетные заголовки, англоязычная публицистика, адаптация перевода, функции газетного заголовка.

Abstract. The article pays special attention to the peculiarities of English-language newspaper headlines, and also examines and compares the types of translations of English press headlines into Russian, notes certain discrepancies between the structures of newspaper headlines in these languages and suggests ways to adequately translate them. In addition, the rules that should be followed by translators when adapting the translation of headlines from English into Russian are considered.

Keywords: newspaper headlines, English-language journalism, translation adaptation, newspaper headline functions.

Газеты играют значительную роль в современной жизни. Газетную публицистику называют летописью современности, ведь она является отражением событий и обращается к ежедневным проблемам общества – политическим, социальным, бытовым, философским и тому подобное. А заголовок является ориентиром читателя в водовороте газетных статей. Такое сравнение не является бесосновательным, ведь без заголовка мы теряемся в море разнообразной информации, нередко минуя основное и уделяя внимание незначительному. Название также является политическим лицом газеты. Он формирует наше отношение к публикации, указывает на авторскую позицию в толковании того или иного факта. Удачный заголовок несет в себе большую информационную нагрузку, что является особенно важным в наше столетие «взрыва информации». Именно

заголовок формирует у читателя общее представление о материале статьи и позволяет выбрать наиболее важное для дальнейшего ознакомления.

Заголовок призван выразить основную цель сообщения, установить контакт с читателем, привлечь его внимание, вызвать заинтересованность к теме публикуемого материала. В то же время заголовок актуализирует наиболее важную информацию сообщения и служит действующим средством влияния на ее восприятие читателем. Вследствие такой целеустремленности как в англоязычной, так и в русскоязычной прессе сформировался отдельный стиль газетного заголовка с рядом присущих ему лексико-грамматических и функционально-стилистических черт.

Особый стиль заголовков периодических изданий может повлечь определенные сложности при переводе. Именно поэтому в данном исследовании внимание главным образом уделяется особенностям англоязычных газетных заголовков, а также исследуются и сравниваются типы заголовков английской и русской прессы, отмечаются определенные расхождения между ними и предлагаются способы их адекватного перевода.

Трансформации при переводе классифицированы и описаны в трудах Л.С. Бархударова, В.Н. Комиссарова, А.Н. Коваленко, Я.И. Рецкер и других переводоведов.

Итак, главная цель перевода – достижение адекватности. Адекватный (полноценный) перевод А.В. Федоров определяет как «исчерпывающую передачу смыслового содержания оригинала и полноценное функционально-стилистическое соответствие ему». Ученый считает, что «полноценность перевода заключается в передаче специфического для оригинала соотношения содержания и формы путем воспроизведения особенностей последней или создания функциональных соответствий этим особенностям. Это предполагает использование таких языковых средств, которые, часто и не совпадая по своему формальному характеру с элементами оригинала, выполняли бы аналогичную смысловую и художественную функции в системе целого» [1, с. 173]. Таким образом, функциональная точность, характерная для адекватного перевода, не только допускает, но и нередко требует отказа от формальных, словарных соответствий.

Принимая во внимание расхождения в грамматической структуре и лексическом наполнении русского и английского языков, следует отметить, что при переводе часто используются грамматические и лексические трансформации [2, с. 73].

Так, Л.Б. Бойко выделяет 4 основных способа передачи заголовков: аутентичное воспроизведение, полноэквивалентный перевод, частичноэквивалентный перевод и полная замена [3, с. 10]. Рассмотрим на примерах:

аутентичное воспроизведение (передача заголовка в том же виде, в котором он существовал в языке оригинала):

«Faux pas» [The Washington Post: March 21, 2013]

«Dolce vita» [Sunday Mirror: Apr. 03, 2010]

2) Полноэквивалентный перевод:

«Seven wonders of the world that may soon disappear» [Daily Mirror: Aug. 10, 2013]

– Семь чудес света, которые вскоре могут исчезнуть.

«Web Censorship in China? Not a Problem, Says Bill Gates» [The Guardian: Jan. 26, 2010] – Веб цензура в Китае? Не проблема, считает Билл Гейтс.

3) частичный эквивалентный перевод:

«British mum Maxine Marin shocked after giving birth to Spain's heaviest ever baby» [Daily Mirror: Aug. 09, 2013] – Британка Максин Марин в Испании родила девочку весом более 6 кг.

«Highest Skyscraper Built in Dubai" [The Guardian, March 15, 2010] - в Дубае закончилось строительство самого высокого в мире небоскреба.

4) полная замена одного заголовка на другой при переводе с языка оригинала на родной язык:

«Can the Leopard Change His Spots?» [The Daily Telegraph: Feb. 18, 2010] – Природу не изменить.

«Being a Good Golfer!» [The Financial Times: Jan. 26, 2010] – Что значит хорошо играть в гольф!

Полноэквивалентный и частично-эквивалентный переводы являются наиболее распространенными способами передачи газетных заголовков. Полноэквивалентному переводу подлежат заголовки-антропонимы и большинство заголовков-сообщений. В рамках частичноэквивалентного перевода используют любые грамматические или лексические замены, перестановки, сложения, опущения, объясняемые системными языковыми несоответствиями, структурными требованиями и индивидуальным стилем автора. Аутентично воспроизводятся заголовки иноязычные по отношению к корпусу текста. Полная замена – это менее распространенный способ перевода и его использование в значительной степени зависит от индивидуального стиля и предпочтений переводчика. Поэтому при переводе газетных заголовков следует учитывать функционально-стилистические

особенности публицистического стиля в целом и подстилку газетных заголовков в частности.

Рассмотрим особенности и трудности перевода газетных заголовков. Грамматико-синтаксические трудности, с которыми сталкивается переводчик при переводе англоязычных газетных заголовков, объясняются объективно существующими различиями в грамматическом и синтаксическом составе английского и русского языков, а также грамматико-синтаксическими особенностями англоязычного газетного заголовка как особого жанра газетного функционального стиля.

При переводе заголовков с английского на русский язык очень часто опускаются вспомогательный или смысловой глаголы. В таких случаях необходимо восстановить полноценную конструкцию предложения, а после этого делать перевод. Следует помнить, что русским заголовкам более присуща не глагольная структура, а структура, стержнем которой является существительное.

Еще одной особенностью перевода англоязычных заголовков на русский язык является использование инфинитива, с помощью которого передается будущее время.

«Obama to unveil college-cost plan» [Washington Post: Aug. 25, 2013] – Обама собирается остановить рост стоимости за обучение (добавление).

Таким образом, для достижения большего уровня эквивалентности переводчик должен руководствоваться следующими правилами:

- Если на английском материал информационно-описательного жанра, то и перевод должен обладать всеми признаками, которыми этот жанр владеет в русском языке;
- При переводе титулы опускаются. Исключение составляют особо официальные тексты;
- При переводе заголовка следует сначала перевести само сообщение или статью, а затем уже, исходя из содержания, и заголовок;
- Переводчику следует учитывать, что в английских газетах, наряду с книжной лексикой широко используются разговорные и поэтические слова и сочетания;
- Переводчик должен владеть реалиями той страны, о которой написана статья.

Список литературы

1. Федоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) / А.В. Федоров. – 5-е изд. – СПб., М.: ООО «Издательский Дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002 – 416 с.
2. Мирам Г. С. Основы перевода: курс лекций; учебное пособие. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2002 – 248 с.
3. Бойко Л. Б. Особенности функционирования заглавий в текстах с различными коммуникативными заданиями: автореф. дис. канд. филол. Наук / Л.Б. Бойко. – ОГУ им. И.И. Мечникова. – О., 1989 – 14 с.
4. Бердышев С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. – М. : Дашков и Ко, 2008. – 252 с.
5. Васильева Е. Н. Семенова Е. С. Профессионально ориентированный перевод в подготовке будущих специалистов // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И. Я. Яковлева. – 2018. – №2(98). – С. 156-162.
6. Давыдова И. В. Лингвостилистические особенности заглавий англоязычных и русскоязычных произведений художественной литературы XIX – XXI веков / И. В. Давыдова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2015. – № 15.2 (95.2). – С. 23-25. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/95/20731/> (Дата обращения: 13.01.2024).
7. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Книжный дом «Либроком». – 2009. – 139 с.
8. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи. М. – 2010. – 252 с.
9. Шемелина Ю. В. Лингвокогнитивные аспекты английских новостных текстов (на материале британской качественной прессы): Дис. канд. филол. наук. Белгород, – 2008. – 33 с.

УДК 81

Бурдюг В. С. Понятие слогана как составляющей англоязычной рекламы

Бурдюг Вячеслав Сергеевич

обучающийся 1 курса Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО
«КФУ им. В.И. Вернадского» в г. Ялте

The concept of a slogan as a component of English-language advertising

Burdyug Vyacheslav Sergeevich

1st year student Humanitarian and pedagogical academy (branch)
V.I. Vernadsky Crimean Federal University in Yalta

Аннотация. В статье рассмотрено понятие слогана с точки зрения нескольких лингвистов, определено итоговое понятие для дальнейшего исследования. Были изучены основные функции слогана, описана его основная цель и необходимость использования в рекламной кампании, а также рассмотрена экспрессивность, как один из основных отличительных признаков рекламного слогана.

Ключевые слова: слоган, рекламный слоган, функции слогана, экспрессивность в рекламном слогане.

Abstract. The article examines the concept of a slogan from the point of view of several linguists, defines the final concept for further research. The main functions of the slogan were studied, its main purpose and the need for use in an advertising campaign were described, and expressiveness was considered as one of the main distinguishing signs of an advertising slogan.

Keywords: slogan, advertising slogan, slogan functions, expressiveness in an advertising slogan.

Рассмотрим несколько определений слогана и попытаемся найти наиболее точное определение. Понятие «слоган» (slogh-ghairm) в переводе с уэльского языка, означает «боевой клич». Первоначальное значение слова – «боевой клич» – весьма образно и очень точно отражает сущность слогана: привлечь покупателя и отличаться от своих конкурентов.

По словарю русского языка, слоган – это рекламная фраза в сжатом виде, которая излагает основное рекламное предложение и входит во все сообщения в рамках рекламной кампании [15, с. 436].

По В.В. Ворошилову, слоган – короткое и простое для произношения выражение, которое включает в себя название торговой марки, главные элементы товара производителя и услуги или место продажи товара [3, с. 110].

По словам И. Морозовой слоган – выражение, которое «кричит» о преимуществах продукта и этим самым создает краткое сообщение, которое человек мог бы с легкостью запомнить [14, с. 16]. То есть, слоган – это короткая фраза

(словосочетание), которое передает главную цель фирмы или продукта. У слогана есть конкретная цель: привлечь покупателя, побудить и сформировать в его сознании отдельные представления. Слоган должен передавать информацию, которая будет вызывать у адресата определенный набор эмоций, мыслей и ассоциаций. Также слоган должен состоять не более чем из десяти слов (лучше, если меньше) [12, с. 24].

Главными функциями слогана является донесение до общества основной мысли той или иной работы (книги, фильма) и поддержание ее целостности. Слоган – это фраза, концентрирующая суть рекламной кампании, которая имеет целью привлечь как можно больше людей к прочтению книги или посещению ресторана и прочее [14, с. 112].

Рассмотрим общие правила создания меткого слогана. Слоган должен не только запоминаться, но и быть свежим, надежным, тогда он привлечет внимание, заинтересует людей, выделит продукт среди других. Слоган читают чаще, поэтому он должен быть неожиданным, произвести впечатление на читателя и запомниться. В него не следует включать тяжелые слова и словосочетания.

Хороший рекламный слоган должен соответствовать следующим требованиям:

- быть оригинальным;
- правдоподобным;
- простым;
- лаконичным;
- положительным;
- персональным;
- мотивирующим [3, с. 65].

Е. А. Песоцкий выделяет следующие основные функции рекламного слогана:

- 1) влиятельная функция, которую можно определить как набор эмотивных, эстетических и убеждающих функций;
- 2) информирующая функция, заключающаяся в сообщении необходимых данных об объекте рекламы [11, с. 91].

Основные лингвистические особенности английских слоганов рассматривает в своей работе Е. А. Песоцкий. Слоган должен:

- 1) отображать основную идею рекламного сообщения;
- 2) обладать высокой читаемостью и запоминаемостью;
- 3) быть кратким и точным;
- 4) быть оригинальным и выразительным;
- 5) соответствовать целям рекламной кампании;

6) соответствовать целевой аудитории;

7) иметь призывный, но не агрессивный характер [11, С. 69].

Выделяют 3 основные функции слоганов, которые связаны с запоминаемостью, дифференцирующей силой и способностью объединять различные сообщения в рамках одной кампании. Но на самом деле, как утверждает Ю. К. Пирогова [12, с. 31], их функции более разнообразны. Так, мнемонимическая функция обеспечивает запоминание рекламного слогана, а, следовательно, опосредованно рекламы в целом. Акцентирующая функция помогает реципиенту обратить внимание на название черты товара/фирмы. Оценочная функция формирует эмоциональный образ продукта, пробуждая у потенциального покупателя желание приобрести рекламируемый товар. Дифференцирующая функция способствует выделению преимуществ продукта среди других и обеспечивает узнавание продукта. Обобщающая функция систематизирует в сознании воспринимающего все аргументы, представленные в рекламе. Сегментирующая функция обеспечивает направленность рекламы на выбранную целевую аудиторию. Функция поддержания единства рекламной кампании предполагает место конкретного рекламного текста в системе всего процесса продвижения рекламного продукта на рынке.

Речь как средство взаимопонимания является не только проявлением мысли, но и чувства, эмоции, экспрессии. По «Лингвистическому энциклопедическому словарю», экспрессивность – это «совокупность семантико-стилистических признаков единиц речи, обеспечивающих ее свойство выступать в коммуникативном акте средством субъективного выражения отношения говорящего к содержанию или адресату речи» [12, с. 27]. Известный языковед Г. А. Васильев под экспрессивностью понимает «усиленную выразительность, социально и психологически мотивированное свойство речевого знака (речевого элемента), которое усиливает, обостряет внимание, активизирует мышление, вызывает чувственное напряжение слушателя (читателя)». Выразительным, по его мнению, является любой знак, и поэтому целесообразно под экспрессивностью понимать усиленную выразительность. Понятие «экспрессии» ученый толкует как усиление (интенсификация, увеличение) выразительности [3, С. 86].

Экспрессивную функцию соотносят и с прагматической функцией языка. Она рассматривается как «определенность речевых средств для воздействия на психику и поведение адресата посредством особых выразительно-изобразительных качеств» [19, с. 91].

Проблема экспрессивности рассматривается в литературе на разных языковых уровнях: лексическом, синтаксическом, фонетическом. Наиболее полно и со многими точками зрения она освещена в лексикологии. На лексическом уровне категория экспрессивности рассматривается как семантическая. При этом ряд лингвистов полагают, что экспрессивность надо отнести к одному компоненту значения слова.

В качестве основы лексической экспрессивности выделяют

- эмоциональность,
- оценочность,
- выразительность,
- интенсивность [18, С. 63].

Важнейшие лексические характеристики слогана связаны с использованием прилагательных в сравнительной и высшей степенях, личных местоимений, многозначных слов с богатыми коннотативными оттенками, слов в переносном значении, стилистически маркированных, слов-оказионализмов, слов с конкретным значением, простой и понятной лексики.

Экспрессивность представляет собой также важную категорию стилистики. Стилистика изучает экспрессивные качества языковых средств соответствующего уровня, их функционирование и взаимодействие в заданном тексте [8, с. 93].

Под экспрессивностью понимают «выразительно-изобразительные качества языка, которые отличают его от обычного, стилистически нейтрального, делают речевые средства яркими, образными, эмоционально-окрашенными» [9, с. 63]. При этом эмоциональность рассматривается как главная сложная доля экспрессивности.

Языковая экспрессивность слоганов проявляется на синтаксическом уровне через эллиптические предложения, односложные именные предложения. Другие синтаксические особенности слоганов связаны с выбором подлежащего: в трети всех проанализированных в практической части слоганов подлежащим является название торговой марки. Редко используются негативные формы, поскольку они вызывают негативные эмоции, которые связаны с товаром (как и слова, обозначающие негативные явления, даже если имеется в виду их отсутствие). По типу высказывания большинство слоганов – повелительные предложения. Едва ли не самой важной характеристикой слогана является его образность. Для создания ярких образов привлекаются разнообразные стилистические средства (аллюзии, повторы, антитеза, метафоры, оксюморон, зевгма и прочее).

Итак, слоган – это важнейший элемент рекламы, на него возлагается большая часть ответственности за то, станет ли рекламная кампания удачной, и запомнят ли

ее потребители. Создание удачного слогана требует много времени и пристального следования определенным требованиям (лексическим, грамматическим, стилистическим).

Список литературы

1. Аниськина, Н. В. Эксплицитное и имплицитное сравнение как средство воздействия в рекламе косметики [Текст] / Н. В. Аниськина // Стилистика сегодня и завтра: сборник материалов конференции. – М.: Изд-во МГУ, 2014 – С. 21-24.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: РУДОМИНО, 2001 – 224 с.
3. Васильев Г.А. Основы рекламной деятельности / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004 – 414 с.
4. Дудина Е.П. Семантика и функции лексико-грамматических единиц в рекламе: дис. канд. филол. наук / Е.П. Дудина. – Северодвинск, 2006 – 378 с.
5. Калашникова, Л.В. Метафора как механизм когнитивно-дискурсивного моделирования действительности: дисс.... докт. Наук / Л.В. Калашникова. – Волгоград, 2006 – 409 с.
6. Кара-Мурза Е. С. Стилистика и редактирование рекламных текстов / Е. С. Кара-Мурза. – М., 2000 – 128 с.
7. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002 – 476 с.
8. Катыхина Л. Н. Структура и семантика рекламного сленга / Л.Н. Катыхина // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2016 – № 4 (21). – С. 90-95.
9. Москвин В. П. О типах и приемах создания речевой образности // Ростов-на-Дону: Феникс – 2007 – 102 с.
10. Николаева М. А. История рекламы и средств массовой информации: курс лекций. – М., 2008 – 504 с.
11. Песоцкий Е. А. Современная реклама. Теория и практика. – М., 2001 – 186 с.
12. Пирогова Ю. К. Рекламный слоган як инструмент брендинга, 2010 – №2 – 105 с.
13. Прохоров А. В. Обусловленность процессов инференции импликатурами рекламного текста: автореф. дис. На соискание ученой степени канд. филол. наук. – Тамбов, 2006 – 20 с.
14. Рапай К. Культурный код: как мы живем, что покупаем и почему. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008 – 167 с.
15. Росситер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. – СПб.: Питер, 2001 – 651 с.
16. Свекла Т. П. Слоган как основной компонент рекламного сообщения и его влияния на массовое сознание / Т. П. Свекла // Коммуникативные исследования. Избранный журнал. – Выпуск № 3 (5). – 2014 – С. 87-96 с.
17. Скарнев Д.С. Метафора как средство создания образа в рекламном дискурсе // Фундаментальные исследования. – 2015 – № 2-7. – С. 1550-1555.
18. Тангейт М. Всемирная история рекламы / М. Тангейт. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2011 – 220 с.
19. Тулупов В.В. Теория и практика рекламы. – СПб.: Изд-во В. А. Михайлова, 2006 – 528 с.
20. Pierini, P. Simile in English: from description to translation [Text] / P. Pierini; Università di Roma Tre // Circulo de lingüística aplicada a la comunicación. – 2007 – № 29 – P. 27-43.

УДК 8.81

Васина Е.С. Лексические особенности разговорного английского языка на материале современного песенного дискурса

Васина Екатерина Сергеевна

Студент 4 курса кафедры теории и методики лингвистического образования и межкультурной коммуникации ГБОУ ВО «Ставропольский государственный педагогический институт», РФ, г. Ставрополь
Ekatusha31@mail.ru

Научный руководитель Павленко Вероника Геннадиевна

кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и методики лингвистического образования и межкультурной коммуникации ГБОУ ВО «Ставропольский государственный педагогический институт», РФ, г.Ставрополь
verony79@mail.ru

Lexical peculiarities of spoken English on the material of modern song discourse

Vasina Ekaterina Sergeevna

4th year student of the Department of Theory and Methodology Department of Theory and Methodology of Linguistic Education and Intercultural Communication, Stavropol State Pedagogical Institute, Russian Federation, Stavropol

Scientific advisor Pavlenko Veronika Gennadievna

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Theory and Methodology of Linguistic Education and Intercultural Communication, Stavropol State Pedagogical Institute, Russian Federation, Stavropol

Аннотация. В данной статье анализируется разговорный стиль речи и его использование в современном песенном дискурсе. Автор отмечает, что разговорный стиль – это функциональный стиль речи, предназначенный для неформального общения в неофициальной обстановке. Он характеризуется использованием разговорной и просторечной лексики, а также некоторыми отклонениями от правил грамматики. Автор делает вывод о том, что разговорный стиль активно используется в современной музыке и является средством передачи эмоций и подлинности. Он помогает создать близость и откровенность между исполнителем и слушателями, усиливая эмоциональное воздействие музыки.

Ключевые слова: разговорный английский язык, сленг, лексические особенности, дискурс, песня.

Abstract. This article analyzes the conversational style of speech and its use in modern song discourse. The author notes that colloquial style is a functional style of speech intended for informal communication in an informal setting. It is characterized by the use of colloquial and commonplace vocabulary, as well as some deviations from the rules of grammar. The author concludes that the conversational style is actively used in contemporary music and is a means of conveying emotion and authenticity. It helps to create intimacy and frankness between the performer and the listeners, enhancing the emotional impact of music.

Keywords: spoken English, slang, lexical features, discourse, song.

Разговорный стиль – это функциональный стиль речи, используемый для неформального общения, в частности для обсуждения бытовых вопросов в неофициальной обстановке. Для этого стиля характерно использование разговорной и просторечной лексики.

Неформальная речь отличается от официальной тем, что предпочитает более спокойный тон и некоторые отклонения от типичных правил грамматики. Существует мнение, что языковым стилем большинства современных музыкальных композиций является разговорный стиль.

Актуальность данной проблемы состоит в необходимости изучения песенного дискурса как отражения событий повседневной действительности носителей английского языка. Для большинства текстов музыкальных композиций характерен обыденный, разговорный стиль, без которого невозможно повседневное общение между людьми.

Разговорная лексика делится на общеупотребительную лексику и специальную.

Общеупотребительная лексика – это лексика, не имеющая экстралингвистических причин, ограничивающих ее использование. Основу общеупотребительной лексики составляют стилистически нейтральные слова литературного языка.

Специальная лексика – специальные термины определенных областей деятельности. В их число входят сленги, профессионализмы, вульгаризмы, диалектизмы и разговорные окказионализмы. Подробнее рассмотрим сленги.

Сленгизмы представляют собой «генетически весьма неоднородный слой лексики и фразеологии, имеющий ярко выраженный эмоциональный, оценочный и экспрессивный характер, бытующий в разговорной речи и находящийся вне пределов литературной нормы» [1]. Сленг занимает значительную часть словарного запаса современного носителя английского языка. В наше время сленги активно внедряются в стандартный английский язык.

Разговорная лексика отражает лаконичность, доходящую до условности. В таком повышенном эмоциональном общении важна оперативность, которую дают клише. В устной речи наблюдается уплотнение лексических единиц. Разговорная лексика предполагает краткость и символичность употребления слов.

Песенный дискурс является одним из главных способов хранения и передачи культурного достояния разных народов. Он отражает социальные установки, национальный склад мышления, ценности, стандарты, культурные традиции,

которые передаются из поколения в поколение. Известный лингвист Ю. Е. Плотницкий дает песенному дискурсу следующее определение: «родовое понятие по отношению к текстам англоязычных песен, характеризующихся определенными языковыми особенностями, отражающими культуру представителей той или иной страны» [2, с. 147]. Песенный дискурс представляет собой комплекс текстов песенной лирики, многообразие которых обусловлено социокультурными и психологическими особенностями авторов и ситуации представления песенного текста слушателю. Тексты песенного дискурса способны представлять информацию о современных тенденциях развития английской устной речи и языка современной англоязычной поэзии.

При лингвокультурологическом подходе песенный дискурс традиционно рассматривается в качестве сильного и авторитетного ресурса отражения ведущих ценностей и базовых единиц картины мира, обусловленных культурой того или иного народа. Исследование песенного дискурса дает возможность более глубоко раскрыть различные факторы взаимовлияния языка и общества, а также основные механизмы создания тождественности.

В лингвокультурологическом анализе современный песенный текст определяется как целостная словесно-музыкальная совокупность, которая является элементом современной культуры и охватывает языковой компонент. Как отмечает лингвокультуролог Л.Н. Мурзин, «культура вообще существует в форме текстов – знаковых произведений духовной деятельности человека» [3, с. 161].

Лингвистический компонент песни включает в себя тематическую специфику песенных произведений разных жанров и их структуры. Экстралингвистический компонент песенного дискурса охватывает отличительные черты поведенческих моделей и социолингвистических черт участников песенного дискурса, мелодии песенной композиции и др.

Согласно данным британского филолога Д. Кристала, более 90 % музыкальных исполнителей современности поют на английском языке, притом, что они не обязательно носители английского языка. Филолог подчеркивает положительную сторону такого господства англоязычного песенного дискурса, и утверждает, что для мировой культуры, и в особенности для молодежи, многие работы англоязычных музыкантов «стали символом свободы, неповиновения и прогресса». Нельзя отрицать то, что песни на английском языке являются гарантией общественного интереса в мировом масштабе и движущей силой коммерческого успеха.

Однако мировая популярность текстов англоязычного песенного дискурса привела к некоторым последствиям и оказала влияние на тексты. Тексты песен стали упрощать во всех направлениях, в частности, стали использовать максимально упрощенные грамматические конструкции, а также реалии и идиомы, которые не всегда понятны для иностранной аудитории. [4, с. 218].

Песенная композиция является одним из самых динамичных источников распространения английского языка в глобальном масштабе. Интересно, что молодое поколение разных культур знают англоязычные композиции в разы лучше, чем песни исполнителей своих соотечественников. Безусловно, англоязычный песенный дискурс является сильным средством продвижения английского языка и культуры носителей данного языка с присущими им ценностями и стандартами.

Англоязычный песенный дискурс пребывает в сфере культуры, следовательно, он обладает культурологической устойчивостью. Злободневность в рамках социальной ситуации и широкий общественный отклик той или иной современной песни являются главными причинами этой стабильности.

Средства массовой информации для многих носителей языка являются основным источником представлений о языковой норме. Особого внимания заслуживает современная популярная музыка, которую мы слышим по радио и с экранов телевизоров.

Музыка во все времена была особым видом искусства. Песня – самый распространенный и популярный музыкальный жанр.

Рассмотрим употребление особенностей разговорной речи в текстах современных английских песен. Для исследования нами были выбраны английские песни популярные в последние пять лет. В ходе исследовательской работы нами было проанализировано 80 текстов современных английских песен.

Мы отмечаем, что в них встречаются следующие языковые средства, характерные для разговорной речи:

1. Разговорные сокращения (But don't let them say you ain't beautiful ... (Beautiful, Eminem); [5].
2. Пропуск окончаний в словах (Like it's nothin' goin' on I ain't leavin' you alone ... (Crazy, Shakira); [6].
3. Употребление усеченных форм (Know what I'm talkin' 'bout ... (Midnight, Pitbull);
4. Употребление повторов (Dancing through the fire 'Cause I am a champion

Louder than a lion

'Cause I am a champion ... (Roar, Katy Perry); [7].

5. Разговорные междометия (Ooh that was then like an alien (Alien, Britney Spears));

6. Употребление вводных элементов (My mind was racing pacing the room ... (Crazy all my life, Daniel Powter));

Особенности разговорной речи – это активное и действенное средство создания выразительности и эмоциональности в песнях.

В процессе анализа текстов англоязычного песенного дискурса внимание было сосредоточено на особенностях разговорного стиля в английском языке, без которого невозможно повседневное общение между людьми.

Проанализировав выбранные тексты англоязычного песенного дискурса, можно сказать, что особенности разговорного стиля ярко выражаются в текстах современных англоязычных песен. Современная англоязычная песня способна отражать процессы, происходящие в английском языке. Тексты современных англоязычных песен упрощаются, в них появляется большое количество разговорных выражений, идиом, сленгов, а также различных разговорных конструкций.

Англоговорящие музыкальные исполнители придерживаются разговорного стиля в своих песенных композициях, более того, все они используют сходные и различные языковые средства.

Список литературы

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка [Текст] : учеб. пособие / Ирина Арнольд. – Изд. 2-е. – Л. : Просвещение, 1981. 295 с.
2. Плотницкий Ю. Е. Лингвостилистические и лингвокультурные характеристики англоязычного песенного дискурса [Текст] : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Юрий Плотницкий. – Самара, 2005. – 183 с.
3. Мурзин Л.Н. Язык, текст и культура // Человек–текст–культура: Коллективная монография / Под ред. Н.А. Купиной, Т.В. Матвеевой. Екатеринбург, 1994. С. 160–169.
4. Шевченко О.В. Лингвосемиотика молодежного песенного дискурса (на материале английского языка) [Текст] : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Ольга Шевченко ; Волгоградский гос. ун-т. – Волгоград, 2009 – 218 с.

Список источников

5. Eminem: тексты песен // Лингво-лаборатория Амальгама. – Режим доступа: <https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/> (дата обращения: 11.01.2024)
6. Shakira: тексты песен // Лингво-лаборатория Амальгама. – URL: <https://www.amalgama-lab.com/songs/s/shakira/> (дата обращения: 13.01.2024)
7. Katy Perry: тексты песен // Лингво-лаборатория Амальгама. – Режим доступа: https://www.amalgama-lab.com/songs/k/katy_perry/ (дата обращения: 13.01.2024)

УДК 811.111

Гафурова В.А. Исследование лексико-семантического пространства лексемы "Rumour" на основе англоязычных электронных словарей

Гафурова Валерия Алексеевна

аспирант кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации
Белгородский государственный национальный исследовательский университет НИУ
«БелГУ», РФ, г. Белгород
vtokmanceva@mail.ru

The study of the lexical and semantic space of the lexeme "Rumour" based on English-language electronic dictionaries

Gafurova Valeria Alekseevna

Postgraduate student of the Department of English Philology and Intercultural Communication, Belgorod State National Research University, Russia, Belgorod

Аннотация. В данной статье представлен лексико-семантический обзор лексемы "Rumour" на базе англоязычных толковых словарей. Цель работы состоит в проведении анализа содержательных и структурно-семантических характеристик указанного понятия в современной англоязычной среде, который раскрывает языковую природу явления слухов. К основным задачам для достижения данной цели относятся: изучить современные англоязычные толковые словари в электронном пространстве; определить основные дефиниции лексемы "Rumour"; провести анализ синонимичного и антонимичного ряда данной лексической единицы, а также проанализировать сочетаемость лексемы с другими единицами; обобщить полученные результаты исследования. Новизна научной работы заключается в выявлении семантического пространства лексемы "Rumour" в современной *электронной* англоязычной среде. Результатом работы считается определение преимущественно отрицательной коннотации слухов, возможность приобретения ими письменной формы распространения, а также подтверждаться. Практическая значимость проведенного исследования определяется возможностью применения полученных результатов в курсах по общему языкознанию, сопоставительной лингвистике, по теории и практике перевода, по лингвокультурологии и др.

Ключевые слова: слухи, лексическая единица, коммуникация, многогранная природа, лексико-семантические характеристики

Abstract. This article presents a lexical and semantic review of the "Rumour" lexeme based on English-language explanatory dictionaries. The purpose of the work is to analyze the content and structural and semantic characteristics of this concept in the modern English-speaking environment, which reveals the linguistic nature of the phenomenon of rumors. The main tasks include: to study modern English-language explanatory dictionaries in the electronic space; to determine the basic definitions of the lexeme "Rumour"; to analyze the synonymous and antonymous series of this lexical unit, as well as to analyze the compatibility of the lexeme with other units; to summarize the results of the study. The novelty of the scientific work lies in the identification of the semantic space of the lexeme "Rumour" in the modern electronic English-speaking environment. The result of the work is considered to be the identification of a predominantly negative connotation of rumors, the possibility of acquiring a written form of dissemination by them, as well as being confirmed.

The practical significance of the research is determined by the possibility of applying the results obtained in courses in general linguistics, comparative linguistics, theory and practice of translation, linguoculturology, etc.

Keywords: rumors, lexical unit, communication, multifaceted nature, lexical and semantic characteristics

В современном пространстве существует большое количество работ, посвященных такому уникальному и многогранному явлению как слухи. Согласно системе международной социальной сети для научного сообщества Academia.edu, на момент 2022 года было зафиксировано более 13000 научных работ, посвященных слухам [1, с. 29]. Отметим, что количество исследовательских работ с каждым днем только растет, что говорит об актуальности и интенсивном обсуждении данной проблемы в современной гуманитарной научной среде.

В рамках лингвистического подхода к исследованию слухов данный феномен обозначается в качестве коммуникативной и речевой единицы, которая характеризует существование общества на современном этапе развития [2, с. 17]. Несомненно, для полноценного и обширного анализа природы неподтвержденной информации необходимо обратиться к языковым наукам, которые способны сформировать объективную модель слухов как текстово-языкового явления. Данная работа посвящена выявлению лексико-семантических характеристик слухов в современной англоязычной среде (на основе электронных словарей) с использованием дефинициального подхода в исследовании лексемы “Rumour”.

Следует отметить, что анализ исследуемой лексической единицы в первую очередь предполагает изучение ее истолкования в современных толковых английских словарях, в которых приведены следующие дефиниции лексемы “Rumour”:

- 1) “information, often a mixture of truth and untruth, passed around verbally” (Collins English Dictionary) [4];
- 2) “information or a story that is passed from one person to another and which may or may not be true” (Longman English Dictionary) [5];
- 3) “unofficial information that may not be true” (Macmillan Dictionary) [6];
- 4) “a piece of information, or a story, that people talk about, but that may not be true” (Oxford English Dictionary) [7];
- 5) “a fact that a lot of people are talking about although they do not know if it is true” (Cambridge English Dictionary) [8].

В то же время, в словаре Collins English Dictionary в отношении лексемы “Rumour” представлены следующие значения: fame (“the state of being widely known or recognized; renown; celebrity”) or reputation (“a high opinion generally held about a person

or thing”) (obsolete); din (“is a very loud and unpleasant noise that lasts for some time”) or clamour (“is used to describe the loud noise of a large group of people talking or shouting together”) (archaic) [4].

Исходя из вышеуказанного анализа определения данной лексической единицы, представляется возможным выделить следующие компоненты ее значения: “untruth”, “unofficial information”, “not true”, “may not be true”. В подтверждение нашего вывода также можно привести исследование кандидата филологических наук О. В. Рамантовой о лексико-семантических единицах, формирующих содержательное пространство лексемы “Rumour”, которые репрезентированы в словарях языка Шекспира New Shakespearean Dictionary, а также в толковых англоязычных словарях [3, с. 50]. В качестве авторского приращения проведено исследование лексико-семантического пространства лексемы “Rumour”, которое предполагает выявление содержательных и структурно-семантических характеристик указанного понятия в современной англоязычной среде.

Так, проведенный анализ демонстрирует тот факт, что важным параметром лексемы “Rumour” выступает передача в *неформальном общении* между *двумя* или *группами индивидов* информации, которая имеет *цепочечную форму* распространения. О данном факте свидетельствуют следующие лексемы: “talk”, “unofficial information”, “passed from one person to another”, “passed around verbally”.

При этом, следует отметить особенность восприятия отдельными индивидуумами исследуемого понятия, что служит весомым доказательством субъективного понимания окружающей нас действительности. Особенно ярко данный феномен можно проследить в англоязычном электронном сленговом словаре Urban Dictionary, созданном студентами. Представляется, что изучение взгляда молодого поколения на лексему “Rumour”/ “Rumor” (US) является наиболее интересным и актуальным на сегодняшний день:

1) “invariably a lie, something with no factual founding, spread amongst poorly educated members of the working class whose critical faculties have never been fully developed. Rumours are in general pure hearsay”;

2) “something that is thought to be true but isn't. Spread for shock value or defamation”;

3) “stories and or statements that are generally circulated without confirmation or certainty as to facts. Sometimes it is hard to tell who started the rumor, who believes the rumor, or who heard the rumor but they are false 89% of the time”;

4) “a piece of false, slanderous and/or mean-spirited story that somebody tells about someone else. These stories are usually told because the victim of the rumor is smarter, more popular, wealthier, more successful, harder working, or nicer than the person who is spreading the rumor” [9].

Подобный взгляд на слухи, прежде всего, подталкивает нас к выводу о том, что данное явление наделяется отрицательной коннотацией. Кроме того, приведенные дефиниции исследуемого феномена содержат модусный смысл, который выражается в субъективных авторских оценках, основанных на личностном восприятии явления слухов. Анализ парадигматических свойств лексемы “Rumour” также демонстрирует ярко выраженный отрицательный компонент, который содержится в употребляемых вместе с лексемой прилагательных:

- exaggerated or silly: “exaggerated”, “ridiculous”, “wild” (например, “She was quick to dismiss these as ridiculous rumours”);

- vague: “vague” (например, “Report anything suspicious to the police, but only facts, not vague rumours”);

- false or untrue: “baseless”, “false”, “groundless”, “unfounded”, “untrue” (например, “Unfounded rumours of a financial link between his company and the campaign were circulated”);

- unpleasant or malicious: “defamatory”, “malicious”, “nasty”, “scandalous”, “scurrilous”, “ugly”, “unkind”, “vicious”, “vile” (например, “Malicious rumours from government sources have been spread by the mass media”);

- shocking: “alarming”, “disturbing”, “scandalous” (например, “He reported alarming rumours of a possible English attack on France”) [6].

Исследование антонимических отношений подтверждает характеристику слухов как явления, обладающего отрицательными свойствами. На данное обстоятельство указывает наличие фактора неправдоподобия, поскольку антонимический ряд сопровождается лексемами со значением подлинности информации: “evidence”, “proof”, “authentication”, “verification”, “notoriety” (Dictionary of English antonyms) [10].

В то же время, анализ синонимичного ряда подводит нас к выводу о том, что его компоненты содержат как отрицательную оценку “Rumour”, так и нейтральную:

1) “talk”, “story”, “report”, “word”, “news”; “buzz”, “gossip”; “whisper” (informal); “dirt” (slang); “goss” (informal); “hearsay”, “canard”, “tidings”; “scuttlebutt” (US slang), “bush telegraph”; “bruit” (archaic) [4];

2) “gossip”, “tittle-tattle”, “hearsay”, “talk”; “the grapevine”, “the word on the street” (informal); “scuttlebutt”, “poop” (North American informal); “tea” (US informal); “furphy” (Australian, New Zealand informal); “fame” (archaic); “piece of gossip”, “report”, “story”, “whisper”, “canard”, “speculation”, “information”, “world”, “news”; “buzz” (informal); “fruit” (rare) (Lexico’s Oxford English Synonyms) [11].

Исследование семантического пространства слухов определяет их двойственную природу – сосуществование как устной, так и письменной (в современных реалиях печатной) фактуры распространения:

1) “talk”, “story”, “word”, “news” [4];

2) in the press: “press”, “tabloid” (например, “Tabloid rumors that she was to rejoin the band proved baseless”) [6].

Анализ предикативных единиц, сочетающихся с лексемой “rumour”, определяет следующие свойства данной лексики:

1) to confirm a rumour: “confirm”, “substantiate” (например, “He confirmed rumours that he will be making a sequel to the film”);

2) to deny a rumour: “contradict”, “counter”, “deny”, “discount”, “dismiss”, “refute”, “rubbish”, “slam” (например, “I must counter these absurd rumours with the actual facts”);

3) to cause a rumour to start: “fuel”, “prompt”, “spark” (например, “She was photographed wearing an engagement ring, sparking rumours that she and Mr Doherty are engaged”);

4) to stop a rumour: “counter”, “dispel”, “quash”, “quell”, “scotch”, “squash” (например, “The principal quashed rumours of racist activity at the college”);

5) to spread a rumour: “circulate”, “propagate”, “spread” (например, “She accused the other candidates of spreading scurrilous rumours to scupper her campaign”);

6) to hear a rumour: “hear” (например, “I heard rumours that someone was trying to get me disqualified”) [6].

Проведенное исследование в рамках лексико-семантического пространства лексики “Rumour” на основе англоязычных электронных словарей позволяет прийти к заключению, что феномен слухов в большей степени выражается отрицательным компонентом, способен приобретать как устный, так и письменный вид и, что немаловажно, имеет возможность *подтверждаться* (что следует из сочетаемости лексики с глаголом “to confirm”). Тем самым, явление слухов нельзя отнести к *исключительно* ложному суждению, как это прослеживается в электронных англоязычных словарях Macmillan Dictionary и Oxford English Dictionary. Мы пришли к выводу, что анализ семантического пространства, а также дефиниций лексики

“Rumour” дает основание говорить о многогранности природы изучаемого явления, неоднозначности в отношении подлинности слухов и о способности неподтвержденной информации самотранслироваться и распространяться.

Список литературы

1. Хакимова Г. Ш. Медиатизация слухов как феномен современного дискурса сми (на материале англоязычных медиа) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. – 2022. – Т. 19. – №. 2. – С. 28-36.
2. Гафурова В. А. Лингвистическая репрезентация слухов как особого вида деятельности: магистерская дис./ В.А. Гафурова – Белгород. гос. университет, 2022 – 79 с.
3. Рамантова О. В. Слухи как особый вид прагмакоммуникативной деятельности (на материале пьес У. Шекспира): дис. – С.-Петербург. гос. ун-т, 2017. – 178 с.
4. Collins Dictionary // collinsdictionary Режим доступа: <https://www.collinsdictionary.com/> (дата обращения: 09.01.2024).
5. Longman Dictionary of Contemporary English // ldoceonline Режим доступа: <https://www.ldoceonline.com> (дата обращения: 09.01.2024).
6. Macmillan dictionary // macmillandictionary Режим доступа: <https://www.macmillandictionary.com/> (дата обращения: 09.01.2024).
7. Oxford Learner's Dictionary // oxfordlearnersdictionaries Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата обращения: 10.01.2024).
8. Cambridge Dictionary // cambridge.org Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: 10.01.2024).
9. Urban Dictionary // urbandictionary Режим доступа: <https://www.urbandictionary.com/> (дата обращения: 12.01.2024).
10. Dictionary of English antonyms // rephrase-tool Режим доступа: <https://rephrase-tool.com/> (дата обращения: 14.01.2024).
11. Lexico's Oxford English Synonyms // lexico Режим доступа: <https://www.lexico.com/> (дата обращения: 14.01.2024).

УДК 811.11.112

Кузнецова Ю.Г. Изучение и интерпретация древнегерманских письменных источников с точки зрения их языковых и культурных особенностей

Кузнецова Юлия Геннадьевна

кандидат филологических наук, преподаватель, Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

Study and interpretation of ancient Germanic written sources from the perspective of their linguistic and cultural characteristics

Kuznetsova Yulia Gennadievna

Candidate of Philological Sciences, lecturer Moscow State Linguistic University
Moscow, Russia

Аннотация. Статья затрагивает проблематику перевода древнетекстовых материалов, акцентируя внимание на сложностях интерпретации и понимания значений слов, которые несут в себе отражение культурных и религиозных реалий прошлого. Особое внимание уделяется изменению семантики слов в процессе христианизации и взаимодействию с германской культурной традицией. Также обсуждаются вызовы, связанные с попытками найти современные эквиваленты для многозначных древних слов и их контекстуальное значение. Автор подчёркивает важность учета грамматических и синтаксических структур в процессе перевода, а также необходимость глубокого понимания культурных и исторических контекстов для достижения точности и доступности перевода для современного читателя.

Ключевые слова: перевод древних текстов, семантические сложности, религиозная лексика, христианизация, германская культура, многозначность слов, контекстуальное значение, грамматические структуры, синтаксические структуры, культурно-исторический контекст, древнегерманский язык.

Abstract. The article addresses the issue of translating ancient texts, emphasizing the complexities of interpreting and understanding the meanings of words that embody reflections of cultural and religious realities of the past. Special attention is paid to the changing semantics of words in the process of Christianization and interaction with the Germanic cultural tradition. The challenges associated with attempts to find modern equivalents for polysemous ancient words and their contextual meaning are also discussed. The author emphasizes the importance of considering grammatical and syntactic structures in the translation process, as well as the need for a deep understanding of cultural and historical contexts in order to achieve accuracy and accessibility of translation for the modern reader.

Keywords: translation of ancient texts, semantic difficulties, religious lexicon, Christianization, Germanic culture, ambiguity of words, contextual meaning, grammatical structures, syntactic structures, cultural-historical context, Old Germanic language.

Научное исследование методов перевода древнегерманских текстов указывает на сложность их жанровой классификации, что обуславливает необходимость всестороннего анализа перед переводом. Рациональный подход заключается в

группировке текстов на основе их оригинальности и формы (проза или поэзия), что выявляет потенциальные проблемы перевода. Важность переводных текстов заключается в их вкладе в литературное наследие и значимости для лингвистических исследований. Переводные тексты, такие как древнегерманские версии Библии, требуют знаний оригинального языка, контекста создания и жанровых особенностей. Проблемы включают неопределенность источника и степени сохранности оригинального перевода в поздних рукописях, а также происхождение старолатинских элементов в готских версиях, что остается предметом академического дебата [1, с. 126].

Готский перевод Евангелия, выполненный Ульфилой, характеризуется литературным стилем с сильным влиянием греческого языка, что существенно затрагивает его лексику. Стремясь к точности, Ульфила применял последовательный подход, транслируя греческие термины в соответствующие готские эквиваленты и выбирая родные слова, где это было возможно; из 64 заимствований, присущих латинской Вульгате, в готской версии сохранилось только 28 [6, с. 69].

Такой метод перевода неизбежно приводил к калькированию греческого текста, сохраняя структурные и семантические особенности оригинала, что вело к созданию новообразований и отклонениям от норм переводимого языка. Возможно, Ульфила ввел неологизмы для выражения греческих концепций, что отражало как литературные, так и разговорные элементы, но существующая письменная традиция ограничивала отображение динамичных языковых изменений в готских текстах [6, с. 48].

Англо-саксонские библейские переводы существуют в различных формах: интерлинейные глоссы в латинских текстах, показывающие перевод каждого слова на диалектах нортумбрийском и мерсийском; западносаксонская версия Евангелий, отражающая незначительные вариации между рукописями; и стихотворные перифразы, самые ранние из которых приписываются Кэдмону. Эти тексты демонстрируют стремление использовать англосаксонский язык и избегать заимствований, предпочитая описательные англосаксонские термины для лучшего понимания читателями [5, с. 86].

Известные данные не подтверждают наличие переводов Священного Писания на языке древней Исландии, однако исследователи не исключают, что могли существовать первичные переводы, как полные, так и частичные. Упоминания библейских фрагментов в манускриптах AM 237 и AM 677, относящихся к XII веку,

дают основание предполагать это. Также библейские отрывки обнаруживаются в сагах о епископах [2].

Особенность переводов на древнеисландский заключалась в интерпретации латинских текстов, а не в их буквальном переводе. Переводчики подходили к тексту оригинала с большой степенью свободы. Например, в АМ 677 в переводе слова «здоровье» используется его противоположность – «болезнь» [8, с. 102].

Подход древних исландцев к переводу, который был ближе к толкованию, чем к «слово за словом» переводу, приводил к сильному отличию переведенных текстов от оригиналов. В древнеисландской традиции трудно провести грань между переводом, пересказом и созданием оригинального текста. В древнеисландском языке термины, означающие «перевод», такие как «руда» и «снара», носили значение «толкование», что отличало их от англосаксонской практики более буквального перевода, хотя и там допускались некоторые отступления. Альфред Великий в предисловии к переводу труда Григория I пояснял, что иногда переводил слово за слово, но также позволял и понимание по смыслу [2].

Исследование переводов библейских текстов выявляет разнообразие техник и подходов, используемых в переводе, что подчеркивает множество проблем, которые могут возникнуть при анализе переводческих работ, будь то тексты небольших форм, такие как молитвы, исповеди, акты покаяния, или более крупные философско-религиозные произведения.

Первая категория проблем связана с общими трудностями. К ним относится неопределенность происхождения оригинальных текстов, которые могли быть потеряны, изменены или искажены в процессе передачи. Например, в эпоху Эльфрика существовало несколько версий Вульгаты; Эльфрик, в своих работах, использовал словоформы, происходящие от различных ее редакций, и не всегда было ясно, по каким причинам он предпочитал ту или иную форму из конкретной версии Библии. Или в другом случае, когда оригинальный текст так и не был найден, предполагается, что для перевода хоральной песни в воскресный псалм Эльфрик использовал элементы из трех разных Евангелий, вместо того чтобы следовать одному конкретному стиху из Евангелия от Матфея (21:9) [3]. Кроме того, стоит помнить, что в древних рукописях слова часто записывались слитно, и неправильное разделение букв на слова могло привести к ошибкам, радикально меняющим первоначальный смысл текста. Дополнительные искажения и ошибки могли быть внесены в тексты копиистами в прошлом.

Еще одна значительная проблема заключается в отсутствии точных знаний о значениях многих слов, которые отражали реалии жизни как в оригинальных текстах, так и в переводах.

В научном дискурсе важной задачей является понимание и толкование слов, особенно когда они используются в религиозном контексте и могут нести специфические значения, формируемые в ходе христианизации. Так, лексемы, обозначающие повседневные предметы, преобразуются и приспособляются к новым религиозным концепциям, одновременно сохраняя связь с германскими концептами и мировосприятием. Примером такой эволюции является древнеанглийское слово «halig», которое в религиозных текстах приобретает значение «святой» [4].

Однако сложности возникают и при попытке установить контекстуальные значения древних слов, которые могут отражать культурные и языковые особенности, неизвестные современному исследователю. Из-за диффузной природы древнего языка, одно слово может включать в себя несколько понятий, не сочетаемых в современных языках. Это создаёт проблемы при поиске современных эквивалентов для таких слов.

В отличие от этого, сравнение грамматических и синтаксических структур оригиналов и переводов обычно менее проблематично, поскольку языки того времени были синтетическими и обладали относительной свободой в порядке слов, что позволяет считать их несоответствия значимыми для языка перевода [7].

Кроме того, существует различие в подходах к переводу прозаических текстов: с одной стороны, строгое следование библейским канонам, с другой - адаптация перевода для понимания простыми людьми, как это делал Эльфрик, предпочитая ясность и простоту в выражении мысли. Это разделение на буквальные и интерпретирующие переводы требует разнообразия методик анализа и толкования текстов [3].

Перевод библейских текстов в поэтической форме представляет собой сложную задачу, так как эти тексты должны соответствовать строгим канонам священных писаний, при этом сохраняя стилистические и эстетические особенности поэзии. В поэтических перифразах Библии равноценное внимание уделяется как семантическому содержанию, так и фонетическим аспектам, таким как ритм, звучание и структура стиха. Это делает необходимым анализировать тексты не только с точки зрения их буквального смысла, но и в контексте их художественного выражения и интеграции в древнегерманскую культурную традицию.

Из этого следует, что задача перевода древних текстов требует от переводчика не только лингвистических навыков, но и глубокого понимания культурных и исторических контекстов, в которых они были созданы. Переводчики должны действовать как исследователи, раскрывающие уникальные характеристики оригинального текста и его автора, а также обращающие внимание на социокультурные и политические аспекты эпохи и места создания. Такой подход позволяет осуществить перевод, который точно передает смысл исходного текста и одновременно делает его доступным для современного читателя.

Список литературы

1. Мухин С.В. Комплексный анализ лексических единиц в изучении древнегерманских языковых концептов // Герценовские чтения. Иностранные языки: сб. науч. статей. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2018. С. 216-218.
2. Новицкая И. В., Воробьева В. В., Федоринова З. В. Конструирование фрагмента семантического пространства, репрезентированного абстрактными понятиями в древнеисландском языке // Вестник ТГПУ. 2021. №4 (216). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konstruirovanie-fragmenta-semanticheskogo-prostranstva-reprezentirovannogo-abstraktnymi-ponyatiyami-v-drevneislandskom-yazyke> (дата обращения: 23.01.2024).
3. Чулкова Е. А. Образ бога в древнегерманской картине мира (на материале древнеисландских и древнеанглийских текстов) // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2018. № 9(4). <https://doi.org/10.17072/2037-6681-2017-4-94-102>.
4. Паймакова Е. А., Лукьянова Г. О. Некоторые особенности семантики древнеанглийских прилагательных-антонимов (на материале прилагательных hefig - leoht) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. №10-2 (76). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-osobennosti-semantiki-drevneanglijskih-prilagatelnyh-antonimov-na-materiale-prilagatelnyh-hefig-leoht> (дата обращения: 23.01.2024).
5. Anderson George K. The Literature of the Anglo-Saxons, revd. edn. Princeton: Princeton University Press, 1966. 444 p.
6. Friedrichsen G.W. S. The Gothic Versions of the Gospels; a Study of its Style and Textual History. - Урепеед u соносмаеумеjibnan jiumeucmum. BbinyckN^o 12 Oxford, 1926. 263 p.
7. Metzger B. The early versions of the New Testament: their origin, transmission, and limitations. -Oxford: Oxford University Press, 1977. 498 p.
8. Ross M. C. Old Icelandic literature and society // Cambridge studies in medieval literature. - Cambridge: Cambridge University Press, 2000. Vol. 42. 336 p.

УДК 81.37

Ширпал Е. Н. Моделирование семантических связей в сравнительных структурах

Ширпал Елена Николаевна

обучающаяся 1 курса Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» в г. Ялте

Modeling of the semantic relations in comparative structures

Shirpal Elena Nikolaevna

1st year student Humanitarian and pedagogical academy (branch)
V.I. Vernadsky Crimean Federal University in Yalta

Аннотация. В этой статье предпринята попытка смоделировать универсальные семантические формулы для сравнения-уподобления и для контрастного сравнения, которые были бы актуальны для различных дистрибутивных моделей сравнения для того, чтобы сделать возможной семантическую интерпретацию сравнения независимо от многообразия его формального выражения. Сравнение как когнитивный механизм, как операция, как способ оперирования мысленными репрезентациями предполагает, что эту операцию осуществляет определенное лицо, субъект сравнения. На основе материала исследования выделены средства, маркирующие присутствие субъекта сравнения. Установлено, что элемент семантической модели, субъект сравнения» объединяет два возможных варианта: «указанный субъект сравнения» и «адресант», предусматривающий два варианта реализации семантической модели сравнения: сравнительные структуры с указанным субъектом сравнения и сравнительные структуры, в составе которых указание на субъект сравнения отсутствует.

Ключевые слова: сравнение-уподобление, контрастное сравнение, референт, коррелят, модуль сравнения.

Abstract. This article attempts to model universal semantic formulas for comparison-comparison and for contrasting comparison, which would be relevant for different distributive comparison models in order to allow semantic interpretation of the comparison regardless of the diversity of its formal expression. Comparison as a cognitive mechanism, as an operation, as a way of operating mental representations implies that this operation is performed by a certain person, the subject of comparison. Based on the research material, tools that mark the presence of the subject of comparison are identified. It is established that the element of the semantic model «the subject of comparison» combines two possible options: „the specified subject of comparison” and «the addressee», which provides for two options for implementing the semantic model of comparison: comparative structures with Mie/A with the specified subject of comparison and comparative structures with Mie/A, in which there is no indication of the subject of comparison.

Keywords: comparison-assimilation, contrast comparison, referent, correlation, comparison module.

В процессе развития языков на разных этапах эволюции человечества наблюдаются определенные закономерности, что позволяет языковедам выделять общие черты развития как языка в целом, так и его отдельных составляющих, а также подчеркивать своеобразные универсалии. Одной из таких универсалий является категория сравнения. Внимание языковедов привлекали различные аспекты сравнения, как изменение парадигм в лингвистике. В частности, в 60-90-х годов XX в. формально-структурный подход (А. В. Гулыга и А. И. Шендельс, И. М. Жилин, И. С. Искандерова, В. Е. Куленко, М. Bierwisch, С. Hamann, E. Klein, G. Kolde, W. Koller, J. Nerbonne, W. Oppenrieder, R. Pietsch, M. Pinkal, К.-Е. Sommerfeldt, В. Vamhom, I. Zimmermann). В исследованиях конца XX - начала XXI в. внимание сконцентрировано на изучении функционально-семантического поля сравнения (М. П. Айрапетова, С. Я. Александрова, Н. Д. Арутюнова, Л. И. Балута, Г. Л. Денисова, И. А. Захарова, Л. А. Иванова, Н. м. Иванюк, Т. Е. Кузьмина, Л. А. Кучинская, К. И. Мизин, А. В. Падучева, В. Е. Прищепа, Г. А. Риш, н. с. Федосеева, Н. Бльхдорн, К. Ehrich, V. Ehrich, F. Eggs, L. Hoffmann, G. Starke, С. Peschel, S. Hahnemann, M. Thurmair, A. Redder, A. Rousseau). Перспективным представляется комплексный анализ глубинной сущности категории сравнения с привлечением лингвистического анализа и когнитивных основ операции сравнения. С точки зрения структуры, сравнение как лингвистическая единица отличается от других языковых явлений особыми конструктивными признаками. Структурное и семантическое измерения категории сравнения важная составляющая комплексного подхода для всестороннего изучения этого языкового явления. В рамках проведенного нами исследования [2] структурное распределение сравнительных структур с маркерами *wie/als* на четыре типа: субстантивные, глагольные, адвербиальные и адъективные, позволило выделить, зафиксировать и проанализировать 11 дистрибутивных моделей, которые наглядно подтверждают разветвленную систему средств вербализации сравнения в современном немецком языке.

Целью статьи является попытка семантической интерпретации сравнения независимо от многообразия его формального выражения путем моделирования двух универсальных семантических формул: для сравнения-уподобления и для контрастивного сравнения.

Исследователи оперируют различными наименованиями конститuentов сравнения: тема (то, что сравниваем), модуль (признак, который лежит в основе сравнения), коррелят (то, с чем сравниваем) (Е. А. Левина, 2010), показатель сравнения - формальное средство, указывающее на сравнительные отношения между

элементами (wie) (И. З. Искандерова, 1982; А. А. Баженова, 2014); прообраз, модуль и образ (О. Е. Гутман, Ф. А. Литвин, М. И. Черемисина, 1997); объект сравнения, основа сравнения, коррелят, образ (С. Я. Александрова, 1981); агент, модуль, референт (С. М. Мезенин, 1983); предмет, связующий признак и образ (Б. В. Томашевский, 1999); тема, признак или комплекс признаков и образ (И. В. Шенько, 1972); тема, модуль, компарат (В. Е. Куленко, 1976); субъект, *tertium comparationis*, часть, которая сравнивается или сравнение, признак, компаративный член (А. Б. Михалев, 1982); то, что сравнивается, основа сравнения, сравнительная конструкция (С. С. Постникова, 2013); компарант, основа сравнения и компарат (О. П. Пустошило, 2010); субъект, основа/коррелят, объект (О. И. Шаля, 2011).

Для обозначения составляющих семантической модели сравнения мы выбрали однословные (несложные) термины - референт, модуль, коррелят [2, с. 45], которые, по нашему мнению, четко отражают суть элементов процесса сравнения.

Несмотря на то, что сравнение располагает широким арсеналом средств лингвистической репрезентации: 1) морфологический, 2) словообразовательный, 3) лексический, 4) синтаксический, следует, однако, согласиться с М. Я. Оленяк [8, с. 22] в том, что морфологический, лексический и частично словообразовательный способы построения сравнения условны, поскольку они не существуют за пределами синтагматики, обязательным условием их реализации является сочетаемость с другими языковыми единицами, что делает их составными элементами собственно синтаксической структуры с семантикой сравнения. Задекларированные языковедами морфологический и лексический способы образования сравнения нельзя охарактеризовать как самодостаточные средства, поскольку, взятые вне словосочетания, они способны демонстрировать отдельные элементы сравнения, но не сравнения в целом.

Учитывая уже осуществленные исследования семантической структуры сравнения [5, с. 92-108] установлено, что сравнительная природа не может быть присущей отдельному слову или словосочетанию. Для актуализации идеи сходства или различия требуется синтаксическая структура, в которой эксплицитно или имплицитно будут присутствовать все составляющие семантической модели, то есть все обязательные элементы сравнения: 1) то, что сравнивают (референт); 2) то, с чем сравнивают (коррелят); 3) общий признак сравниваемых понятий (модуль *m*); 4) формальный показатель сравнения или языковой маркер сравнительных отношений (*wie*, *als*), сигнализирующий о факте сравнения, связывает элементы сравнительной структуры и указывает на сравнительные отношения между ними, который, впрочем,

является не обязательной составляющей сравнительной структуры, а скорее факультативной, дополнительной единицей.

Поскольку сравнение рассматривается с точки зрения семантической репрезентации сходства или различия между концепциями/ вещами, а не только как структура, соответствующая формуле X как Y, имеет значение разница между семасиологическим и ономасиологическим подходом. Ретроспективный анализ многочисленных исследований сравнения доказывает, что семасиологический подход (от формы к значению) не может раскрыть различные проявления сравнения. Ономасиологический подход (от содержания к форме) считаем для этого исследования более удачным, поскольку он позволяет конкретизировать две универсальные семантические формулы для сравнения-уподобление и для контрастивного сравнения, которые передают семантическую модель сравнения независимо от его формального выражения [2, с. 92-108].

Поскольку в wie/als-ПС сравниваются как качественно/количественно схожие, так и отличительные сущности, принадлежащие к одной или разным сферам бытия, считаем логичным в Формуле обозначить их разными буквами, в отличие от дистрибутивных моделей, где существительные обозначены как N, то есть Nomen. Для этого выбираем следующие сокращения: R (референт), C (коррелят). Введение в формулу общего признака m (модуля) важно для анализа имплицатуры сравнения, которая является ключевым фактором в ее правильной интерпретации. Поскольку общий признак характерен для референта и коррелята в разной степени, семантическая формула должна это отражать. Например, в сравнительной структуре сила мужчины приравнивается к лошадиной силе, однако, каким бы сильным ни был мужчина, лошадь - гораздо сильнее. Он в этой ситуации как прототип, как некий идеал обладания признаком. Имея это в виду, чтобы показать, в какой степени референт и коррелят обладают определенным признаком, мы выбираем операции умножения и возведения в степень, поскольку R_n будет количественно меньше, чем C_n , то есть «количество» общего признака в R_n будет меньше чем в C_n [2, с. 92-108].

Du groЯer Schwanz, Englдnder, du bist stark wie Pferd [DWDS].

Любая формула должна обозначать, прежде всего, отношения между ее элементами, если таковые существуют, а не просто перечислять составляющие. Традиционные формулы, такие как A, как B или A (r) B, к сожалению, не демонстрируют этих связей, поскольку семантика сравнения не равна сумме общих значений ее компонентов. Сравнение является независимым лингвистическим понятием, цель которого состоит в выделении общего признака, на основе которого

референт и коррелят сравниваются. Соответственно, использование символов «+» или «-» в Формуле сравнения кажется неуместным, поскольку содержание сравнения не является суммой или разницей значений его элементов, это результат эксплицитного или имплицитного акцентирования общего признака. При разработке формулы для сравнения, вслед за М. Оленяк [8, с. 28-32], считаем более целесообразным прибегнуть к символу приближенного сходства «-», что дает возможность показать тип отношений между референтом и коррелятом, и понимаем его в рамках нашей работы как, в «определенной степени подобный/отличный» [2, с. 95].

Предлагаем, следовательно, семантическую формулу сравнения $R_m - C_m$ (для сравнения - уподобление и $R_m - C_m$ для контрастивного сравнения, где R - референт, C - коррелят, m-модуль/признак, R_m и C_m показывают разную степень владения референтом и коррелятом определенным признаком, - символ, передающий сходство/различие референта и коррелята по ПЭВ-ному признаку. Выбираем операции умножения (R_m, C_m) и возвышения до степени (R_m, C_m), чтобы продемонстрировать, что признак, переданный символами R_m или C_m , будет количественно меньше, чем переданный обозначениями C_m или R_m . То есть «количество» общего признака в R_m или C_m всегда будет меньше, чем «количество» общего признака в C_m/R_m . Приведем примеры:

$R_m - C_m$ -сравнение-уподобление:

Die Haut ist wei wie Alabaster [DWDS].

Так, в предложении (2) кожу сравнивают с алебастром. В словарной статье (eWDG) находим определение: Alabaster - feinkörnige, weißliche, meist durchscheinende Gipsart (мелкозернистый, беловатый, полупрозрачный вид гипса), то есть кожа уподобляется алебастру, чтобы конкретизировать ее нежность, белизна, однако белого в алебастре «больше» (C_m), чем в коже (R_m). Цель этого сравнения-сравнить белизну кожи с идеально белым алебастром.

(II) $R_m = C_m$ -контрастивное сравнение:

Das Bein war doppelt so dick wie der rechte Oberschenkel [DWDS].

Эта сравнительная структура вербализирует контрастное сравнение, поскольку признаки dick «толстый» у референта «больше» (R_m) чем у коррелята (C_m) - «Нога вдвое толще, чем бедро». Очевидно, что коррелят не является эталоном для сравнения, целью ПС является не уподобление референта корреляту, а наоборот, дифференцирование их. Wie-NP в этом примере введена, чтобы показать контраст между референтом и коррелятом из-за разной степени общей для обоих признака.

Стоит отметить, что семантические формулы не содержат маркеров wie/als, поскольку результаты структурно-семантического анализа wie / als-ПС доказывают, что ни один из них не имеет четко закрепленного за собой семантического значения сходства или различия. Это еще раз подтверждает универсальность предложенных нами семантических формул.

Наличие в семантической модели сравнения субъекта сравнения связано с характером этого явления. Сравнение как когнитивный механизм, как операция, как способ оперирования мысленными репрезентациями предполагает, что эту операцию осуществляет определенное лицо, субъект сравнения.

Общепризнано мнение, что субъекту из речи не избавиться. Прямая речь обязательно соотносится с говорящим, монолог художественного текста - с личностью автора. М. П. Брандес отмечает, что даже в наиболее объективном тексте присутствует образ автора [1, с. 53, 57]. Н.К. Рябцева связывает это с антропоцентричностью языка и с выработанной говорящим рефлексией. По наблюдениям Н.К. Рябцевой, субъект выражения может присутствовать в выражении одновременно как наблюдатель / субъект восприятия, говорящий / субъект речи, субъект сознания и мышления (отношения, реакции, рассуждения), а также как субъект (речевого) действия / поведения, культуры и, кроме того, как объект [4, с. 377-389]. Его присутствие маркируется субъектными компонентами речи, которые Н. К. Рябцева определяет как «компоненты выражения / текста, соотносящиеся с субъектом, который его творит» [4, с. 337].

На основе материала исследования наблюдаем средства, маркирующие присутствие субъекта сравнения, выступающего в вышеназванных ролях.

Субъект сравнения обычно указывается, когда кто-то сообщает о результатах сравнения, проведенного другим человеком, например:

Der Ballon scheint ihm mehr Kamerad als Spielzeug zu sein, immer wieder schmust er mit ihm, ohrfeigt ihn, dann kysst er ihn wieder [DWDS].

Варьирование составных элементов, проявляющихся субъектом, связано с тем, что человек описывает языковыми формами не столько саму объективно существующую ситуацию, сколько то, что и как он воспринял и понял.

Так, структура семантической модели - в восприятии / в представлении субъекта сравнения референт (R) подобен/неподобен корреляту (C) на основе общего модуля (m) ($R_m = C_m$ или $R_m \neq C_m$) - рассматривается нами как базовая, позволяющая разграничить элементы, которые активизируются в памяти субъекта в процессе сравнения.

Обозначение субъекта сравнения встречается со словами, принадлежащими к следующим семантическим группам:

- Слова семантической группы «способ представления» например: *der Traum, die Gedanken, die Schimare, die Vision*. На субъект сравнения, осуществляющий умственное действие, указывают существительное в родительном падеже или местоимение (например, *in der Vorstellung des Vaters* или *in meiner Vorstellung* и т. д.):

In meiner Vorstellung sind Bьcher wie Millionen unterschiedliche Tьeren, die wiederum Abermillionen verschiedene Welten miteinander verbinden oder so [DWDS];

- Слова семантической группы «мнение / суждение», например: *die Meinung, die Uьberzeugung, das Erachten, die Ansicht* и т. д. Субъект сравнения, который выражается или рассуждает, указывает существительное в родительном падеже или местоимение (например, *nach der Meinung des Vaters* или *nach meiner Meinung*):

Nach unserer berzeugung gilt das wie fьr Schulen genau so auch fьr Kindertageseinrichtungen [DWDS];

- Слова семантической группы «влияние на чувства субъекта». Эта группа включает такие глаголы и синонимичные отглагольные фразы, как, например, *erinnern, wecken, hervorrufen, mahnen, assoziieren; durchschlagen, sich verstehen, es mit jmdm. aufnehmen* *кспер, grenzen, streifen, vertreten, ersetzen, koordinieren, teilen, berhren, sich berhren, zusammengehen, sich richten* и т. д. Большинство глаголов этой группы выражают реальное сравнение в своих измененных значениях, однако оно не актуализируется при использовании этих глаголов в их прямых значениях. К этой группе относятся также глаголы, основой сравнения которых являются, в зависимости от конкретного лексического значения, перцептивные качества (вкус, запах, звучание, тональность, цвет, параметрические и временные характеристики и т.д.): *anklingen an, klingen an, duften nach, stinken nach, riechen nach, schmecken nach, assonieren, aussehen* (в значении «быть похожим»), *abtцnen; zusammenfallen, zusammenkommen, zusammentreffen, erscheinen, dьnken, vorkommen, scheinen* и т. д.

Ihre Seele scheint mir wie ein Diamant zu sein [DWDS];

Как было отмечено ранее, существование субъекта сравнения определяет возможность осуществления соответствующей мыслительной операции, вероятно, поэтому данный элемент не всегда называется. Логично предположить, что в ситуации общения, при получении информации о результатах сравнения в условиях отсутствия указаний на авторство, актуализируется позиция «адресант». Указанный факт объясняет, почему в сравнительных структурах с глаголами сравнительной

семантики субъект сравнения может быть также лишь факультативным актантом и не называться, как в нижеследующем примере:

Das Verhalten der Akteure erinnert eher an ein magisches Ritual [DWDS].

Причина отсутствия указания на субъект сравнения в рассматриваемой сравнительной структуре, вероятнее всего, связана с тем, что ситуация подается как результат умственного действия адресанта. В центре внимания адресанта-элементы, побуждающие к осуществлению умственного действия, к поиску признака. Позицию «субъект сравнения» адресат может заполнить самостоятельно, на основе информации, которую он получает в результате анализа контекста или ситуации общения.

Если в *wie/als*-ПС или в контексте, который его окружает, отсутствует указание на конкретный субъект сравнения, то в прямой речи передаваемое впечатление соотносится с адресантом, а в художественном тексте - с личностью автора. Последнее позволяет констатировать, что элемент семантической модели «субъект сравнения» объединяет два возможных варианта: «указанный субъект сравнения» и «адресант». Установленный факт предусматривает два варианта реализации семантической модели сравнения: сравнительные структуры с указанным субъектом сравнения и сравнительные структуры, в составе которой указание на субъект сравнения отсутствует. В последнем случае содержательная структура включает информацию о референте и корреляте и отношения, которое между ними устанавливается.

Количественный анализ показал, что только в 31% случаев употребления сравнительные структуры с *wie/als* присутствовала языковая проекция субъекта сравнения, тогда как в 69% выражений субъект сравнения не был назван.

Компоненты сравнения, реализуемого сравнительными структурами с *wie/als*, всегда семантически неравноправны: вследствие того, что референт обычно нейтрален, основная значимая нагрузка падает на модуль и коррелят, в исследовании которых усматриваем перспективы наших дальнейших поисков.

В этой статье, которая является частью комплексного исследования сравнительных структур с *wie/als* в немецком языке, осуществлена попытка передать с помощью символов количественную и качественную корреляцию между составляющими сравнительной структуры, а не просто перечислены ее составляющие. Семантические формулы для сравнения-уподобления и для контрастного сравнения актуальны для различных дистрибутивных моделей сравнения, что делает возможной семантическую интерпретацию сравнения независимо от разнообразия его формального выражения.

Список литературы

1. Брандес М. П. Стилистика текста. Теоретический курс. Москва: Прогресс-Традиция; Инфра-М, – 2004. – 416 с.
2. Коропатницкая т. п. сравнительные структуры с маркерами wie и als в современном немецком языке: структурно-семантический и лингвокогнитивный аспекты: дис. канд. фил. наук: 10.02.04 / Коропатницкая Татьяна Петровна-Черновцы, – 2019. – 242 с.
3. Левина Е. А. Сравнения в предложениях с копулятивными глаголами (на материале немецких радиотекстов). Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Сер.: «Современные лингвистические и методико-дидактические исследования». Воронеж, 2010. – Вып. 2 (14). – С. 128-136.
4. Рябцева Н. К. Язык и естественный интеллект. Москва: Academia, – 2005. – 640 с.
5. Херберман К.-П. Компаративные конструкции в сравнении. К вопросу об отношении грамматики к этимологии и языковой типологии. Вопросы языкознания. 2019. – № 2. – С. 92-108.
6. Ehrich V. Pragmatische Restriktionen der Bedeutung von graduierbaren Adjektiven und Vergleichssätzen. Beiträge zur Grammatik und Pragmatik / Veronika Ehrich, Peter Finke (eds.). Kronberg: Scriptor (=Skripten Linguistik und Kommunikationswissenschaft 12), 1974. – P. – 141-153.
7. Hahnemann S. Vergleiche im Vergleich: zur Syntax und Semantik ausgewählter Vergleichsstrukturen mit «als» und «wie» im Deutschen, Linguistische Arbeiten. M. Niemeyer, – 1999. – P. 252.
8. Oleniak M. Semantic representation of similes (based on the Ukrainian, English and Polish languages). Topics in Linguistics. 2018. – № 19 (1). – P. 18-32.
9. Thurmair M. Vergleiche und Vergleichen: eine Studie zu Form und Funktion der Vergleichsstrukturen im Deutschen. Linguistische Arbeiten. № 43. Tübingen: Niemeyer, 2001. – P. 22-28.
10. DWDS – Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. Das Wortauskunftssystem zur deutschen Sprache in Geschichte und Gegenwart, hrsg. V. D. Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften, URL: <https://www.dwds.de> (дата обращения: 19.01.2020)

УДК 8.81

Ширпал Е. Н. Особенности стилистического приема сравнения в научно-популярных текстах

Ширпал Елена Николаевна

обучающаяся 1 курса Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» в г. Ялте

Features of the stylistic acceptance of comparison in popular science texts

Shirpal Elena Nikolaevna

1st year student Humanitarian and pedagogical academy (branch)
V.I. Vernadsky Crimean Federal University in Yalta

Аннотация. В статье рассмотрены особенности применения сравнения в научнопопулярных текстах. Исследование сосредоточено на лингвофункциональном аспекте, результаты которого будут способствовать решению таких актуальных проблем коммуникации как конструирование и редактирование собственного высказывания с использованием различных образных средств речи. Автор раскрывает пути декодирования ассоциаций, содержащих сравнение, с помощью которых предлагаемый научный материал становится доступным и легко усваивается. Употребление сравнения в научно-популярных текстах способствует визуализации явлений, уточнению научных понятий, ведь сравнение конкретизирует научные абстракции, вызывает ассоциации со знакомыми предметами и явлениями, что способствует лучшему пониманию новых научных знаний.

Ключевые слова: научно-популярный функциональный стиль, сравнение, стилистический прием, гиперболизированный смысл, сходство, прямое значение, компонент сравнения, ассоциативный компонент.

Abstract. The article discusses the features of the use of comparison in popular scientific texts. The study is focused on linguistics and functional aspects, the results of which will serve to address such actual issues of communication as designing and editing of own statements using various imaginative means of speech. The author reveals the ways of decoding associations that include comparison by which the proposed research material can be available and comprehensible. The use of comparison in popular scientific texts facilitates the visualization of phenomena clarification of scientific concepts, as comparison makes scientific abstraction association with familiar objects and phenomena, which contributes to a better understanding of new scientific knowledge.

Key words: popular scientific functional style, comparison, stylistic device, exaggerated content, similarity, direct value, comparison component, associative component.

Речевые процессы вызывают в последнее время усиленный интерес со стороны лингвистов, ведь такие исследования открывают дополнительные возможности для научного проникновения в сферу речевого сознания, соотношений языка и личности. Современные лингвистические поиски направляются на изучение процессов связи языка и культуры, языка и этнической ментальности, что ведет к созданию

ценностной картины мира. Указанную проблему исследуют такие ученые-лингвисты как В. И. Бартон, Н. И. Добжанская, И. П. Довбня, Л. И. Мясникина, С. Ф. Соколовская, Е. В. Швед, А. А. Щепка и др.

Цель статьи заключается в осуществлении лингвистического анализа употребления стилистического приема сравнения в научно-популярных текстах.

Научно-популярные статьи-это способ межкультурной коммуникации в мире, обмен информацией между заинтересованными наукой людьми от опытных ученых с многолетним стажем до юного знатока науки. Если рассматривать освещение научной тематики в научно-популярных изданиях, то можем констатировать, что значительный интерес продолжает представлять ряд тем, которые постоянно волнуют человечество. Это-здоровье, экология, биология, космос, инновационные технологии, археология, психология. Интерес к таким областям наук можно объяснить менталитетом человека, стремящегося к познанию Вселенной и самопознанию. Человек сам выбирает направление для своих путешествий: внешнее (в историю, Вселенную, путешествия) и внутреннее (в изучение психологических особенностей и физических или умственных способностей человека или сверхчеловека). Познавательная функция остается главной при написании любой статьи для текста научно-популярного направления.

В лексических оборотах сравнительного характера, в зависимости от семантики субъекта и объекта сравнения, наблюдается семантическое противопоставление конструкций с соединителями *than, as, like*.

В сравнении знание, содержащееся в выражении, относится только к одному из сравниваемых объектов, поэтому только один объект выражает свое свойство и это выражение происходит лишь косвенно через его отношение к другому, отличному от него объекту. При этом второй объект должен иметь то свойство, которое лежит в основе сравнения. Например: 1) *Sea water freezes at a temperature of less than fresh, so the ice in The polar regions are still melting, although normally this time of year they should freezes [7]*. - «Морская вода замерзает при температуре меньшей, чем пресная, поэтому льды в районе полюса все еще тают, хотя в норме в это время года они должны намерзать». 2) *Prior to the global warming over the pole I was always very cold air, which is denser than warm [7]*. - «До начала глобального потепления над полюсом всегда был очень холодный воздух, который плотнее теплого».

Что касается семантики главного члена компаративного оборота, то это в основном лексика с нейтральной коннотацией (ни положительной, ни отрицательной), как это прослеживается в лексических сравнительных выражениях.

Такая лексика относится к нейтральному реестру и может употребляться в любой сфере человеческого общения, и даже те лексемы, которые в свое время считались жаргонизмами или исключительно разговорными выражениями, с годами теряют свою стилистическую окраску и входят в общеязычный словарный фонд-в том случае, конечно, если они являются продуктивными и социально значимыми.

В следующем научно-популярном тексте речь идет о неизвестных до сих пор бактериях, но их сравнивают с простыми одноклеточными организмами: «Recent studies have shown the existence of geological manifestations of sulfuric acid in bacteria that are found in ancient fossils in South Africa. There have been large size of these structures, some very similar to the single-celled organisms that live in the many gray ocean depths, where virtually no kysen.polnostyu oxygen is absent» [7]. «Последние исследования геологов показали существование сернокислых проявлений в бактериях, которые найдены в древних окаменелостях на территории Южной Африки. Отмечаются большие размеры данных структур, некоторые очень похожи на одноклеточные организмы, обитающие в богатой серой океанской глубине, где практически полностью отсутствует кислород».

Ученые обнаружили в атмосфере незнакомые дыры, которые назвали «черными дырами». Адвербиальное лексическое соединение с компонентом black может изменять семантику в зависимости от контекста. Проанализируем изменение логического значения на примере фразеологического сопряжения black as ... Так при употреблении black as soot (черный, как пепел), black as coal (черный, как уголь), употребляется в том случае, когда речь идет о загрязненных руках, лице, одежде человека. Фразеологизмы black as pitch (черный, как смола), black as midnight (черный, как ночь), black as ink (черный, как чернила) используются для описания комнаты, дома, пути и т. д.

В следующем фрагменте рассказывается о новых видах пауков-призраков, которые умеют летать. Их существование на отдаленном острове в Тихом океане обнаружили аргентинские биологи. До сих пор насчитывалось 506 видов этого семейства. Размер новичков достигает 2,5 сантиметра.: «Argentine biologists on a remote island in the Pacific discovered three new species of spiders, ghosts, able to fly, according to The Daily Mail. It has been established that they have a number of differences from the relatives living on the mainland. For example, use «kisses» in courtship, while on the mainland spiders limited mutual rubbing feet» [7].

Для того, чтобы читателю было понятнее, вновь обнаруженных пауков - призраков сравнивают с «родственниками», обитающими на материке. Например,

при уходе используют «поцелуи», в то время как на материке пауки ограничиваются взаимным потиранием лапок.

Аналогичный подход содержится в следующем фрагменте, в котором говорится о коричневых карликах. По расчетам ученые предполагают, что действительно в слоях атмосферы коричневых карликов может быть жизнь, однако организмы должны быть в десять раз меньше земных бактерий, но при условии, если на космическом объекте не будет потоков воздуха, который поднимается из глубинных слоев атмосферы: 1) «According to scientists suggest that in the atmosphere actually brown dwarfs could be life, but the organisms to be ten times smaller than terrestrial bacteria, but only if the space object will Flow Air That Rises from deep Layers of the atmosphere» [7]; 2) According to experts, brown dwarfs are very different from the Earth, and it is rather a half stars, half - planet [7].

Также ученые утверждают, что для зарождения жизни на таких планетах не обязательно, чтобы там были условия, похожие на земные. На таком субзвездном объекте существует своя погода, там даже есть так называемые облака, которые состоят из свинца и различных минералов: «Also, scientists say that the origin of life on such planets is not necessary that there were conditions like on earth. In this subzirkovomu object has its own weather, there is even a so-called cloud consisting of lead and various minerals» [7].

По мнению астрономов, в спокойных атмосферах карликов могут существовать организмы, в десятки раз меньше земных бактерий. «According to astronomers, in a relaxed atmosphere dwarfs may exist organisms in the tens of times less than the Earth's bacteria. However, if from the depths of celestial objects are updrafts, the size of the alleged «residents» can exceed the earth s» [7]. Данная информация о карликах сводится к сравнению их с земными бактериями. Однако, если из недр небесных объектов идут восходящие потоки, то размеры предполагаемых «жителей» могут превышать земные.

Ученых заинтересовало наличие водяных облаков, скопившихся в атмосфере одного из карликов, который находится в созвездии Гидра, в семи световых годах от нашей планеты. Размер этого карлика примерно в пять раз больше размера Юпитера: «Scientists interested in the availability of water clouds, accumulated in the atmosphere of one of the dwarfs, which is in the constellation of Hydra, seven light-years from our planet. Razmer this dwarf is about five times larger than the size of Jupiter» [1, с. 92].

Результаты исследований важны потому, что в Млечном Пути насчитывается примерно один миллиард коричневых карликов, это гораздо больше количества

планет, похожих на нашу Землю. Так, можно проводить поиски внеземной жизни в атмосфере «неудачных» звезд: «the research results are important because in the Milky Way, there are about one billion brown dwarfs, it is much more than the number of planets similar to our Earth. So to search for extraterrestrial life in the atmosphere of «failed» stars» [1, с. 27].

Мы находим сравнение «as warm as toast «в научно-популярных статьях:» In order to avoid influenza avoid being as warm as toast» [1, с. 65]. Фразеологическое сравнение as warm as toast употребляют, когда подразумевают «someone who is clothed warmly in winter or of a pleasantly warm room» (человек, который тепло одет (укутан в одежду) зимой или в теплой комнате). Здесь кроется сравнение человека с тостом.

В 2014 году исследовательская кампания НАСА «Operation Ice Bridge» выяснила, что в Антарктиде тают огромные объемы льда. Так, ежегодно ледники в среднем теряют 83 гигатонн. Это эквивалентно примерно половине массы Эвереста. «In 2014 NASA research campaign Operation Ice Bridge discovered that Antarctica is melting huge amounts of ice. So, every year the glaciers on average lost 83 gigatonnes. This is equivalent to about half the mass of Mount Everest» [1, с. 64]. Представленный пример также свидетельствует конкретизацию научной абстракции, вызывающей ассоциацию со знакомыми предметами и явлениями, а именно - Эверестом.

Сложные физико-математические тексты становятся легче воспринимать, когда проводится сопоставление. Так, квадрат модуля волновой функции определяет вероятную способность частицы приобретать то или иное состояние. Ее можно представить в виде суммы слагаемых (суперпозиции состояний), а сам процесс измерения сводится к извлечению одной из возможных составляющих: «the square of the wave function gives the probability of a particle to make this or that state. It can be represented in the form of terms of the sum (superposition states), and the measurement process is reduced to the recovery of one of the possible terms» [7].

В области геофизики авторы научно-публицистических статей также прибегают к сравнению, или, как его можно еще назвать, сопоставлению: "the fact that the detected rover "Spirit" deposition of silica, as stated geophysics, almost identical deposition stromatolites formed in the Valley of Geysers El Tatio in Chile, and is the result of living organisms likely cyanobacteria. (A type of bacteria that is obtained energy through photosynthesis)» [7]. Дело в том, что обнаруженные марсоходом «Spirit» отложения диоксида кремния, как заявили геофизики, почти идентичны отложениям строматолитам, сформировавшимся в Долине Гейзеров Эль-Татио в Чили, и являются

следствием деятельности живых организмов, вероятнее цианобактерий (тип бактерий, получающих энергию через фотосинтез).

Текст может начинаться со сравнения, вводимого предлогом «like», что еще в большей степени способствует фокусировке на объекте сравнения: «Like people, dogs seem to form memories about their experiences all the time, even when they don't expect to have to use those memories later, study coauthor» [1, с. 17]. В этом примере способность собак запоминать сравнивается с аналогичной способностью человека.

Таковыми же умными птицами являются ястребы: «the same applies to The hawks whose aligned gaze like humans has to be followed by immediate flight to catch the prey with arrow-like speed» [7]. В этом примере объектом сравнения является умение ястреба направлять взгляд и со скоростью стрелы направляться к своей жертве.

Другой пример, в котором описываются возможные последствия экологической катастрофы, более ясен, когда эти последствия сравниваются с последствиями катастрофы в Чернобыле: «то, что было создано для того, чтобы спасти место жительства, и то, что произошло с страной или abroad because of ecological disasters (like Chernobyl disaster), or loss of land due to global warming - это «considered ecological refugees» [7]. Полесский городок Чернобыль, которому исполнилось 800 лет, занял место в печально известном списке наряду с японскими городами Хиросима и Нагасаки. Авария на Чернобыльской атомной электростанции стала одной из крупнейших катастроф в истории человечества. Она повлияла на судьбы миллионов людей. В результате этой ужасной катастрофы нынешняя ситуация в Украине остается чрезвычайно сложной и непредсказуемой: «Present ecological situation in Ukraine could be characterized as a crisis that was formed during a long period because of the neglect of the laws of development and reproduction of natural source system of state» [7]. Автор статьи характеризует ситуацию в Украине как кризис, который произошел в результате пренебрежения человеком элементарными законами развития и репродукции природного богатства.

Проблемы Чернобыльской катастрофы окончательно не решены. В ноябре 2016 года Чернобыльскую атомную электростанцию накрыли новым саркофагом, который получил название - «конфайнмент»: «The New Safe Confinement is the largest mobile land-based structure in history. It is 3.5 times heavier than the Eiffel Tower and can cover a Statue of Liberty» [7]. «Новый безопасный конфайнмент - это самая большая подвижная наземная конструкция в истории человечества. Она в 3,5 раза тяжелее Эйфелевой башни и может накрыть собой статую Свободы». Для того, чтобы люди не беспокоились об угрозе новых катастроф, новый конфайнмент назвали «вершиной

инженерного мастерства» и сравнивают с Эйфелевой башней во Франции, а для еще большего убеждения - со статуей Свободы в США. С помощью конфайнмента работники Чернобыльской атомной электростанции смогут с помощью пультов управления постепенно убрать радиоактивный материал для безопасного захоронения в другом месте.

Содержание нового значения, сформированного в процессе сравнения, чаще всего характеризуется наличием количественного момента, который выражен тождеством или различием и благодаря которому сравнение приобретает эвристическую значимость - помогает познать мир.

Осуществленный лингвистический анализ лексического материала дает основания утверждать, что в научно-популярном произведении сравнение порождает цепь ассоциаций, с помощью которых предлагаемый научный материал становится доступным и легко усваивается. Употребление сравнения в научно-популярных текстах способствует выполнению ряда задач: продемонстрировать на примерах, объяснить, растолковать, визуализировать, уточнить научные понятия, ведь сравнение конкретизирует научные абстракции, вызывает ассоциации со знакомыми предметами и явлениями, что способствует лучшему пониманию и, следовательно, усвоению новых научных знаний. Необходимость употребления сравнения в научно-популярных текстах обуславливается потребностью объяснить сложные научные понятия путем сопоставления таких понятий с обычными, обыденными, понятными. Мы обнаружили, что в большинстве сравнений, употребленных в научно-популярном стиле, выделяются общие признаки по критерию сходства, однако употребляются также такие, которые содержат гиперболизированное содержание. Таким образом, сравнительные обороты входят в соответствующие моделируемые образования, сохраняя признаки устойчивого словосочетания, ведь в нем присутствуют три основных компонента: прямое значение, компонент сравнения, ассоциативный компонент.

Перспектива дальнейших исследований заключается в углубленном анализе особенностей компаративистики английских лексических единиц с обязательным привлечением исторического и культурологического аспектов страны, язык которой изучается. Внимание к этой проблематике обусловлено неиссякаемой возможностью комбинирования базовой лексики в разных стилях речи.

Список литературы

1. Бартон В. И. Сравнение как средство познания / В.И. Бартон. – Минск: Вышэйша шк., 2018. – 128 с.
2. Довбня И. П. Сравнительная типология английского и украинского языков. [учеб.-метод. гид.] / Инна Петровна Довбня. – Переяслав-Хмельницкий: ЧП «СКД». – 2015. – 108 с.
3. Мелкнюк О. Т. Особенности сравнения в английском языке / О. Т. Мелкнюк // сборник материалов VI научно-практической заочной конференции «Наука. Перспективы и потенциал». – Запорожье: «Новое Образование», 2013. – С. 198-199.
4. Дядюра Г. М. Образность как средство диалогичности научно-популярного текста / Г. М. Дядюра // Наук.записки. Серия «Филологическая». – Кировоград. – 2011. – Вып. 22. – С. 26-31.
5. Соколовская С. Ф. Функционально-коммуникативный аспект научно - популярного дискурса / С. Ф. Соколовская // Висн. Житомир. гос. ун-та им. И. Франко, 2006. – № 26. – С. 204-208.
6. Glucksberg S. Understanding Figurative Language / S. Glucksberg. – Oxford : Oxford University Press, 2001. – 142 p.

Список источников

7. Newsweek : National News, World News, Business, Health, Technology. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.newsweek.com/>

РОМАНСКИЕ ЯЗЫКИ

УДК 82

Данилова В.Д. К вопросу истории перевода романа М.А. Шолохова «Тихий Дон» на французский язык. Появление романа во Франции.

Данилова Виктория Дмитриевна
магистр, Московский Государственный Институт Международных Отношений
РФ, Москва
viktoriadanilova99@yandex.ru

The history of translation of the novel by Mikhail Sholokhov «*And quiet flows the Don*» from Russian to French language. The publication of this novel in France.

Danilova Viktoriia Dmitrievna
master student, MGIMO University, Russian Federation, Moscow

Аннотация. Роман Нобелевского лауреата М.А. Шолохова «Тихий Дон» по сей день не теряет своей актуальности. Он переведен на 52 языка, а одним из первых появился перевод на французский язык. Данная статья посвящена истории перевода романа-эпопеи отечественной и мировой литературы М.А. Шолохова «Тихий Дон» с русского языка на французский, а также его появлению во Франции. В статье будет затронута тема значения этого романа в культуре Франции, его критика и восприятие как среди литературоведов, так и обыденных французских читателей, а также будут изучены причины его высокой популярности.

Ключевые слова: русская литература, перевод, французский язык, Шолохов, теория перевода

Abstract. The novel by Nobel laureate Mikhail Sholokhov «*And quiet flows the Don*» is still relevant. It was translated into 52 languages and the first translation was into French language. This article deals with the history of translation of the novel of Russian and world literature by Mikhail Sholokhov «*And quiet flows the Don*» from Russian into French as well as its publication in France. The article touches upon the issue of the importance of this novel in French culture, its critics among literary scholars and ordinary readers, the reasons for its popularity.

Key words: Russian literature, translation, French language, Sholokhov, the theory of translation

«Художественная сила и цельность эпоса о донском казачестве в переломное для России время» [1, стр.1] - именно за это в 1965 году М. А. Шолохов удостоился Нобелевской премии. Роман-эпопея «Тихий Дон» и по сей день окружен ореолом загадочности, предположений [3], но интересен он еще и с лингвистической, языковой, культурной и даже исторической стороны, поскольку это произведение есть лакмусовая бумага, через которую каждый знакомится с социальным и

культурным аспектами русского казачества в самые переломные моменты истории, чем отчасти объясняется его популярность за границей.

Наибольшее любопытство вызывает история появления этого романа во Франции, в частности сам факт допущения его к публикации и его колоссальное воздействие на французского читателя, как пишет литературовед и шолоховед Прийма К.И. [5]. Роман, как известно, был запрещен во многих странах [5], но Франция стала второй западной страной, где произведение Шолохова пользовалось большой популярностью несмотря на то, что в то время она занимала антисоветскую позицию, а число французских издательств, которые писали про СССР, можно было пересчитать на пальцах: в их число, например, входили издательства «Юманите» и «Сесуар» (L'humanité, Ce soir).

Прежде всего стоит отметить, что на настоящее время нам известно два перевода шолоховского романа на французский язык. Самый первый перевод романа был выполнен переводчиками В.В. Сухомлиным и Сюзанной Кампо, позже роман вышел в свет в переводе Антуана Витеза.

Как, когда и почему роман Шолохова вступил на французскую землю с таким триумфом? Как пишет Прийма [5], изначально считалось, что впервые текст романа был напечатан именно в издательстве «Юманите» 25 марта 1930 года, однако произошла ошибка. Оказалось, что в тексте романа, опубликованного 25 марта, была указана сноска на книжную лавку «Пайо», а значит газета «Юманите» перепечатала уже ранее опубликованный текст романа. Таким образом, впервые шолоховское произведение вышло в свет во Франции еще в самом начале 1930 года и сразу же вызвало оживленную реакцию и высокую оценку. Например, французский писатель и общественный деятель Ромен Роллан так писал о появлении романа во Франции: «Вот в это «сумеречное время», напряженное и осложненное классовыми битвами, и появилась в Париже на французском языке первая книга «Тихого Дона», которая сразу же обрела огромную популярность» [5].

Учитывая тот факт, что Шолохов не был тогда известен французскому читателю, тираж того самого первого выпуска романа «Тихий Дон» был достаточно высоким и составил 5000 экземпляров. Как писал Сухомлин и Кампо в предисловии к своему переводу [5], роман стал одним из самых значимых литературных событий за последние два года, он пленил не только русского, но и европейского читателя тем, что Шолохову, так как он сам был казаком, удалось с удивительной простотой и в то же время живостью нарисовать картину донского казачества. Хвалебно отзывались об этом произведении и французские критики, так, например, писал о романе критик

Филипп Супо: «Тихий Дон» - это «сильнейший роман последних лет», в нем «глубоко, с редкостной мощью, трезвостью и новизной в стиле изображены предвоенные годы, ужасы войны и революции», что «какой-то неудержимый вихрь увлекает этих грубых людей навстречу их страстям, их гневу, их дикости»... [5] Известный французский критик - литературовед Жорж Альтман же писал следующее в «Monde»: «Это книга о нашей современности, но в ней слышатся глухие раскаты приближающейся бури. Ее стиль и замысел примыкают по прямой линии к самым прекрасным традициям русской литературы, иными словами - к «Войне и миру» Льва Толстого.» (...) [5]. Таким образом, роман «Тихий Дон» был поставлен на одну полку с великим произведением российской классики.

Впрочем, большие издательства и журналы Парижа долгое время не спешили печатать статьи о романе, большинство из них уделяли внимание лишь художественной силе произведения, таланту Шолохова, литературной ценности романа, но умалчивали о его идейной, политической стороне, хотя, возможно, именно в ней и кроется секрет успеха произведения. Франция в те годы постепенно втягивалась в глубокий экономический и политический кризис, а правящая верхушка не осознавала необходимость проведения реформ, ситуация в обществе оставалась крайне напряженной и росло массовое недовольство. Правдиво изображенную классовую борьбу и саму революционную природу донского казачества, естественно, французские издательства старались «замалчивать», оставаясь тем самым вне политики и не вызывая никаких социальных треволнений. Так случилось, как пишет шолоховед, когда во Франции выходил роман Шолохова «Поднятая целина», из которого при переводе на французский язык вообще выбросили последние семь глав [5]. Подобная тактика была применена для «очернения» позиции автора и образа СССР, так было и в случае с выходом романа «Тихий Дон».

Как пишет Константин Иванович, французская буржуазная и белогвардейская пресса всячески критиковала СССР и изображала процесс коллективизации в самых извращенных формах [5]. Этим занималось, в частности, издательство «Галлимар», «Юманите» же в какой-то степени продвигало идеи строительства социализма, печатая правдивые статьи и отстаивая позицию того, что роман Шолохова должен дойти и до самых народных масс. Так, например, писал Прийма: «О Советском Союзе тогда во Франции правдиво писали лишь коммунистическая «Юманите», близкая ей «Сесуар», еженедельник Анри Барбюса «Монд» и журнал Ромена Роллана - «Эроп»» [5].

Таким образом, можно полагать, что именно на фоне разгоревшейся идейной борьбы между издательствами роман Шолохова произвел фурор среди читателей по всей Франции и вызвал столь яркую и оживленную реакцию. Так, нередко слышны стали высказывания о том, что Шолохов достойный кандидат на Нобелевскую премию, а газеты призывали обратиться к опыту российского писателя. Так, 23 марта в 1960 году коммунистическая газета «Франс Нувель» напечатала статью «Искусство Шолохова», в которой звучал призыв к «изучению опыта мастера социалистического реализма» [5]. В 1965 году после присуждения М. А. Шолохову Нобелевской премии французские газеты пестрили радостными восклицаниями, помещали на своих страницах фотографии Шолохова, а к фотографиям добавляли меткие восторженные замечания литературных критиков и писателей. Французский академик Анри Труайя, например, писал: «Я бесконечно восхищаюсь Шолоховым. Это великий писатель, у которого есть призвание к эпосу, к трагическому действию и лирическое чувство природы. Его книги полны неистовой силы и поэзии».

Тем самым, несмотря на факт сожжения книг первого издания романа гестаповцами, как сообщает сама Сюзанна Кампо [5], «Тихий Дон» прошел через все идеологические препятствия и выдержал удар антисоветских настроений, оставив глубокий культурный, социальный и языковой след в французской культуре. Нельзя также отрицать, что феноменальный успех романа «Тихий Дон» во Франции был связан с особенным талантом переводчиков, которые выступили проводниками сложного и противоречивого повествования о русском казачестве. Как утверждают исследователи, «перевод во Франции развивался вместе с французским обществом, его потребностями, вкусами и запросами» [7], а это значит, что читающая Франция была готова принять и понять перевод «Тихого Дона» именно в это нестабильное время.

Список литературы

1. Институт развития социально-экономических проектов и инициатив [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://irsepi.ru/mihail-sholohov-nobelevskaya-premiya-po-literature/>. – Дата доступа: 17.03.2023.
2. Кузнецов Ф.Ф. «Тихий Дон»: Судьба и правда великого романа [Электронный ресурс]. /– Режим доступа: <http://feb-web.ru/feb/sholokh/critics/ksp/ksp-001b.htm?cmd=p> – Дата доступа: 17.03.2023.
3. МГУ интернет-сайта ""Тихий Дон" - нерешенная загадка русской литературы XX века" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.philol.msu.ru/~lex/td/?pid=012142> – Дата доступа: 17.03.2023.
4. Прийма К. И. «Тихий Дон» сражается Германия (Веймарская республика) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sholohov.lit-info.ru/sholohov/kritika/prijma-tihij-don-srazhaetsya/germaniya-vejmarskaya-republika.htm> – Дата доступа: 17.03.2023.

5. Прийма К.И. «Тихий Дон» Франция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sholohov.lit-info.ru/sholohov/kritika/prijma-tihij-don-srazhaetsya/franciya.htm> – Дата доступа: 17.03.2023.
6. Семанов С. Н. «Тихий Дон»: Загадки мнимые и реальные/ С.Н. Семанов, Р. Медведев, Г. Ермолаев. – 1989 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://voplit.ru/article/tihij-don-zagadki-mnimye-i-realnye/>. – Дата доступа: 17.03.2023.
7. Бакаева, С. А. Подходы к художественному переводу во Франции как отражение лингвистической культуры / С. А. Бакаева // Романистика в эпоху полилингвизма: Материалы Международной научно-практической конференции, Москва, 19–21 октября 2017 года. – Москва: Московский государственный лингвистический университет, 2017. – С. 45-55. – EDN UNUVLZ.

ТЕОРИЯ ЯЗЫКА

УДК 372.881.161.1

Автаева М.И. Лексика блогосферы: эволюция языка социальных медиа

Автаева Макка Имрановна

студент, Институт филологии, истории и права
Чеченский государственный педагогический университет – ЧГПУ, РФ, г. Грозный

Blogosphere vocabulary: evolution of the language of social media

Avtaeva Makka

student, Institute of Philology, History and Law
Chechen State Pedagogical University - ChSPU, Russia, Grozny

Аннотация. Интернет-коммуникации становятся все более распространенным видом взаимодействия в медиапространстве, не только используя, но и создавая свой собственный язык. В отличие от литературного, он служит таким функциональным целям, как самовыражение, создание личного стиля, привлечение внимания читателей. Блоги, как средство коммуникации, обладают своими лингвистическими особенностями, которые выделяют их среди других форм письменного и устного выражения. Они представляют собой не только информативные площадки, но и предмет пристального внимания исследователей-лингвистов, наблюдающих эволюцию языка в быстро растущем медиапространстве. Целью исследования является раскрытие особенностей языка блогосферы, а также понимание его влияния на языковую практику и обогащение лексического состава. Объектом исследования является язык блогосферы, включающий в себя лингвистические особенности, лексические единицы и стилистические черты. Предметом – такие аспекты языка блогосферы, как анализ новообразований, изучение синтаксиса предложений, выявление уникальных стилистических черт и лингвистических изысков, специфики коммуникаций между участниками. Несомненный интерес к лексике блогосферы проявляют и лица, для которых русский язык является предметом изучения, как неродного.

Ключевые слова: блогосфера, социальные медиа, лингвистические особенности, лексические новообразования, языковая адаптация.

Abstract. Internet communications are becoming an increasingly common type of interaction in the media space, not only using, but also creating their own language. Unlike literary, it serves such functional purposes as self-expression, creating a personal style, and attracting the attention of readers. Blogs, as a means of communication, have their own linguistic characteristics that distinguish them from other forms of written and oral expression. They are not only informative platforms, but also the subject of close attention of linguist researchers observing the evolution of language in the rapidly growing media space. The purpose of the study is to reveal the features of the language of the blogosphere, as well as to understand its influence on language practice and the enrichment of the lexical composition. The object of the study is the language of the blogosphere, which includes linguistic features, lexical units and stylistic features. The subject is such aspects of the language of the blogosphere as the analysis of new formations, the study of the syntax of sentences, the identification of unique stylistic features and linguistic delights, and the

specifics of communications between participants. Individuals for whom Russian is the subject of study as a non-native language also show an undoubted interest in the vocabulary of the blogosphere.

Key words: blogosphere, social media, linguistic features, lexical new formations, language adaptation.

Резкое увеличение числа интернет-пользователей Чеченской Республики до 93 процентов всего населения старше 15 лет, обусловило рост интереса к блоггингу, как инструменту политической, экономической и социальной коммуникации. Для молодежной среды блогосфера произвела революцию в образовании, предложив динамичную платформу для самовыражения, сотрудничества и распространения знаний. Возможность стать создателем или потребителем контента стала мощным инструментом для улучшения опыта обучения и развития необходимых навыков.

Блогосфере, как части сетевого пространства и блогу, как жанру интернет-дискурса посвящено множество научных трудов. По результатам исследований О.М. Владимировой [1], Е.И. Горшковой [2]., Е.С. Горячевой [3]., Н.В. Касьяновой [4], можно выделить характерные особенности коммуникаций в этой сфере (Таб.1)

Таблица 1. Характерные особенности коммуникации в блогах

Признак	Особенности
Виртуальность	Возможность общения с неизвестными собеседниками
Оперативность	Высокая скорость распространения информации
Креолизованность	Создание в результате взаимодействия разных языков смешанной лексики.
Полиmodalность	Сочетание с изобразительными средствами, гипертекстовыми ссылками
Вариативность содержания	Предметом коммуникации являются актуальные вопросы жизнеустройства
Интерактивность	Предполагает двустороннее общение блогера и пользователя
Демократичность	Отсутствие цензуры, за исключением распространения запрещенного контента
Самопрезентативность	Желание произвести впечатление

Составлена автором

Контент блога улучшает коммуникативные навыки, которые ценны как в академическом, так и в реальном контексте, дает возможность анализировать, синтезировать и оценивать информацию, участвовать в обсуждениях, проектах и обмене знаниями, использовать онлайн-интерфейсы. Исходя из «принципа относительной «незавершенности текста и его последующего развития в сети посредством читательских и собственно авторских комментариев с возможностью его спонтанного коллективного завершения» [5, с. 449], лежащего в основе построения

самой блогосферы, можно говорить о высокой мотивации и вовлеченности в лингводидактические процессы.

Современная цифровая эпоха с ее разнообразием социальных медиа характеризуется уникальной лексикой, специфичной для блогосферы, представляющей, как языковое явление, особую ценность для современной лингвистики.

Изучение лексики блогосферы не только открывает новые горизонты в области языковой лингвистики, но и предоставляет возможность лучше понимать динамику современной интернет-культуры и ее влияние на общественный дискурс. Она может быть классифицирована по различным критериям, учитывая разнообразие слов, выражений и терминов, которые возникают в онлайн-среде (Таб.2).

Таблица 2. Классификация лексики блогосферы

Классификация	Виды	Примеры
По типу лексики	Техническая	<i>браузер, протокол, сервер</i>
	Социальная	<i>лайк, шер, фолловер</i>
По актуальности	Современная	<i>стриминг, краундфандинг</i>
	Устаревшая	<i>ICQ, дискета, пейджер</i>
По применению	Социальные сети	<i>сториз, инфлюенсер</i>
	Блоггинг	<i>пост, подписчик, тролль</i>
По происхождению	Термины Интернета	<i>эмодзи, хэштег, иконка</i>
	Термины новояза	<i>кринж, фрейм, хейтер</i>
По тематике	Технологическая	<i>блокчейн, криптовалюта</i>
	Геймерская	<i>буст, вайп, донат, скилл</i>
По форме общения	Эмотиконы и эмодзи	<i>изображения эмоций</i>
	Слэнг и арго	<i>мем, модер, нуб, чайник</i>

Составлена автором

Особую группу лексики блогосферы составляют аббревиатуры и производные от иностранной терминологии.

К первым можно отнести термины: *ИМХО* (англ. *in my humble opinion* – по моему скромному мнению), применяемый в случае обозначения собственной позиции в отношении чего-либо; *Капча* (англ. *Completely automated public Turing test to tell computers and humans apart* – полностью автоматизированный публичный тест Тьюринга для различения компьютеров и людей), используемый для определения пользователя системы; *ЛОЛ* (англ. *laugh out loud* – громко, вслух смеяться; или *lots of laughs* – много смеха), являющийся англоязычным акронимом, Интернет-мемом.

Ко вторым: *аватар* (англ. *avatar* – небольшое изображение, фото), *клик* (англ. *click* – щелчок), *кэш* (англ. *cache* – тайник, запас), *пост* (англ. *to post* – опубликовать), *скам* (англ. *scam* – мошенничество, обман), *чат* (англ. *chat* – беседа, разговор), *юзабилити* (англ. *usability* – возможность использования).

Тем не менее, выполняя информативно-воздействующую функцию с характерной для блогов гипертекстуальностью, интерактивностью и мультимедийностью, качество предлагаемого потребителю контента остается, за редким исключением, на довольно низком уровне. Возможность каждого человека стать блогером, чья популярность может быть совершенно не связана с языковой грамотностью или навыками публичных выступлений, усугубленная упором на мнения, а не факты, недостоверностью информации, непрофессионализмом авторов, приводят к явной несуразности контента, неверному восприятию обучаемыми норм русского языка.

В условиях, когда «для массовой аудитории первостепенной становится рекреативная функция новых медиа», а «присутствие каких-то речевых недостатков даже приветствуется и вызывает симпатию у зрителей» [6], когда «создание личного имиджа блогера определяет доминанту речевого поведения» [7, с.141], а погоня за лайками достигается за счет использования некодифицированной лексики, эвристический и методический потенциал коммуникативной практики устремляется к низким отметкам.

Представляется, что с развитием блогосферы приоритетом у подписчиков будет яркая, самобытная индивидуальность блогера, свидетельствующая о высокой степени его интеллектуального развития.

Таким образом, одной из характерных черт лексики блогеров является формирование новых терминов и фраз, которые становятся популярными и общеупотребительными среди их аудитории. С развитием видео-контента в блогах, лексика также проникает в область визуальных выражений, активно используемых в подписях к фотографиям и описаниях роликов. Блогеры адаптируют язык в соответствии с контекстом социальных медиа, делая его общепринятыми в письменной речи для выражения эмоций и подчеркивания стиля общения. В зависимости от тематики блога формируются уникальные лексические сообщества со свойственной ей специфической терминологией.

Наконец, лексика блогеров не ограничивается социальными медиа. Многие термины и выражения проникают в повседневный разговор, оказывая влияние на общественный язык и тем самым становясь частью современной языковой практики.

Список литературы

1. Владимирова О.М. Таксономия как подход к классификации блогосферы // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2023. – Том 9 (75). – № 2. – С. 115-124.
2. Горшкова Е.И. Блог как вид интернет-коммуникации: Автореф. дис. канд. филол. наук. – СПб. – 2013. – 22 с.
3. Горячева Е.С. Жанрообразующие признаки дневника как документального жанра // «Медиасреда»: Челябинский государственный университет. – 2018. – № 14. – С. 161-164.
4. Касьянова Н.В. Лингвокультурологические особенности корпоративного блога как жанра интернет-коммуникации (на материале английского и русского языков): авто-реф. дис. ... канд. филол. наук. Майкоп. – 2015. – 22 с.
5. Силантьев И. В. Дмитрий Горчев и советская тема в его блоге // Ностальгия по советскому. – Томск. – 2011. – С. 449.
6. Морозова Т.В., Кузнецова З. С. К вопросу о культуре публичной речи в пространстве медиа // Ученые записки Новгородского государственного университета. – 2019. – № 1 (19).
7. Саламова З.К. Модные блогеры как селебрити-эксперты в русскоязычных социальных медиа // Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». – 2021. – № 9. – С. 141.

УДК 81-26

Бижитуева М.П. Эффективность основных способов перевода реалий в произведении Ф.М Достоевского «Братья Карамазовы»

Бижитуева Мариан Пастаминовна

канд. филол.наук, доцент кафедры теории и практики перевода
Дагестанский государственный университет народного хозяйства, РФ, г.Махачкала
mariyan.87@mail.ru

**The effectiveness of the main methods of translating realities
in F. M. Dostoevsky's work "The Brothers Karamazov"**

Bizhitueva Mariyan Pastaminovna

Ph.D. Philological Sciences, assistant Professor of the Department of Theory and Practice
of Translation, Dagestan State University of National Economy, Russia, Makhackala

Аннотация. В процессе изучения материала о сущности и способах перевода реалий, нами было проанализировано 100 реалий, отобранных методом выборки из романа Ф.М. Достоевского «Братья Карамазовы». Цель исследования: проанализировать и выявить наиболее эффективные приемы перевода реалий. Как выяснилось, выполнить перевод реалий, не утратив свойственного им колорита, очень сложно. Рассмотрев способы перевода, мы пришли к выводу о том, что чаще всего переводчики используют, в основном, прием функционального аналога, описательный прием.

Ключевые слова: транскрипция, транслитерация, описательный прием, реалия, калькирование, приемы перевода.

Abstract. In the process of studying material about the essence and methods of translating realities, we analyzed 100 realities selected by sampling from the novel by F.M. Dostoevsky "The Brothers Karamazov". Purpose of the study: to analyze and identify the most effective methods of translating realities. As it turned out, it is very difficult to translate realities without losing their inherent flavor. Having examined the methods of translation, we came to the conclusion that most often translators use mainly the method of functional analogue, the descriptive method.

Keywords: transcription, transliteration, descriptive technique, reality, tracing, translation techniques.

Для работы нами были выбран роман Ф.М. Достоевского «Братья Карамазовы». Это одно из величайших произведений русской классической литературы

Одними из наиболее популярных переводов этого величайшего произведения являются работы К. Гарнетт и Р. Пивера и Л. Волохонской. Мы будем изучать перевод К. Гарнетт.

В процессе изучения материала о сущности и способах перевода реалий, нами было проанализировано 100 реалий, отобранных методом выборки из романа Ф.М. Достоевского «Братья Карамазовы». Как выяснилось, выполнить перевод реалий, не

утратив свойственного им колорита, очень сложно. Рассмотрев способы перевода, мы пришли к выводу о том, что чаще всего переводчики используют, в основном, прием функционального аналога, описательный прием.

Таблица 1. Способы перевода реалий

Способ перевода	Количество реалий
Функциональный аналог	24
Описательный перевод	21
Генерализация	18
Калькирование	17
Транслитерация	7
Опущение	5
Транскрипция	4
Контекстуальный аналог	4
Итого	100

По данным таблицы 1 в данном произведении прослеживается следующая тенденция: авторы при передаче реалий чаще используют перевод, чем транскрипцию или транслитерацию. Данный способ является неэкономичным. Более того, примечания отвлекают читателя от хода повествования. К тому же в тексте переводов довольно много затранскрибированных слов, передающих колорит. В частности, большое количество имён собственных. Поэтому авторы стараются как можно реже прибегать к данному приёму, как правило, применяют его для передачи уже известных читателю слов, не нуждающихся в особых пояснениях (самовар, балалайка, рубль).

Слово *копейка* переводчики транскрибируют по-разному: К. Гарнетт отдаёт предпочтение варианту *сореск*. Следует отметить, что она не создает свой вариант транскрипции, точно передающий звуковой облик слова, а использует традиционный вариант.

Традиционно транскрибируется в обоих переводах слово *stepь* как одно из знакомых читателю *steppe*. С. Влахов и С. Флорин высказали предположение, что данное слово не является реалией, т.к. похожие природные зоны существуют в разных странах и, следовательно, слова для их наименования присутствуют в разных языках. Это характерно для географических реалий, которые наиболее близки к терминам. Возможно, поэтому её и принято транскрибировать, подобно терминам. Тем не менее, мы склонны относить данное слово к реалиям, т.к. оно обладает множеством

коннотаций, играет важную роль в фольклоре и художественной литературе. Степь является символом простора, свободы или пустоты.

В процессе исследования он встретился при передаче таких реалий, как «квас» и «водка». Сталкиваясь с данными реалиями, переводчики всегда используют прием транслитерации. К. Гарнетт не стала исключением. Рассмотрим перевод реалий в предложении:

The cloth was clean, the service shone; there were three kinds of well-baked bread, two bottles of wine, two of excellent mead, and a large glass jug of kvas — both the latter made in the monastery, and famous in the neighborhood. There was no vodka [3 с.56].

Избегание приема транслитерирования явно выражает стремление переводчика максимально domesticiровать текст перевода, не затрудняя читателя необходимостью самому постигать смысл непонятных иноязычных реалий.

Слово каша, несмотря на наличие функциональных аналогов porridge и gruel транскрибируется в обоих случаях. Дело в том, что в данном предложении: «*Подам поросёнка с кашей*» имеется в виду национальное русское блюдо молочный поросёнок с гречневой кашей. Рассыпчатая гречневая каша существенно отличается от овсяной каши и других жидких каш. Именно поэтому К. Гарнетт применила транскрибирование (*sucking-pig and kasha*). Любая замена исказила бы смысл.

Приём введения неологизма также используется переводчиком нечасто. Во всех выявленных нами случаях употребления данного способа передачи реалий переводчик прибегает к калькированию.

С помощью калькирования переведены названия чинов в соответствии с Табелью о рангах, например, *статский советник* - civil counsellor, state councillor. Калькирование названий должностей и чинов нам представляется вполне уместным, особенно если при первом упоминании какого-либо чина давать комментарий об иерархии званий.

При переводе словосочетания *игра в дурачки* автор рассматриваемого нами перевода также воспользовалась калькированием (a game of fools). Из контекста ясно, что это карточная игра. Следовательно, пояснения не требуются.

Один из широко используемых приемов перевода реалий — это прием подбора и замены реалии исходного текста романа Ф. М. Достоевского контекстуальным аналогом. Это доказывает несколько примеров.

В соответствии с Толковым словарем Д. Н. Ушакова: барыня — «женск. к барин», а барин в свою очередь в первом, основном лексическом значении — «помещик, дворянин-землевладелец (дореволюц.)».

Контекстуальный аналог в переводе К. Гарнетт:

Mitya did, in fact, pass into this cousin's keeping, but as the latter had no family of his own, and after securing the revenues of his estates was in haste to return at once to Paris, he left the boy in charge of one of his cousins, a lady living in Moscow [2, с.57].

В данном примере для перевода реалии *барыня*, как мы видим, переводчик использует максимально близкий к понятию «барыня» контекстуальный аналог из английского языка — слово «lady» со значением «a word used to mean «woman» that some people, especially older people, consider is more polite». Полного семантического соответствия между словами «барыня» и «lady» нет, поскольку в лексическом значении слова «lady» отсутствуют семы «помещик», «землевладелец», «дворянин».

В этом случае только в рамках контекста данного предложения они могут рассматриваться как контекстуальные аналоги, при этом, однако, значительная часть смысла реалии «барыня», связанная с ее социальным статусом, для англоязычного читателя теряется. Более того, реалия приобретает дополнительные смыслы, отсутствующие в языке оригинала, связанные с более вежливым, учтивым именованием персонажа [8, с.67].

Контекстуальный аналог в переводе К. Гарнетт:

The principal heir, Yefim Petrovitch Polenov, the Marshal of Nobility of the province, turned out, however, to be an honest man.

В данном примере переводчик использует контекстуальный аналог реалии «предводитель дворянства» — «marshal of nobility».

Бытовые реалии, незнакомые английскому читателю (названия предметов одежды, пищи), меры и деньги, реалии общественно- политической жизни (звания, должности) передаются посредством использования функциональных аналогов. Слово *княгиня* традиционно переведено функциональным аналогом *Princess* (princess Dashkov, princess Dashkova). Возможно, авторам стоило в комментарии пояснить, кем была княгиня Дашкова.

Для перевода этой реалии переводчик воспользовалась приемом функционального аналога и перевела реалию словом *passage*. Разумеется, невозможно представить себе русскую избу без сеней. Эта часть дома нашла отражение в народной культуре. Но в данном фрагменте произведения героиня просто проходит это помещение. Важнее акцентировать внимание читателя на то, что произойдет дальше.

«Хуторок» - название популярной в середине XIX века песни, написанной на стихи А.В. Кольцова, - встречается в тексте несколько раз. В первый раз К. Гарнетт

переводит его как *The Hamlet* (деревня), а во второй почему-то - *My village*, хотя речь идёт об одной и той же песне. В данном примере слово *хутор* употребляется в значении обособленного земельного участка с домом. То есть аналог, подобранный К. Гарнетт немного не подходит по значению.

Национальный инструмент *гусли* К. Гарнетт заменяет на знакомую английским читателям *harp* (арфа). Очевидно, что при переводе данного предложения важно передать тот факт, что играли на каком-то струнном инструменте.

В следующем случае мы считаем, что переводчик очень удачно подобрала аналог для передачи названия секты *Хлыстов*, практикующих самобичевание (*Flagellants* – другая секта со схожей идеологией). Разумеется, можно было написать, что герой заинтересовался русской сектой, похожей на неё, но злоупотребление комментариями отвлекло бы читателей от сюжета.

Слово *блины* автор перевода заменяет на функциональный аналог *pancakes*. Это национальное русское блюдо, довольно известное за рубежом, как правило, транскрибируется. По нашему мнению, можно было использовать транскрипцию, т.к. это слово - известная реалия, наравне с самоваром, балалайкой и т.д. Возможно, К. Гарнетт сочла, что русские блины и американские панкейки очень схожи. Ведь почти в каждой национальной кухне есть аналог блинов. В то же время, эти блюда довольно сильно отличаются [9, с. 102].

Слово *толокно* К. Гарнетт переводит с помощью функциональных аналогов *wholemeal stirabout*. На наш взгляд, данный аналог подобран весьма удачно. Он лаконично отражает смысл слова.

Список литературы

1. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/ru>.
2. Dostoevsky F. The Karamazov Brothers. Translated by C. Garnett - Wordsworth Editions, 2007- 896 p.
3. Dostoyevsky F. Crime and Punishment. Translated by C.Garnett - Dover Publications, 2001- 448 p.
4. Алексеева И.С. Введение в переводоведение: Учеб. пособие для студ. филол.и лингв. фак. высш. учеб. заведений. - СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. - 352с.
5. Алексеева М.Л. Теория и практика перевода: учебное пособие /ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». - Екатеринбург, 2008. - 205с.
6. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Советская энциклопедия, 2002. 608 с.
7. Бархударов Л.С. Язык и перевод. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
8. Сурикова Т.И. Русский язык и культура речи: учебник для вузов / Т.И. Сурикова Н.И. Клушина, И.В. Аннкова, Г.Я. Солганик; под редакцией Г. Я. Солганика. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 239 с.
9. Купцова, А. К. Английский язык: устный перевод : учебное пособие для вузов / А. К. Купцова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 182 с.

УДК 8

Коротков П.А. Особенности перевода газетно-журнальных текстов

Коротков Павел Алексеевич

Старший преподаватель кафедры Иностранных языков и коммуникативных технологий, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», РФ, г. Москва
Dysyndyst@gmail.com

Peculiarities of media texts' translation

Korotkov Pavel Alexeevich

Senior teacher of Department of Foreign Languages and Communication Technologies
National Research Technological University «MISIS», Russia, Moscow

Аннотация. В данной статье рассматривается специфика передачи англоязычных газетно-журнальных текстов средствами русского языка. Актуальность исследования обуславливается необходимостью в выявлении оптимальных средств передачи газетно-журнальных текстов на другие языки и в разработке оптимальной переводческой стратегии, так как газетно-журнальные тексты способны оказывать влияние не только на общественное мнение и взгляды людей, но и на литературную норму языка и речевую культуру общества. Целью данной статьи является исследование понятия газетно-журнальный текст, его основных характеристик и принципов перевода. Одна из основных задач данной работы - анализ основных методик и клише, используемых при переводе данных типов текстов. Научная новизна работы обуславливается как теоретической, так и практической значимостью. Статья вносит вклад в дальнейшее изучение особенностей перевода газетно-журнальных текстов. Кроме того, автором на примере конкретных языковых единиц, отобранных из актуальных новостных публикаций американских и британских онлайн-изданий, выявлены и проанализированы ключевые переводческие трансформации, которые применяются для передачи лексического, грамматико-синтаксического и стилистического уровней газетно-журнальных текстов. В качестве полученных результатов автор выделяет общие рекомендации касательно перевода различных лексических, синтаксических и стилистических единиц, способных вызвать трудности при работе с ними. Например, перевод терминов лучше осуществлять с помощью приема подбор словарного соответствия; для передачи клише – калькирование, подбор аналога; для эмоционально-оценочной лексики - словарные соответствия оценочных единиц и последующего создания кальки для оригинального словосочетания и др. Полученные результаты работы могут применяться в курсах по теории перевода, стилистике, культурологии, а также на занятиях по практике перевода.

Ключевые слова. Газетно-журнальный текст, публицистический стиль речи, перевод, переводческие трансформации, адекватность перевода, эквивалентность перевода.

Abstract. The article explores the specifics of the translation of English newspaper and magazine texts by the means of the Russian language. The relevance of the study is determined by the need to identify the optimal means of transferring newspaper-magazine

texts into other languages and to develop an optimal translation strategy, since newspaper-magazine texts are able to influence not only public opinion and people's views, but also the literary norm of language and speech culture of the society. The purpose of this article is to study the concept of newspaper-magazine text, its main characteristics and principles of translation.. One of the main tasks of this paper is to analyze the main techniques and clichés used in translation of these types of texts. The scientific novelty of the work is determined by both theoretical and practical significance. The article contributes to the further study of the peculiarities of translating newspaper and magazine texts. In addition, the author has identified and analyzed the key translation transformations that are used to convey lexical, grammatical-syntactic and stylistic levels of newspaper-magazine texts on the example of specific linguistic units selected from current news publications of American and British online editions. As a result, the author highlights general recommendations regarding the translation of various lexical, syntactic and stylistic units that can cause difficulties when working with them. For example, it is better to translate terms using the technique of word matching; for the transfer of clichés - tracing, selection of analogues; for emotional and evaluative vocabulary - word matches of evaluative units and the subsequent creation of a tracing for the original word combination, etc. The obtained results can be used in courses on translation theory, stylistics, cultural studies, as well as in translation practice.

Keywords. Media text, publicistic style, translation, translation transformations, translation adequacy, translation equivalence.

Анализ перевода газетно-журнальных текстов проводился на примере десяти новостных публикаций англоязычных онлайн-издательств American Thinker, Business Insider, CNN, Foreign Affairs, National Interest, The Economist, The New York Times, 19FortyFive и их русскоязычных переводов, размещенных на сайте Иносми, на темы экономики и политики. Отобранные материалы были опубликованы в августе-сентябре 2023 г. и, как следствие, касаются наиболее актуальных общественно-политических и социоэкономических вопросов. Всего в отобранных материалах было проанализировано 340 языковых единиц лексического, грамматико-синтаксического и стилистического уровней.

Исследуя специфику перевода газетно-журнальных текстов, следует, прежде всего, рассмотреть само понятие газетно-журнальный текст, а также функциональный стиль, к которому они относятся.

Под функциональным стилем речи понимается определенный способ речевого представления мыслей, выраженный соответствующими лексическими, грамматико-синтаксическими и стилистическими единицами, выбор которых зависит от конкретной речевой ситуации и коммуникативно-прагматических функций высказывания [1, с. 112].

Газетно-журнальные тексты относятся к публицистическому стилю речи. В современной стилистике существует десятки определений понятия публицистический стиль. Как правило, его определяют как функциональный стиль,

лежащий в основе текстов СМИ и текстов на общественно-политические темы, охватывающие различные аспекты общественно-политических, политико-экономических, социально-экономических и социокультурных отношений [2, с. 56].

Тексты, составленные в публицистическом стиле, стали активно распространяться ввиду качественного развития современных технологий и средств коммуникации, поскольку они рассчитаны на широкую аудиторию и затрагивают разнообразные темы, интересующие общество (от политики и экономики до экологии и здравоохранения). Такие тексты также отличаются способностью влиять на общественное настроение, акцентировать важные проблемы, манипулировать общественным мнением.

Тексты публицистического стиля могут быть представлены в письменной или устной форме. Письменные формы включают в себя газетные и журнальные статьи и публикации, новости, очерки, рецензии, сообщения в блогах и пр. К устным формам относятся репортажи, интервью, выступления (такие как, например, предвыборная речь или пресс-конференция), дебаты, аналитические программы и др.

Публицистический текст характеризуется следующими признаками:

1. доступность, относительная простота и понятность для широкого круга реципиентов, что проявляется в выборе соответствующих языковых единиц;
2. актуальность, так как в публицистических текстах обычно описываются значимые на текущий момент процессы или события;
3. краткость, сжатость, лаконичность, экономия языковых средств, поскольку тексты должны соответствовать определенному объему письменных знаков (для письменных текстов) или временным рамкам (для устных текстов);
4. наличие индивидуально-авторской оценки, т. е. собственного мнения автора об описываемых процессах;
5. выразительность, эмоциональность, экспрессивность;
6. стандартизованность, т. е. составление шаблонных текстов с использованием речевых клише;
7. жанровое разнообразие;
8. совмещение характеристик публицистического стиля с чертами научного, официально-делового, разговорного и художественного стилей [3, с. 37].

Данную типологию признаков следует дополнить такими важными характеристиками как 1) интертекстуальность публицистических текстов, т. е. наличие в них различных отсылок к другим текстам, что позволяет освещать информацию подробнее; 2) фактологичность, т. е. обращение к различным данным,

фактам, статистике и прочим средствам доказательности информации; 3) особая ритмико-интонационная организация устных текстов для выделения информации и воздействия на реципиента.

Газетно-публицистический стиль можно рассматривать как подвид публицистического стиля, в котором составляются статьи, сообщения, заметки, рецензии, письменные интервью на разные темы, публикуемые в газетах и журналах. Следует отметить, что тексты газетно-публицистического стиля чаще всего представлены в письменном виде, однако, в современном мире из-за развития технологий также появилась возможность создавать подкасты, что позволяет относить некоторые сообщения газет и журналов к устному типу газетно-публицистических текстов.

Ключевыми функциями газетно-публицистического стиля являются:

1. агитационная функция или функция воздействия как на общественное мнение и взгляды людей, так и на литературную норму языка и речевую культуру общества. Например: *However, in Washington's currently polarized state, I do not recommend that you hold your breath for that to happen anytime soon* [11];

2. информационная функция (освещение важных событий, донесение новой или значимой информации). Например: *Gabonese president Ali Bongo, who claimed to have won the recent election, lost power in the coup* [16];

3. оценочная функция, находящая отражение в выражении собственного мнения автора, его оценки описываемых процессов. Например: *Gloom is now continent* [15]. С другой стороны, оценочная функция может реализовываться и реципиентами текстов (читатели или слушатели также могут выражать мнение о тексте и описанных событиях в комментариях);

4. познавательная функция, выраженная расширением знаний и представлений реципиента о событии или явлении. Например: *UBS acknowledges that 'wealth trends in Russia are difficult to determine at this time', but did highlight it as one of a handful of countries that had gotten richer in 2022* [13].

Газетно-публицистические тексты, составленные в публицистическом стиле, относят к трем ключевым жанрам: информационному, аналитическому и художественно-публицистическому жанрам. В подгруппу информационных жанров входят новость как информация, информационная корреспонденция, информационная заметка, информационный отчет, информационное интервью, информационный комментарий, блиц опрос, репортаж, пресс релиз, информационный совет, информационная программа, некролог и афиша [4, с. 229].

К аналитическому жанру относятся аналитический отчет, обзор, аналитическая статья, комментарий, беседа, рецензия. В художественно-публицистический жанр включают очерк, памфлет, эпиграф, сатирический комментарий, эссе, житейскую историю [5, с. 56].

Основным требованием к любому переводу, в том числе и газетно-журнальных текстов, является создание надлежащего перевода с точки зрения адекватности и эквивалентности. При этом можно выделить семантическую эквивалентность, которая подразделяется на общую допустимую эквивалентность перевода, т. е. минимальное смысловое сходство текста оригинала и текста перевода, и переводческую эквивалентность как предельный уровень сохранения семантики оригинального текста в тексте перевода [6, с. 51]. Кроме семантической эквивалентности выделяется языковая эквивалентность перевода, выражающаяся в сходстве языковых единиц переводимых текстов на уровне лексики, синтаксиса и стилистики [Там же, с. 69-70].

Адекватность перевода следует рассматривать как более широкое понятие, отражающее степень полноты перевода, которое включает в себя передачу смыслового наполнения исходного текста, воспроизведение его языковых единиц средствами языка перевода, передачу эмоциональной составляющей оригинала [Там же, с. 51].

Сложности перевода газетно-журнальных текстов также обусловлены такими особенностями как социокультурная обусловленность медийных текстов и их прецедентность. С точки зрения социокультурного аспекта перевод газетно-журнальных текстов осложняется наличием безэквивалентной лексики, политкорректной лексики, фразеологизмов, неологизмов, окказионализмов, диалектизмов, отражающих языковую и когнитивную картины мира автора текста и его реципиентов. Однако данные картины мира могут не совпадать с языковой и когнитивной картинами мира носителей языка перевода, что вызывает необходимость адаптировать тексты. Что касается прецедентности, то проблемы перевода медийных текстов могут быть связаны с наличием имен собственных, цитат, пословиц, аллюзий и прочих языковых единиц, которые усложняют понимание текста, возможности эффективной передачи смыслов на язык перевода и могут повлиять на отношение носителей языка перевода к переведенному тексту (например, к нему может возникнуть отрицательное отношение, если содержащиеся аллюзии или поговорки противоречат системе ценностей носителей языка перевода). Поскольку газетно-журнальные тексты напрямую связаны с конкретным

лингвокультурным пространством, то, соответственно, переводчик должен обладать достаточными представлениями и фоновыми знаниями как о системе ценностей и национально-культурных особенностях страны исходного текста, так и о социокультурных нормах страны языка перевода.

Например, в рассмотренных политических и экономических статьях американскими и британскими журналистами для описания сложной геополитической обстановки часто используются такие словосочетания как Russian invasion и прочие аналогичные понятия, которые передаются переводчиками как «спецоперация России», «конфликт на Украине», т. е. с помощью эвфемизации, чтобы смягчить чрезмерно агрессивную риторику западной анти-российской пропаганды и привести лексику переведенного текста в соответствие с официальным внешнеполитическим курсом РФ.

Для достижения адекватного и эквивалентного перевода применяются разнообразные переводческие трансформации, которые понимаются как разноуровневые изменения исходного текста средствами языка перевода, которые и делают перевод возможным несмотря на расхождения языковых систем [7, с. 191]. Иными словами, переводческие трансформации можно определить как языковые преобразования, с помощью которых выполняется передача единиц языка оригинала единицами языка перевода.

Переводческие трансформации затрагивают различные языковые уровни, и в соответствии с конкретным уровнем, на котором применяется преобразование, выделяют:

1) трансформации лексического уровня, к которым относятся транскрипция; транслитерация; калькирование; подбор аналога; конкретизация; генерализация; модуляция;

2) грамматические трансформации, а именно замена формы слова; замена одной части речи на другую; замена членов предложения;

3) синтаксические трансформации, связанные с изменениями предложений (например, несколько простых предложений объединяются в сложносочиненное, союзная связь заменяется бессоюзной, применяется антонимический перевод и пр.);

4) технические трансформации (добавление (или дополнение), опущение (отказ от перевода), перестановки языковых единиц в одном или нескольких предложениях, компенсация, целостное преобразование) [6, с. 138-156].

Газетно-публицистические тексты отличаются рядом лексических,

грамматических и синтаксических особенностей. Так, например, с точки зрения лексики значительная часть текста представлена общеупотребительной лексикой, однако, в текстах также часто употребляются термины, общенаучная лексика, клише, безэквивалентные лексические единицы, неологизмы, эвфемизмы и политкорректная лексика, сокращения, заимствования, эмоционально-оценочная лексика и прочие лексические единицы, каждая из которых служит определенным целям.

Одной из ключевых единиц лексического уровня газетно-журнальных текстов является термин, который позволяет однозначно определять объект разговора. При этом, если, например, газетная публикация в целом относится к политическому дискурсу, в ней не всегда встречаются исключительно термины общественно-политической сферы. Также могут употребляться термины из экономики, экологии, финансов, спорта, компьютерных технологий и прочих областей науки и производства, поскольку политика напрямую связана с различными сферами жизни людей и общества. То же самое относится и к статьям по другим тематикам. Отбор терминов в анализируемых текстах проводился по следующим критериям: 1) точность содержания; 2) наличие однозначной словарной трактовки; 3) независимость от контекста; 4) наличие стилистической нейтральности. Всего в рассмотренных текстах было выделено 63 терминологические единицы, которые переводились с помощью:

1. подбора словарных соответствий (47 единиц были переданы данным способом), например: *interest rates* – процентные ставки; *monetary policy* – денежно-кредитная политика; *foreign policy* – внешняя политика;

2. калькирования (13 единиц), например: *Commonwealth members* – члены Содружества; *electoral legitimacy* – легитимность выборов; *deep-water port* – глубоководный порт;

3. транскрипции и транслитерации (3 единицы), например: *ratification* – ратификация; *impeachment* – импичмент; *establishment* – истеблишмент.

Таким образом, можно сделать вывод, что перевод терминов чаще всего осуществляется с помощью приема подбор словарного соответствия и не представляет особой сложности, поскольку большая часть терминов (за исключением новых терминов или терминологических неологизмов) имеет устойчивые словарные значения. Проблема с передачей термина может возникнуть, если он имеет несколько толкований, в таком случае переводчику важно обладать хотя бы минимальными познаниями в данной области знаний, чтобы подобрать наиболее точный русскоязычный вариант термина.

Профессионализмы, как лексические единицы, используемые специалистами в определенной отрасли, редко употреблялись в анализируемых газетно-журнальных текстах, поскольку данные тексты составляются для широкой аудитории и, соответственно, должны быть понятны максимальному количеству читателей. Тем не менее, в текстах было выделено 9 примеров профессионализмов из областей политики и экономики, которые были переданы с помощью:

1. калькирования (7 единиц), например: *autocratic regime* – автократический режим; *geostrategic threat* – геостратегическая угроза; *hard landing* – жесткая посадка (понятие из экономики);

2. транскрипции и транслитерации (2 единицы), например: *isolationism* – изоляционизм; *kleptocracy* – клептократия.

В газетно-журнальных текстах часто используются клише как стандартизированные словосочетания для передачи процессов или явлений общественно-политической и экономической тематики. Примерами клише (всего выделено 50 единиц) являются словосочетания: *restore democracy*, *protect interests*, *face recession*, *democratic values*, *impose sanctions* и пр. Основными переводческими приемами для передачи клише стали:

1. калькирование (38 единиц), например: *bring down inflation* – снизить инфляцию; *back on to a sustainable path* – вернуться на устойчивую траекторию;

2. подбор аналога (12 единиц), например: *reduce price rises* – борьба с повышением цен (вместо дословного «снизить рост цен»); *medium-term target* – среднесрочный показатель (вместо дословного «среднесрочная цель»).

Следует отметить, что оба приема позволяют создавать адекватный и эквивалентный перевод газетно-журнальных текстов, при этом подбор аналога, как правило, используется тогда, когда нормы русского языка не позволяют использовать буквальный перевод англоязычных единиц.

Безэквивалентная лексика активно используется в англоязычном медийном дискурсе, поскольку с ее помощью обозначаются уникальные объекты и процессы общественной жизни. К безэквивалентной лексике (31 единица) в рассмотренной выборке были отнесены имена собственные как названия различных организаций, учреждений и структур, а также имена реальных людей, чьи мнения представлены в статьях.

В результате имена собственные переводятся посредством:

1. сохранения иноязычного описания (10 единиц), что чаще всего применяется для названий компаний, институтов, банков, издательств и пр.

Например: *Standart and Poor's* (рейтинговое агентство); *19FortyFive* (новостной портал); *CNN* (новостное агентство); *McKinsey & Company* (компания). Как правило, сохранение иноязычного написания может затруднять понимание значения лексической единицы, однако, подобное отсутствие перевода может быть оправдано, если речь идет об известной организации или есть контекст, из которого можно понять значение слова (как в большинстве рассмотренных случаев);

2. транскрипции и транслитерации (12 единиц), например: *Tom Cotton* – Том Коттон; *Chris Murphy* – Крис Мерфи; *Henrik Shipstead* – Хенрик Шипстед; *arlskoga* – Карлскуга. Данные приемы обычно применяются для перевода имен людей или названий поселений;

3. калькирования (4 единицы), которое позволяет в точности воспроизвести название исходной организации средствами русского языка, например: *One Forest Summit* – саммит *One Forest*; *Congressional Budget Office* – Бюджетное управление Конгресса;

4. дополнения (5 единиц), т. е. уточнение названия, ввод дополнительных лексических единиц, позволяющих точно описать объект, например: *Goldman Sachs* – банк *Goldman Sachs*; *Oxford Economics* – консалтинговая фирма *Oxford Economics*; *Fitch* – агентство *Fitch*. Чаще всего данный способ применяется в сочетании с сохранением иноязычного написания.

Неологизмы (всего 8 единиц) газетно-журнальных текстов, как правило, переводятся с помощью:

1. транскрипции и транслитерации, т. е. сохраняется исходная форма слова, однако при этом может оставаться неясным его значение (2 единицы): – *стагфляция*;

2. калькирования (2 единицы), например: *anti-woke* – «анти-пробужденный»; *culture warrior* – боец культурного фронта;

3. описательного перевода, который занимает больше места, но позволяет подробно раскрыть смысл нового слова или нового значения уже существующего слова (2 единицы), например: *hard landing* – «жесткая посадка», как называют резкое снижение темпов роста экономики;

4. подбора аналога (2 единицы): *post-covid* – постпандемийный; *ultra-individuals* – сверхбогатые люди.

В целом неологизмы нечасто используются в газетно-журнальных текстах и способ их передачи выбирается переводчиком, исходя из конкретной ситуации. Если, например, из окружающего неологизм контекста статьи можно понять семантику

новой единицы, то, как правило, следует выбирать такие способы как транслитерация или калькирование, которые позволяют экономить место на письме. Если же понять семантику новой единицы будет проблематично, то чаще используются описательный перевод или подбор аналога.

Проведенный анализ показал, что эмоционально-оценочная лексика распространена в газетно-журнальных текстах (всего выделено 51 единица) и служит для 1) привлечения внимания целевой аудитории к описываемой проблеме (т. е. способствует реализации аттрактивной функции медийных текстов); 2) повышения общей выразительности, экспрессивности и драматичности текста; 3) манипулирования сознанием аудитории (преувеличения или преуменьшения проблемы); 4) оперирования размытыми понятиями, а не конкретными данными, показателями и статистикой (например, *terrible effect* (насколько ужасный?), *greater role* (насколько большая?), *high cost* (насколько высокая?), подобные вопросы часто остаются без ответа в газетно-журнальных текстах). При передаче эмоционально-оценочной лексики используются такие приемы как:

1. подбор словарного соответствия для оценочной единицы и создание кальки с определяемым словом (29 единиц), например: *subborn inflation* – упрямая инфляция; *decent growth* – приличный рост; *major disappointment* – большое разочарование; *dangerous trajectory* – опасная траектория; *dismal state* – плачевное состояние;

2. подбор аналога (10 единиц), например: *cloudy growth outlook* – мрачные перспективы роста; *heavily indebted* – задолжали огромную сумму;

3. модуляция (5 единиц), например: *economic pain* – экономические невзгоды; *rained process* – напряженная работа; *forceful language* – острые формулировки;

4. целостное преобразование (5 единиц), например: *inflation remained hot* – инфляция никак не хотела снижаться; *stubbornly high* – упрямится, оставаясь на высоком уровне;

5. опущение, отказ от перевода (2 единицы), например: *reach the lofty heights* – достигнуть высот.

Таким образом, эмоционально-оценочная лексика в основном передается с помощью словарных соответствий оценочных единиц и последующего создания кальки для оригинального словосочетания, что делает перевод несколько буквальным, но позволяет точно воспроизвести исходный эмоциональный фон в переведенном тексте. Следует отметить, что в переводах, как правило, наблюдается

сохранение исходного уровня выразительности текста (например: *even in his darkest moments* – даже в самые мрачные моменты жизни) и гораздо реже наблюдается повышение экспрессивности исходного высказывания (например: *difficult choice* – очень сложный выбор; *danger of crash* – угроза краха) или ее понижение (в случае отказа от перевода оценочной лексики или ее изменения на нейтральные словосочетания с помощью целостной трансформации).

Сокращения и аббревиатуры (12 единиц), как особый подвид сокращений, переводятся в журнально-газетных текстах с помощью:

1. подбора словарного соответствия (5 единиц), например: *EU – ЕС; NATO – НАТО; BRICS – БРИКС; US – США; GDP – ВВП;*
2. описательного перевода (4 единицы), например: *G20 – Большая двадцатка; ECB – Европейский центробанк; PMI – индекс ожиданий менеджеров по закупкам;*
3. дополнения с сохранением иноязычного написания (1 единица): *UBS – швейцарский банк UBS;*
4. сохранения иноязычного написания (2 единицы): *G7; G20.*

Как следствие, общеизвестные сокращения могут передаваться таким же сокращенным способом в русском языке. Для малоизвестных сокращений необходимо использовать дополнение или описательный перевод, чтобы раскрыть их значения.

Таким образом, наиболее распространенными переводческими приемами для передачи различных категорий лексических единиц являются приемы подбор словарного соответствия, калькирование, подбор аналога, транскрипция и транслитерация, причем два последних приема чаще всего использовались для передачи имен собственных как компонентов безэквивалентной лексики.

С точки зрения грамматики и синтаксиса газетно-журнальные тексты, как правило, состоят из простых предложений, однако, периодически используются сложноподчиненные и сложносочиненные предложения. В текстах также встречаются все три типа предложений по цели высказывания, чаще всего при этом используются повествовательные предложения, призванные сообщать информацию, восклицательные и вопросительные предложения встречаются реже и обычно служат для привлечения внимания реципиента.

Анализ 100 англоязычных предложений позволяет сделать вывод, что основными переводческими трансформациями грамматико-синтаксического уровня являются замена форм слов и замены частей речи, что позволяет создавать

адекватные предложения, соответствующие нормам русского языка. Например: In Europe, *price rises* were sparked by *increasing* energy costs; in America, they were more *demand-driven*. В Европе *увеличение* (замена множественного числа на единственное) *цен* (замена единственного числа на множественное) было вызвано *удорожанием* (замена причастия на существительное) энергоресурсов; в Америке же более заметную роль сыграл *спрос* (замена причастия на существительное). Замены синтаксической связи в исходных предложениях, например, когда оригинальные сложносочиненные предложения разбиваются на несколько простых в переводе или несколько исходных простых предложений объединяются в одно сложное в русском языке, напротив, встречались крайне редко. Это можно объяснить стремлением переводчиков не менять структуру и синтаксические особенности исходных текстов.

Стилистика газетно-журнальных текстов, как правило, отличается значительным разнообразием, поскольку различные стилистические приемы активно используются для повышения эмоциональности и выразительности речи, акцентирования внимания на определенных вопросах, сближения с аудиторией и даже манипуляцией общественным мнением. Например, риторические вопросы практически всегда сохраняются в переводе, чтобы выполнить те же функции, что и в оригинальных статьях: привлечь внимание читателей и заставить их задуматься о проблеме. Метафоры, сравнения и эпитеты (16 единиц), которые чаще других стилистических средств используются в газетно-журнальных текстах, обычно передаются с помощью:

1. калькирования (6 единиц), например: *kickback kingdom* (эпитет) – королевство откатов; *are from a different planet* (метафора) – с другой планеты; *dying states* (эпитет) – вымирающие минигосударства-динозавры; *an anchor in a sea of chaos* (метафора) – прочный якорь в море хаоса;

2. подбора аналога (10 единиц), например: *sugar and spice* (метафора) – просто душа; *epidemic corruption* (эпитет) – повальная коррупция; *monoric blank stare* (эпитет) – бессмысленный и пустой взгляд.

При этом переводчики, как правило, сохраняют стилистический прием в переведенном тексте, чтобы не снижать выразительность и эмоциональность оригинального текста.

В заключении следует отметить, что каждый газетно-журнальный текст является уникальным и содержит определенные особенности разных языковых уровней. Соответственно, решение о применении тех или иных трансформаций должно основываться на предпереводческом анализе текста, языковых нормах языка

перевода и социокультурных особенностей страны, для которой и делается перевод.

Список литературы

1. Колесник Н. Г. Письменные функциональные стили русского языка: основные различительные признаки // Социалингвистика, 2023. № 1. С. 111-127
2. Скурко Е. М. Особенности информативности текстов публицистического стиля // Культура и безопасность, 2022. № 4. С. 55-62
3. Бикмуканова С. И. Публицистический стиль и его функционирование // Science time, 2014. С. 35-38
4. Негрышев А. А. К макроструктурной типологии текстов новостных жанров // Вестник Московского университета, 2011. № 1. С. 228-244
5. Владимирова Т. Н. Художественно-публицистическая журналистика: к теории вопроса // Наука и школа, 2019. № 3. С. 54-59
6. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) // М.: Высш. Школа, 1990. С. 253
7. Бахтюрин В. Ю. Использование переводческих трансформаций и когнитивная специфика переводческого процесса при переводе заголовка // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского, 2021. № 4. С. 191-194

Список источников

1. Иносми. Вьетнам хочет тайно заключить с Россией сделку по поставкам оружия, несмотря на углубление связей Ханоя с США // Режим доступа: <https://inosmi.ru/20230910/vietnam-265590471.html> (Дата обращения: 10.09.2023)
2. Иносми. В США оценили влияние западных санкций на жизнь россиян // Режим доступа: <https://inosmi.ru/20230808/sanktsii-264882808.html> (Дата обращения: 26.08.2023)
3. Иносми. Долговременная расплата за вооруженный конфликт на Украине // Режим доступа: <https://inosmi.ru/20230912/ukraina-265616790.html> (Дата обращения: 12.09.2023)
4. Иносми. Европейской экономике грозят неприятности // Режим доступа: <https://inosmi.ru/20230905/evropa-265485506.html> (Дата обращения: 05.09.2023)
5. Иносми. Европейцы успешно укрепляют оборону, не договорившись как это делать // Режим доступа: <https://inosmi.ru/20230913/oborona-265626172.html> (Дата обращения: 13.09.2023)
6. Иносми. За год конфликта на Украине Россия стала богаче, а Запад потерял триллионы долларов // Режим доступа: <https://inosmi.ru/20230817/blagosostoyanie-265095428.html> (Дата обращения: 25.08.2023)
7. Иносми. Изнанка переговоров, приведших к ослаблению формулировок об Украине в декларации G20 // Режим доступа: <https://inosmi.ru/20230911/g20-265603609.html> (Дата обращения: 11.09.2023)
8. Иносми. Кредитный рейтинг Америки только что понизили // Режим доступа: <https://inosmi.ru/20230807/gosdolg-264857873.html> (Дата обращения: 30.08.2023)
9. Иносми. Почему республиканцы все активнее возражают против оказания помощи Украине? // Режим доступа: <https://inosmi.ru/20230913/pomosch-265634628.html> (Дата обращения: 13.09.2023)

10. Иносми. Президент Габона Бонго изгнан с поста под барабанную дробь государственного переворота // Режим доступа: <https://inosmi.ru/20230903/gabon-265466395.html> (Дата обращения: 03.09.2023)
11. 19FortyFive. America's credit rating was just slashed // Режим доступа: <https://www.19fortyfive.com/2023/08/americas-credit-rating-was-just-slashed-america-should-be-worried/> (Дата обращения: 30.08.2023)
12. American Thinker. The long term payback from the Ukraine war // Режим доступа: https://www.americanthinker.com/articles/2023/09/the_long_term_payback_from_the_ukraine_war.html (Дата обращения: 12.09.2023)
13. Business Insider. Russia got richer even as the war in Ukraine raged on last year // Режим доступа: <https://www.businessinsider.com/war-in-ukraine-russia-richer-millionaires-billionaires-uhnw-wealth-ubs-2023-8> (Дата обращения: 25.08.2023)
14. CNN. Inside the talks leading to a step-down in the G20's Ukraine declaration // Режим доступа: <https://edition.cnn.com/2023/09/10/politics/group-of-20-ukraine-language-joe-biden/index.html> (Дата обращения: 10.09.2023)
15. The Economist. Europe's economy looks to be heading for trouble // Режим доступа: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2023/08/31/europes-economy-looks-to-be-heading-for-trouble> (Дата обращения: 05.09.2023)
16. The National Interest. Gabon's Bongo follows the coup drum beat // Режим доступа: <https://nationalinterest.org/blog/gabon%E2%80%99s-bongo-follows-coup-drum-beat-206755> (Дата обращения: 03.09.2023)
17. The National Interest. Why Republicans are increasingly opposing aid to Ukraine? // Режим доступа: <https://nationalinterest.org/blog/paul-pillar/why-republicans-are-increasingly-opposing-aid-ukraine-206774> (Дата обращения: 10.09.2023)
18. The New York Times. Europe rushes to build defenses but with little consensus // Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2023/09/12/business/economy/europe-defense-military-spending.html> (Дата обращения: 13.09.2023)
19. The New York Times. Conflict in Ukraine and its impact on Russia // Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2023/08/06/world/europe/forever-war.html> (Дата обращения: 26.08.2023)
20. The New York Times. Vietnam chases secret Russian arms deal, even as it deepens US ties // Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2023/09/09/world/asia/vietnam-russia-arms-deal.html> (Дата обращения: 10.09.2023)

УДК 81: 316.776.3

**Титов И.Е. Стратегия уклонения в американском политическом интервью
(на материале интервью President Joe Biden: The 2023 60 Minutes interview)**

Титов Иван Евгеньевич

студент 4-го курса, Челябинский государственный университет, РФ, г. Челябинск
ivantitov2002@gmail.com

Evasion strategy in the American political interview (based on President Joe Biden: The 2023 60 Minutes interview)

Titov Ivan Evgenievich

4th year student, Chelyabinsk State University, Russia, Chelyabinsk

Аннотация. Настоящая статья посвящена исследованию коммуникативных стратегий Джозефа Байдена в контексте политических интервью. Авторы акцентируют внимание на стратегии уклонения, выявляя тактические приемы, такие как смена темы, ответ на часть вопроса и уменьшение важности негативных аспектов. Анализируя ответы Байдена в интервью, авторы раскрывают, как эти тактики позволяют политику эффективно управлять коммуникативной ситуацией, воздействуя на общественное мнение. Исследование предоставляет важные научные и практические выводы, позволяя лучше понять коммуникативные стратегии в рамках политического дискурса.

Ключевые слова: коммуникативные стратегии, политическое интервью, стратегия уклонения, коммуникативные тактики.

Abstract. The present article is devoted to the study of Joseph Biden's communicative strategies in the context of political interviews. The authors focus on evasion strategies, identifying tactics such as changing the topic, answering part of a question, and reducing the importance of negative aspects. By analysing Biden's responses in interviews, the authors reveal how these tactics allow the politician to effectively manage the communicative situation by influencing public opinion. The study provides important academic and practical insights, allowing for a better understanding of communicative strategies within political discourse.

Keywords: communicative strategies, political interview, evasive strategy, communicative tactics.

Политическим деятелям всегда было необходимо следить за своей репутацией, любое неверное действие или слово могли испортить карьеру. В современном мире большую роль в политической жизни играет жанр интервью, в ходе которого политикам нередко могут задаваться неприятные или даже провокационные вопросы, на которые необходимо уметь грамотно отвечать. Но не всегда ответ на вопрос должен быть прямым или в принципе должен касаться вопроса. Когда политики отвечают таким образом, они как бы уклоняются от прямого ответа, в данном исследовании была выделена отдельная коммуникативная стратегия в

рамках политического дискурса, стратегия уклонения, а также были рассмотрены несколько наиболее частотных тактик в рамках данной стратегии. Необходимо дать определения некоторым понятиям, важным в рамках данного исследования. Есть много различных определений понятия политического дискурса, но мы находим наиболее подходящим определение, которое приводит Н. П. Сиркия, рассматривая политический дискурс как: «дискурс политиков, ограниченный профессиональными рамками, деятельностью политиков и продуцируемый в институциональной политической обстановке» [1, с. 165].

В рамках данного исследования мы также определяем понятие политического интервью. С. А. Маник рассматривает данное понятие следующим образом: «Политическое интервью представляет собой прежде всего политический текст. На первый план выходит содержание, а не форма его подачи» [2, с. 33], в свою очередь, А. А. Романов определяет это понятие как: «медийный ресурс вербального феномена “мягкой силы”» [3, с. 205]. Мы считаем наиболее полным и подходящим определение данного термина как: «высококонтрастный (социально «условный»), публичный речевой жанр с жестким распределением речевых ролей непосредственных участников, в котором журналист раскрывает или стремится раскрыть значимые для общества черты политика, в том числе и «опасные», тогда как последний, отвечая на вопросы журналиста, стремится убедить общество в своей востребованности» [4, с. 68], то есть в этом жанре журналист и политик занимают строго определенные речевые роли. Журналист задает зачастую провокационные вопросы, как бы раскрывая политика, а политик должен отвечать на эти вопросы, не испортив при этом свою репутацию. Для этого используются различные коммуникативные стратегии, вслед за О. Л. Михалевой, под коммуникативными стратегиями мы понимаем: «план оптимальной реализации коммуникативных намерений, учитывающий объективные и субъективные факторы и условия, в которых протекает акт коммуникации и которые в свою очередь обуславливают не только внешнюю и внутреннюю структуру текста, но и использование определенных языковых средств» [5, с. 45]. Эффективное воздействие на общественное мнение и успешное представление себя требуют от политиков не только ясного и точного выражения идей, но и умения учитывать контекст общественного дискурса, особенности аудитории, а также реакции и ожидания общества. Коммуникативные стратегии в политическом интервью могут включать в себя выбор определенных тем, использование эмоциональной окраски, а также выбор определенных лексических единиц и грамматических конструкций, можно сказать, что они направлены на

создание оптимального воздействия на целевую аудиторию, с учетом сложившихся обстоятельств и особенностей коммуникативной ситуации.

Российские и зарубежные ученые выделяют различные коммуникативные стратегии в рамках политического дискурса. В нашей работе мы рассмотрим именно стратегию уклонения. Вслед за Г. Р. Власян под данным понятием мы подразумеваем «линию речевого поведения адресата, позволяющую избежать необходимости немедленно ответить на вопрос собеседника, завуалировать истинный смысл ответной реплики или вовсе уклониться от прямого ответа» [6, с. 3], то есть использование тактик, направленных на избежание прямого ответа на вопрос собеседника. Стратегия уклонения может включать в себя различные приемы, такие как использование общих фраз, уточнений, отклонений к более безопасным темам или даже активное изменение темы разговора. В контексте американского политического интервью, где вопросы зачастую достаточно провокационные, стратегия уклонения позволяет политикам более гибко отвечать на такие вопросы, сохраняя тем самым свою репутацию. Под тактикой мы понимаем совокупность определенных, более конкретных действий в рамках одной конкретной стратегии.

В своем исследовании мы выделяем три наиболее распространенные тактики в рамках стратегии уклонения: смена темы на другую, более выгодную; ответ лишь на часть вопроса; уменьшение значимости негативных фактов.

В данном интервью поднимались многие серьезные вопросы, касающиеся в основном внешней политики. Почти сразу президенту был задан вопрос *“So you do not agree with the Israeli total siege of the Gaza Strip?”*, на что Джозеф Байден ответил: *“I'm confident that Israel is going to act under the measure, the rules of war. There's a standard that democratic institutions and countries go by. And so I'm confident that there's gonna be an ability for the innocents in Gaza to be able to have access to medicine and food and water”*. В своем ответе президент США вместо того, чтобы сказать “да” или “нет”, а именно так он отвечал на предыдущие вопросы, начинает утверждать, что на самом деле блокада, о которой спрашивает интервьюер, не такая серьезная проблема, приводя в пример международные правила ведения войн и высказывая надежды на доступные медикаменты, поэтому здесь очевидно применение тактики уменьшения значимости. В следующем вопросе, тоже касающемся внешней политики: *“Are the wars in Israel and Ukraine more than the United States can take on at the same time?”* президент Джозеф Байден отвечает: *“No. We're the United States of America for God's sake, the most powerful nation in the history, not in the world, in the history of the world. The history of the world. We can take care of both of these and still maintain our overall*

international defense. Russia's unprovoked invasion occupies nearly 20% of Ukraine. Hundreds of thousands have been killed or wounded. In an interview last month, President Volodymyr Zelenskyu told us he could lose without U.S. aid” – в данном примере мы можем увидеть использование тактики ответа лишь на часть вопроса. Тогда как сам вопрос касался двух тем: Израиля и Украины, президент США прокомментировал лишь ту, освещение которой было наиболее благоприятно для его репутации, проигнорировав вторую. На следующий вопрос ведущего: *“Does the dysfunction that we've seen in Congress increase the danger in the world?”* президент отвечает *“Yes. Look, this is not your father's Republican Party. Thirty percent of it's made up of these MAGA Republicans who are, maybe democracy is something I don't, they don't look at the same way you and I look at democracy”* что в свою очередь представляет собой явный пример использования тактики смены темы на другую – вместо обсуждения внешней политики и влияния Конгресса США на мир, президент Байден начинает обсуждать оппозиционную республиканскую партию, обвиняя ее в неправильном понимании демократии.

Таким образом, в своих интервью Джозеф Байден часто использует стратегию уклонения, а именно тактики смены темы на другую, более выгодную ему для обсуждения, ответа лишь на часть вопроса и уменьшая значимость негативных фактов.

Список литературы

1. Сиркия, Н.П. Политический дискурс VS политический интернет-дискурс: сходства и различия (когнитивный аспект) / Н. П. Сиркия // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2018. – Т. 10, № 2-2. – С. 164-170.
2. Маник, С. А. Политическое интервью в США: коммуникативные стратегии / С. А. Маник, Ю. С. Якимук // Медиакоммуникации в меняющемся мире: история и современность : Сборник статей национальной научно-практической конференции памяти доктора филологических наук, профессора Сергея Леонидовича Страшнова, Иваново, 30–31 марта 2022 года / Под редакцией А.А. Ивина. – Иваново: Ивановский государственный университет, 2022. – С. 33-40.
3. Романов, А.А. Политическое интервью как инструмент вербального агрессивного воздействия "мягкой силы" в информационном противостоянии / А.А. Романов, Л.А. Романова, О.Н. Морозова // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. – 2018. – № 53. – С. 1-50.
4. Михальская А.К. Политическое интервью как речевой жанр // Риторическая культура в современном обществе. Тезисы IV Международной конференции по риторике (Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 26-28 января 2000 г.). - М., 2000. - С.67-69.
5. Михалева О. Л. Специфика манипулятивного воздействия. М. : Либроком, 2009. – 256 с.
6. Власян Г.Р. Стратегия уклонения от прямого ответа в разговорном дискурсе. Челябинск, 2013.
7. President Joe Biden: The 2023 60 Minutes interview transcript // cbsnews.com [Electronic resource]. – URL : <https://www.cbsnews.com/news/president-joe-biden-2023-60-minutes-transcript/>
8. President Joe Biden: The 2023 60 Minutes interview // paramountplus.com [Electronic resource]. – URL:<https://www.paramountplus.com/shows/video/uDX7uIuTHIXPRa3o9PjXRwgKe56aZdeb/?ftag=CNM-00-10abb6c>

УДК 81'37

Шашкова В.Н. Специфика номинативных средств, используемых для описания криминалистической экспертизы в случаях дорожно-транспортных происшествий (на материале английского языка)

Шашкова Валентина Николаевна

канд. филол. наук, доцент, профессор кафедры иностранных и русского языков Орловский юридический институт МВД России имени В.В. Лукьянова, Россия, г. Орёл
valentina.shash@mail.ru

Specificities of nominative means used to describe forensic examination in cases of road traffic accidents (as exemplified in the English language)

Shashkova Valentina Nikolaevna

Cand. Sci. (Philology), associate professor, professor of the Chair of foreign and Russian languages, Orel Law Institute of the Ministry of the Interior of the Russian Federation named after V.V. Lukyanov, Russia, Orel

Аннотация. В статье рассмотрен состав семантического поля «Forensic Expertise in the Case of Road Accidents» с точки зрения лексико-семантических групп, выделенных на основе функционально-ролевого принципа, а также с учётом типовых моделей распространения синтаксической структуры комплексных номинативных единиц. На материале сплошного анализа научных статей, посвящённых изучению возможностей криминалистических экспертиз в случаях дорожно-транспортных происшествий, выявлены следующие лексические кластеры: типы экспертиз, выполняемые в ходе проведения экспертизы действия и сопровождающие их процессы, причины дорожно-транспортных происшествий, объекты экспертизы, результаты дорожно-транспортного происшествия. С точки зрения синтаксиса терминологические сочетания, относящиеся к референтной области, связанной с проведением криминалистических экспертиз на месте дорожно-транспортного происшествия, выявлена вариативность выражения определения, с одной стороны, и частотность случаев многоуровневого подчинения в комплексных номинативных единицах, с другой стороны. Среди системных лексических связей, выявленных в научных текстах по тематике, отмечены синонимические, антонимические и гиперогипонимические отношения.

Ключевые слова: семантическое поле, лексико-семантическая группа, функционально-ролевой принцип, номинативная единица, синтаксическая модель.

Abstract. The article discusses the composition of the semantic field "Forensic Expertise in the Case of Road Accident" from the point of view of lexical and semantic groups, identified on the basis of the functional-role principle, as well as taking into account typical models of the expansion of the syntactic structure of complex nominative units. Based on the material of a continuous analysis of scientific articles devoted to the study of the possibilities of forensic examinations in cases of traffic accidents, the following lexical clusters were pointed out: the types of expertise, actions and processes accompanying the expertise, the causes of traffic accidents, objects of the examination, the results of traffic accidents. From the point of view of the syntax of the terminological combinations related to the reference zone associated with the forensic examinations at the site of the traffic accident, the variability of the expression of an attribute modifying a kernel element, on the

one hand, and the frequency of cases of multi-level subordination in complex nominative units, on the other hand, are elicited. From the standpoint of the systemic lexical connections identified in scientific texts on the subject, synonymous, antonymic and hyper-hyponymic relations are noted.

Key words: semantic field, lexical and semantic group, functional-role principle, nominative unit, syntactic model.

Изучение семантического поля с точки зрения анализа лексического состава и его категоризации, а также особенностей языкового выражения концептуального содержания поля и отдельных его кластеров не теряет своей актуальности в первую очередь в связи с теми подходами к исследованию, которые дают комплементарные результаты.

Возможность репрезентации наполнения семантического поля, отражающего определённую референтную область, может включать системное представление кластеров номинативных средств внутри поля. Для этого в первую очередь необходимо определить те семантические критерии, по которым номинативные средства будут группироваться. Одним из подходов, который можно использовать для выделения тематических и лексико-семантических групп внутри семантического поля является функционально-ролевой принцип [1, с. 193–194]. В ходе предварительного исследования мы обратились к двум научным статьям [2, 3], посвящённым проблемным аспектам криминалистических экспертиз на месте дорожно-транспортных происшествий (далее – ДТП). Все примеры языкового употребления взяты из этих двух статей.

Так, применительно к описанию криминалистической экспертизы в случаях ДТП целесообразно изначально разграничить отрасли экспертного анализа: *forensic expertise* – судебную экспертизу и *technical expertise* – автотехническую экспертизу.

Следующая лексико-семантическая группа включает в себя номинативные средства, называющие типы ДТП, в случае которых проводится экспертиза. Например: *collision of two or more vehicles* – столкновение двух и более транспортных средств, *collision of a vehicle with an obstacle* – столкновение транспортного средства с препятствием, *hitting a pedestrian* – наезд на пешехода.

К лексико-семантическим группам, формирующим ядро семантического поля «Forensic Expertise in the Case of Road Accidents» относится кластер комплексных номинативных единиц, именующих процессы и действия как неотъемлемые части криминалистического исследования. Особенностью этой лексической является пропозитивная семантика, закреплённая за ключевым словом в составе комплексных номинативных единиц [4, с. 37]. Ядерный компонент типично выражен герундием,

предопределяющим актуализацию валентностных свойств этой глагольной формы. Например: *biological **sampling** from the scene* – отбор биологических образцов с места происшествия или ***establishing** the relative position between motor vehicles or between the vehicle and the victim* – установление относительного положения между автотранспортными средствами или между транспортным средством и потерпевшим. В первом примере слово со значением процесса обрамлено двумя определениями: в препозиции определение выражено прилагательным, в постпозиции – предложной именной фразой. Второй пример интересен усложнением синтаксической оси комплексного номинатива средством реализации которого выступают однородные члены, соединённые разделительным союзом *or*. Ещё одним возможным вариантом расширения синтаксической структуры комплексной номинативной единицы может выступать придаточное предложение, служащее языковым средством экспликации сложного «пропозиционального содержания» [5, с. 218] с возможностями выделения нескольких атомарных пропозиций: ***determining** the location where the collision has occurred* – определение местоположения, где произошло столкновение. Определение, относящееся к существительному *location*, выражено придаточным предложением. Тем самым распространённая структура комплексной номинативной единицы, в состав которой входит герундий, сам по себе предполагающий возможность восполнения сематических ролей до формы полноценной пропозиции: P1 [Sub1 (the investigator)] *determines the location*], допускает усложнение за счёт конкретизации местоположения: P2 [Sub2 (the collision) has occurred at the location]. Таким образом, специфика фраз, ядерный компонент которых выражен лексемой пропозитивной семантики, заключается в открытости к применению такого механизма номинации, как уточнение сигнификативного компонента семантики за счёт введения дополнительной лексемы или дополнительных лексем.

Конверсия представлена во всех именах событийной семантики, выраженных герундием а также отглагольными существительными, или «отглагольными дериватами» [6, с. 107]. Количественно отглагольных существительных в научных статьях, посвящённых вопросам криминалистической экспертизы транспортного средства в случае ДТП, значительно меньше, чем герундиев (в проанализированном материале мы встретили лишь два примера таких отглагольных деривативов), но, как и в случае с герундием, в них актуализируется конверсия: *excessive **filling** of air causing rubber breakage* – чрезмерное давление воздуха в шинах, вызывающее их повреждение.

Семантически приведённый пример актуализации отглагольного существительного в составе фразы относится к лексико-семантической группе «Causes of Accidents and Car Damage». Эта же группа включает в себя такие номинативные средства, как *excessive speeding* – превышение скоростного режима, *the ability of a driver* – способности водителя, *the performance of a vehicle* – характеристики и состояние транспортного средства, *the condition of a road* – состояние дорожного покрытия. В первом примере ключевой компонент терминосочетания выражен герундием, во втором и третьем примере актуализируется модель, типовая для английского языка как языка аналитического строя, а именно: *N + of + N*.

Отдельную лексико-семантическую группу в составе семантического поля «Forensic Expertise in the Case of Road Accidents» формируют номинативные средства, называющие объект экспертизы. К таковым относятся *skid marks* – следы заноса (при торможении автотранспортного средства), *curved scuffmarks* – следы скольжения (потёртости на дороге от движения автотранспортного средства), *the extent of vehicle damage* – степень повреждения транспортного средства. В основе проиллюстрированных комплексных номинативных единиц лежат разные синтаксические модели. В номинативной единице *skid marks* уточнение сигнификативного значения ядерного компонента терминосочетания осуществляется посредством существительного *skid* – занос в функции определения. В терминосочетании *curved scuffmarks* та же модель (Attr + N) имеет иную форму морфологического выражения: определение выражение причастием II от глагола *to curve* – искривляться. Третий пример – это иллюстрация той же синтаксической модели, реализация которой носит комплексный характер и представляет собой компиляцию двух регулярных вариантов её морфологического наполнения: *N + of + N (the extent of damage)* и *N + N (vehicle damage)*.

Результаты ДТП могут быть эксплицированы следующими лексемами: *an injury to bodily integrity* – телесное повреждение, *death of a person* – смерть человека, *property damage* – материальный ущерб. Обратим внимание на то, что и образцы этого лексического кластера реализуют ту же модель Attr + N с учётом вариативности морфологического оформления определения.

Специфика номинативных средств, обслуживающих изучаемую референтную область, заключается и в манифестации определённых типов системных связей в составе поля. Так, ключевой лексемой, относящейся к описанию криминалистической экспертизы, в английском подъязыке сотрудников органов

внутренних дел является лексема *analysis*, а также её синонимы: *examination* и *expertise*. Вариативность ключевой лексемы в составе комплексных номинативов свидетельствует о системности лексических связей в терминологической системе криминалистики.

Антонимические отношения явственно проявляют себя в рамках синтагматически закреплённых именных групп, например: *deep scratches* – глубокие царапины, *superficial scratches* – поверхностные царапины.

Кроме синонимических и антонимических связей в анализируемом лексико-семантическом поле представлены гиперо-гипонимические отношения: *a deformation* – механическое повреждение в качестве гиперонима и *a scratch* – царапина в качестве гипонима, *physical samples* – физические образцы в качестве гиперонима и *fibers* – волокна, *hairs* – волосы, *blood* – кровь, *paint fragments* – фрагменты краски, *metal parts from the car body* – металлические части кузова автомобиля в качестве со-гипонимов.

Комплексные номинативы сформированы с использованием фразы с предлогом *of*, притом усложнение возможно за счёт включения в состав комплексной номинативной единицы разных типов определений: *a detailed analysis of the traces left by the car from the sudden braking action* – детальный анализ следов, оставленных автомобилем от резкого торможения. Как видно из приведённого примера, определения в структуре номинативной единицы относятся к трём именам существительным, причём одно из них (*traces*) само входит в состав определения. Ключевая лексема в составе комплексной номинативной единицы – *analysis* – модифицирована определением в препозиции, выраженным причастием II, а именно: *detailed*, а также определением в постпозиции, выраженным именной фразой *of the traces*. Определение *left*, выраженное причастием II от глагола *to leave* – оставлять, – это второй синтаксический уровень подчинения в составе комплексной номинативной единицы.

Проведённый анализ позволил выявить ряд лексических кластеров внутри семантического поля «Forensic Expertise in the Case of Road Accidents», таких как типы экспертиз, выполняемые в ходе проведения экспертизы действия и сопровождающие их процессы, причины ДТП, объекты экспертизы, результаты ДТП. Притом, конечно, выявленные лексико-семантические группы не исчерпывают общую номенклатуру лексических пластов в анализируемом семантическом поле. Предположительно, иные дискурсивные типы текста могут добавить лексические кластеры. Так, изучение нормативных правовых актов, в частности, может дать лексико-семантическую

группу, называющую лиц, работающих на месте ДТП и проводящих анализ материалов в лаборатории. Мы видим перспективы своего исследования в расширении основания для категоризации референтной области с целью дальнейшей разработки методологических основ составления профессионального глоссария, отражающего номинативные средства описания проведения криминалистической экспертизы в случаях ДТП.

Список литературы

1. Шашкова В.Н. Анализ средств и механизмов номинации, используемых при описании референтной области «Деятельность сотрудника ОВД» (на материале русского и английского языков) // Проблемы лингвистики, методики обучения иностранным языкам и литературоведения в свете межкультурной коммуникации: сборник материалов III Международной научно-практической конференции (26–27 марта 2018 г.) / под ред. О.Ю. Ивановой. Орёл, 2018. С. 192–199.
2. Butură C. Forensic Expertise in the Case of Road Traffic Accidents // Research Association for Interdisciplinary Studies: Conference Proceedings held on June 21-22, 2021. Pp. 67–71.
3. Thakar, M.K. Forensic Investigation of Road Accidents. Module 20. URL: http://epgp.inflibnet.ac.in/epgpdata/uploads/epgp_content/S000016FS/P001104/M014069/ET/1456987279FSC_P1_M20_e-text.pdf (дата обращения 28.01.2024).
4. Падучева Е.В. Предикативные имена в лексикографическом аспекте // Статьи разных лет. М.: Языки славянских культур, 2009. С. 317–337.
5. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика: учебник. М.: Едиториал УРСС, 2000. 352 с.
6. Долженко Н.Г. Имя действия в системе событийной лексики: пересеканность глагольной и именной лексики // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика, выпуск 2. Челябинск. 2005. № 11 (51). С. 105–110.

УДК 81-119

Юсупова Ю.В., Рябова М.Э. Экомаркетинг в зарубежной и отечественной лингвистике

Юсупова Юлия Владимировна

студент института иностранных языков
Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, РФ, г. Москва
juliajusupova2000@gmail.com

Рябова Марина Эдуардовна

д.ф.н., профессор кафедры теории и практики иностранных языков
Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, РФ, г. Москва
ryabova-me@rudn.ru

Eco marketing in foreign and Russian linguistics

Jusupova Julia Vladimirovna

student of the Institute of Foreign Languages
Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia, Russia, Moscow

Ryabova Marina Eduardovna

Doctor of Philosophy, Professor of the Department of Theory and Practice of Foreign Languages Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia, Russia, Moscow

Аннотация. В статье проанализирована роль экомаркетинга в зарубежной и отечественной лингвистике. Объектом исследования выступает эколингвистика, в статье приведен анализ взглядов исследователей на эколингвистику как направление языкознания. Предмет исследования - язык экологического маркетинга. В качестве исследовательской задачи авторами была определена попытка определить применение экомаркетинга как маркетингового инструмента в продвижении экологических товаров и услуг. Статья подводит некоторые итоги изучения экомаркетинга в лингвистике. Авторы приходят к выводам о том, что эколингвистика выявляет важность языка в экологическом общении и его влияние на экологическое поведение и сознание людей; экомаркетинг предполагает использование языка для формирования экологических стереотипов, закрепления соответствующих ценностей и истолкования пользы для окружающей среды.

Ключевые слова: экомаркетинг, эколингвистика, реклама, маркетинговая лингвистика, маркетинговые коммуникации.

Abstract. The article analyzes the role of marketing in foreign and domestic linguistics. The object of the study is ecolinguistics, the article analyzes the views of researchers on ecolinguistics as a direction of linguistics. The subject of the study is the language of environmental marketing. As a research task, the authors identified an attempt to determine the use of marketing as a marketing tool in the promotion of eco-friendly goods and services. The article summarizes some results of the study of marketing in linguistics. The authors conclude that ecolinguistics reveals the importance of language in environmental communication and its impact on environmental behavior and consciousness of people; ecomarketing involves the use of language to form environmental stereotypes, consolidate relevant values and interpret benefits for the environment.

Keywords: ecomarketing, ecolinguistics, advertising, marketing linguistics, marketing communications.

Реклама играет одну из главных ролей в системе маркетинговых коммуникаций. Ее основной целью является формирование спроса и стимулирование сбыта товаров. На рынке товаров и услуг компании пытаются урегулировать поведение покупателя посредством текста в его широком понимании, привлечь внимание к своим продуктам и сформировать свой имидж, отличный от конкурентных компаний. «Реклама является наиболее эффективным инструментом в достижении данных целей» [1, с. 63].

По мнению Д. С. Скареева, «язык рекламы сейчас изучается всесторонне. Можно найти множество работ, посвященных социальным, психологическим, философским и лингвистическим аспектам. Все эти явления называются наукой о рекламе. Однако немало работ посвящено рассмотрению отдельных текстовых единиц маркетинговых коммуникаций. Например, изучаются заголовок, слоган, название бренда» [2, с. 4].

По мнению Ю. К. Пироговой, «реклама состоит из словесной и невербальной составляющих, которые включают в себя текст, изображения, звуки и музыку» [3, с. 212]. В тексте рекламы часто присутствуют заголовок, основной текст, слоган и эхо-фраза, которые передают главное сообщение.

С. М. Школьник и А. С. Холовко исследовали лингвистические особенности рекламных текстов в аспекте креативности и аффектации. Авторы изучили лексические и грамматические особенности рекламных текстов, выявили наиболее эффективные приемы рекламной аффектации [4].

Т. В. Матросова охарактеризовала семантические особенности ключевых слов, используемых в рекламных текстах. Она выявила наиболее часто употребляемые ключевые слова, проанализировала их значения и семантические связи в контексте рекламных сообщений [5].

И. П. Котова проанализировала структуру и семантику рекламных заголовков. Она пришла к заключению, что в большинстве случаев в рекламных заголовках используется простая структура, но при этом они могут включать в себя яркие семантические компоненты, которые формируют определенную имиджевую картину [6].

А. М. Петрова исследовала структуру рекламного дискурса и его связь с социокультурными факторами. Она показала, что рекламный дискурс не только

отображает социокультурные тенденции, но и является активным фактором их формирования [7].

М. Н. Гасимова определила роль перевода в формировании рекламного дискурса, рассмотрела особенности перевода рекламных текстов и показала, что перевод может влиять на эффективность рекламной кампании [8].

Существование определенных научных разработок в сфере эколингвистики является свидетельством важности проблемы настоящего исследования. В частности, можно проследить, что речевые средства же выступали полным отражением действительности, в связи с чем развитие экомаркетинга определило цели и мотивы эколингвистики. Обозначим, что термин «экология» был введен в 1886 году Э. Геккелем для обозначения новой науки. Безусловно, сегодня данное определение было неоднократно видоизменено в связи с изменением окружающей среды. «современный рынок цифровых коммуникаций подвергается ежедневной модернизации, дополняя уже устоявшиеся механизмы инновационными инструментами» [9, с. 30]. Нужно использовать актуальные средства представления социальных проблем, чтобы вызвать необходимый отклик целевой аудитории и достигнуть поставленных целей [10].

В целом, лингвистический маркетинг является важным аспектом экомаркетинга, который помогает компаниям соответствовать современным требованиям потребителей и участвовать в решении проблем окружающей среды. Однако, для успешной реализации экологического маркетинга необходимо учитывать все его аспекты и осуществлять реальные усилия для улучшения экологической ситуации.

Эколингвистика обрела наиболее тесное сотрудничество с маркетингом больше в современном мире, поскольку актуальность вопроса стала очень востребованной. Введение термина «эколингвистика» произошло с начала 70-х гг. XX в. Э. Хаугеном, в своих трудах определившего задачи и составляющие понятия данного направления в науке.

Среди зарубежных авторов первые методологические положения эколингвистики были сформулированы Р. Харре, П. Мюльхойслером. Тезис лингвистической экологии: «язык и языковые структуры (к которым относятся и метафоры) рассматриваются не как замкнутые и существующие только для самих себя единицы, а как система единичных структур, взаимодействующих с окружающим миром; невозможно изучать язык в отрыве от его естественного и культурного окружения» [11, р. 91-118].

Сильно повлияло на возникновение и укрепление эколлингвистики как науки появление терминологии, которую составил А. Филл:

- а) эколлингвистика - общий термин для всех областей, объединяющих лингвистику и экологию;
- б) экология языка - отвечает за взаимодействие языков друг с другом;
- в) эколлингвистика использует методы и принципы экологии для изучения языка;
- г) лингвистическая экология исследует взаимосвязь языка с экологическими проблемами [7].

Эколлингвистика развивалась с течением времени и охватывала все больший спектр направлений, таких как экологическая социология, экологическая культура, антропология и многие другие. Эколлингвисты стремились установить коммуникативные стратегии, которые люди используют для общения об экологических проблемах. Такие исследования могут быть полезными для разработки эффективных стратегий коммуникации и повышения осведомленности людей о проблемах окружающей среды.

Отечественные ученые также обращают внимание на эколлингвистику. Еще в 1983 году Д. С. Лихачёв высказал мнение о том, что экология не сводится только к сохранению природной среды, так как для человека также важна культурная среда, созданная его предками и самим человеком. По мнению Лихачёва, сохранение культурной среды является не менее значимой задачей, чем сохранение материальной природной среды. Необходимость решения социальных проблем повысила значимость этого аспекта [12].

Н. Н. Кислицына определяет эколлингвистику как направление в языкознании, «сформировавшееся на стыке социального, психологического и философского направлений в лингвистике» [13, с. 45].

А. А. Полухин считает, что понимание эколлингвистики невозможно без учета современных философских взглядов на экологические проблемы. Развитие философской мысли и ее неоклассичность являются ключом к пониманию эколлингвистики в контексте экологизации и энвайроментализации научного знания на пути к системному повороту в науке, который происходит в условиях создания новых философских систем и парадигм мышления.

Взаимодействие языка с окружающей средой нашло свое проявление не только в эколлингвистике зарубежных и отечественных трудов, лучшая его интерпретация была выражена в экомаркетинге, который использует средства языка и исследования

эколингвистики для наилучшей репрезентации текста в соответствии с его целями [14]. Для актуализации текста за счёт отсылки к актуальной социальной теме или проблеме используются специальные маркетинговые средства, позволяющие наиболее полно раскрыть смысл рекламного сообщения для целевого потребителя за счёт использования вербальных и невербальных приёмов [15, с. 232].

«Реклама в целом - это односторонняя коммуникация через СМИ, которая используется для создания узнаваемости бренда, его ценностей» [16, с. 173]. Экологическая реклама - это коммуникации, направленные на продвижение социальных, экономических и экологических выгод (устойчивости) продуктов, услуг или действий. Экологическая реклама используется для экологически чистых продуктов, услуг. «Сильный воздействующий эффект рекламы связан с тем, что в ней отражаются наиболее выигрышные стороны рекламируемого продукта, стимулирующие эмоциональные аспекты человеческого сознания» [17, с. 97] «При этом в ней может раскрываться не только безвредность самого продукта или услуги. Также экологическая реклама может содержать сообщение обо всем жизненном цикле продукта и информировать об устойчивости компании-производителя или сообщать, какого образа жизни придерживаются потенциальные потребители» [11, с. 7]. «Функции рекламы аналогичны функциям общения, их цель — заинтересовать адресата и повлиять на него, добиться ответного действия в интересах отправителя сообщения» [18, с. 77]. С развитием различных платформ, где можно размещать экологическую рекламу, возросло и разнообразие средств выразительности в ней [19]. Экологическая реклама объединяет в себе 3 принципа: экономическое развитие, защита окружающей среды и социальная ответственность. Экологическая реклама передаётся в разных форматах «по различным каналам массовых коммуникаций с помощью различных коммуникативных средств - вербальных / невербальных; аудиальных, аудиовизуальных, визуальных, средствами web-коммуникаций» [20, с. 56-57]

Взаимосвязь между маркетингом и окружающей средой изучается с начала 1970-х годов с позиций экологоориентированного производства и потребления. В самом начале исследований идея экомаркетинга была сосредоточена на «истощении энергетических и неэнергетических природных ресурсов и загрязнении, возникающем как побочный продукт производства и потребления» [16, с. 23] «Возникли первые пробные шаги экологически чистой индустрии и первые способы использования природы в рекламе» [16, с. 24], которые в 1980-х активно выводили эко-проблемы в медиасреду. Примерами широкого освещения в прессе и в Интернете

экологических проблем и катастроф могут служить Чернобыль и новости об истощении озонового слоя, которые были очень распространены в 1985-1986 годах. В этот промежуток времени крупные и локальные бренды активно следили за экологической обстановкой и использовали её для описания зеленых концепций и элементов их продукта. Потребители обращали внимание на то, как продукты, которые они покупают, влияют на экологию и какой они оставляют след.

Описание языка маркетинговых коммуникаций в научных трудах даёт возможность изучить явления, важные для общей картины языковой системы. «В первую очередь отметим внимание к ассоциативному компоненту значения слова, а отсюда - к ассоциативной составляющей смысла сообщения. Ассоциации давно рассматриваются как коннотативный компонент лексического значения» [6, с. 154]. Их роль для описания лексики была изучена психолингвистами А.А. Леонтьевым, И.Н. Гореловым, К.Ф. Седовым, созданы ассоциативные словари. Но при структурном подходе оставалось неизученным проявление ассоциаций в связном сообщении, что как раз является главным интересом для рекламной лингвистики, так как при взаимодействии ассоциации могут поддерживать друг друга и усиливаться или взаимно уничтожаться.

Внимание исследователей продающих текстов направлено на исследование экспрессии и эмотивности сообщения и на средства и приёмы, которые используются, чтобы достичь нужного уровня эмоциональности высказывания. Такими средствами в языке, например, могут быть частицы, выполняющие эмотивную функцию. А также интерес для исследований представляет сама структура эмотивного посыла рекламы и реакции на неё потребителей. Исследования показывают, что такая реакция не всегда является повторением эмоции сообщения, но также может возникать реакция отражения (злость в ответ на насмешку). Такие реакции соответственно называют «заражение» и «отражение».

Исследования рекламных сообщений с точки зрения языка вернули фокус исследований на явление эмпатии, подразумевающее выбор автором языковых категорий исходя из отождествления себя с персонажем, например, номинация лиц через родство с персонажем [16]. Из работ, исследующих изобразительную составляющую рекламной продукции, следует важность такого отождествления. Эмпатии посвятили работы Ю.Д. Апресян, Е. В. Падучева, А. А. Зализняк [16].

Исследование вербального элемента позволяет обнаружить лингвистические средства выражения уже с позиции адресата.

Исследование перлокутивных возможностей рекламных текстов вынуждает активизироваться и направления филологической науки, такие как риторика, стилистика, исследование поликодовых текстов (взаимодействие текстовой и невербальной составляющих). И это не законченный список лингвистических проблем, школ, направлений, на развитие которых влияет лингвомаркетинг.

Ведутся и прикладные исследования (Х. Кафтанджиев, В.А. Евстафьев, А.Н. Назайкин, Ю.К. Пирогова, А.Д. Кривонос, Л.В. Ухова, Н.В. Аниськина и др.), и теоретические разработки (И.А. Гусейнова, П.Б. Паршин, Г.В. Степанов, И.А. Стернин, Л.Г. Антонова), что показывает, что маркетинговая лингвистика существует как отдельное направление науки о языке.

По опыту таких прикладных направлений, как, например, политическая лингвистика, «объединение определённых исследований в отдельное направление способствует формированию единого понятийного аппарата» [16, с. 3]. Это важно, так как общение на устоявшемся метаязыке позволяет, не договариваясь о терминах, сразу обсуждать суть исследований и анализировать. Это в свою очередь может позволить обнаружить новые связи и сопоставить результаты с другими областями и другими моделями. Использование устоявшегося метаязыка в эколингвистике позволяет более эффективно обмениваться информацией и вести научные дискуссии. Это позволяет избежать недопониманий, связанных с различными толкованиями одних и тех же понятий на разных языках и в разных культурах.

Метаязык в эколингвистике часто используется для описания терминов, связанных с природой и экологическими процессами, и установления их отношений и взаимосвязей. Это помогает эколингвистам выявить общие тенденции и закономерности, которые могут быть полезны при разработке стратегий по сохранению природы и решению экологических проблем.

Маркетинговая лингвистика становится отдельным направлением исследований, но при этом сохраняет тесную связь с другими школами, подходами и направлениями. В данном контексте чёткое определение предмета изучения способствует более продуктивному взаимодействию.

Подводя итог рассмотрению данного вопроса отметим, что изучение эколингвистики как научного направления выявляет важность языка в экологическом общении и его влияния на экологическое поведение и сознание людей. Экомаркетинг, в свою очередь, является маркетинговым инструментом, который используется для продвижения экологически чистых товаров и услуг. Он предполагает использование языка для формирования экологических стереотипов,

закрепления соответствующих ценностей и истолкования пользы для окружающей среды.

Сравнивая изученный материал у зарубежных и отечественных авторов, заметим, что в зарубежной лингвистике и практике бизнеса экоэтики и экоповедение не отделены от других принципов маркетинга. Вместо этого они рассматриваются в рамках более широкого понимания бизнеса, причем у деятелей в сфере экомаркетинга большое внимание уделяется социальной ответственности брендов, а также новым моделям производства и потребления в контексте экологической устойчивости.

В отечественной же лингвистике экомаркетинг изучается как часть эколингвистики, подчеркивая важность использования языка для продвижения окружающей среды и ее ценностей. Особое внимание уделяется использованию различных лингвистических приемов, таких как использование слов с префиксом «эко-», использование синтаксических структур, которые подчеркивают заботу о природе и ее защите, а также других естественных и экологических метафор.

Таким образом, экомаркетинг играет важную роль в формировании экологического сознания и поведения людей, и его изучение в контексте эколингвистики может привести к новым научным открытиям и разработке новых стратегий для продвижения экологически чистых продуктов и услуг на рынке.

Список литературы

1. Гилмутдинова, Н. Н., Курпачёва, Д. И. Динамика развития рекламы в России // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2014. – № 61. – С. 190-191.
2. Скарнев, Д. С. Языковые средства создания образа в рекламном дискурсе: семантический, прагматический, маркетинговый аспекты: автореф. дисс. дфн. – М.: РУДН. – 2015. – 44 с.
3. Пирогова, Ю. К., Паршин, П. Б. Рекламный текст: семиотика и лингвистика. – М.: Мир рекламы. – 2000. – 207 с.
4. Пирогова, Ю. К. Дискурсивное давление и стратегии обработки маркетинговых сообщений // Понимание в коммуникации. – М.: НИВЦ МГУ, 2007. – 107 с.
5. Матросова, Т. В. Семантический анализ рекламного текста: рекламный текст. Теория и практика анализа. – Ярославль: ЯрГПУ им. Ушинского. – 2018. – 114 с.
6. Котова, И. П. Рекламные заголовки: синтаксический и семантический анализ // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. – 2016. – №27. – С. 84-87.
7. Петрова, А. М. Рекламный дискурс как социокультурное явление // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. – 2015. – №2 (4). – С. 54-59.
8. Гасимова, М. Н. Роль перевода в формировании рекламного дискурса // Вестник ННГУ. – 2018. – № 4. – С. 16-19.
9. Профессиональные компетенции специалиста по коммуникациям XXI века : коллективная

1. монография / А.Д. Кривоносов, К.В. Аксенов, А.Ю. Бомбин [и др.]. – СПб. : СПбГЭУ, 2021. – 227 с.
10. Коммуникации в условиях цифровых изменений: сборник материалов VII Международной научно-практической конференции. СанктПетербург, 28-29 ноября 2023 г. / под ред. проф. А.Д. Кривоносова. – СПб.: СПбГЭУ, 2023. – 285 с.
11. Программа ООН по окружающей среде - ЮНЕП (2021). Фон. Почему рекламный сектор необходим для продвижения устойчивого потребления?: [site]. – URL: <http://www.unep.fr/scp/communications/background.htm> (дата обращения: 06.03.2023)
12. Эльясов, А. А. Прагматические стратегии рекламного текста социальной тематики / А. А. Эльясов // Универсальное и культурно-специфичное в языках и литературах : Сборник материалов VII международной научной конференции, Курган, 24 марта 2023 года. – Курган: Курганский государственный университет, 2023. – С. 534-542.
13. Иванова, Е. В. Цели, задачи и проблемы эколингвистики // Прагматический аспект коммуникативной лингвистики и стилистики. – Челябинск: ИИУМЦ «Образование». – 2007. – С. 41-47.
14. Слестникова, Т.В. Цвет и цветообозначение в лингвистических исследованиях / Т. В. Слестникова, Е. И. Черкашина. – Москва : Языки Народов Мира, 2021. – 240 с.
15. Эльясов, А. А. Вербальные и невербальные средства выражения социальных проблем в англоязычной рекламе / А. А. Эльясов // Научный старт-2023 : Сборник статей аспирантов и магистрантов / Редколлегия: Л.Г. Викулова (отв. ред.), И.В. Макарова, О.И. Короленко, В.Г. Караваева. Том Часть 2. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью "Языки Народов Мира", 2023. – С. 231-236.
16. Бернацкая, А. А. О трех аспектах экологии языка // Вестник Красноярского государственного университета. Гуманитарные науки. 2003. № 4. С. 122–125.
17. Рябова, М. Э. Виды современной Интернет-рекламы и ее роль в принятии решений / М. Э. Рябова, А. А. Эльясов // Организационная психоллингвистика. – 2023. – № 1(21). – С. 96-107. – EDN NLRMCD.
18. Коробко, Д. А. Коммуникативные стратегии рекламы в контексте реалий современности: от взаимопонимания людей к пониманию мира / Д. А. Коробко, М. Э. Рябова // Организационная психоллингвистика. – 2021. – № 3(15). – С. 68-80. – EDN NSDYUM.
19. Кривоносов А.Д., Киуру К.В. Парадигматика современной системы массовых коммуникаций в модели Г. Лассуэлла // Вопросы теории и практики журналистики. - 2022. - Т. 11. -№ 1. - С. 27-40.
20. Киуру К.В. Медиакоммуникации: методологические основы / К.В. Киуру, А.Д. Кривоносов // Российская пиарология: тренды и драйверы: сб. науч. тр. в честь проф. М.Г. Шилиной / под ред. А.Д. Кривоносова. - Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭУ, 2021. - №. 13. - С. 54-60.

СРАВНИТЕЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ, ТИПОЛОГИЧЕСКОЕ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

УДК 81-119

Марченко Ю.М. Языковая ситуация и развитие языковых отношений в Бельгии в историческом ракурсе

Марченко Юлия Михайловна

старший преподаватель кафедры «Теория и практика перевода»
Севастопольский государственный университет, РФ, г. Севастополь
ciel_84@mail.ru

The linguistic situation and the development of linguistic relations in Belgium from a historical perspective

Marchenko Julia Mikhailovna

Senior Lecturer of Theory and Practice of Translation Department
Sevastopol State University, Russia, Sevastopol

Аннотация. Работа посвящена изучению языковой ситуации в Бельгии в историческом ракурсе. Изучение языковых ситуаций является одной из актуальных задач социолингвистики, имеет большое практическое значение, позволяя раскрыть основы и характер языковой политики государства, оценить перспективность того или иного курса в отношении языка, прогнозировать тенденции языковой жизни страны. На территории европейского континента "языковая проблема" является достаточно важной, растёт воздействие общественных институтов на функционирование, развитие и взаимодействие языков. Языковая ситуация в Бельгии в целом представляет несомненный интерес в плане выявления и анализа взаимосвязей типологически значимых социолингвистических характеристик, отражающих сложность и неоднозначность исторических взаимоотношений двух этносов – фламандцев и валлонов.

Ключевые слова: языковая ситуация, языковая политика, этнические группы, лингвистический кризис, исторический ракурс.

Abstract. The work is devoted to the study of the linguistic situation in Belgium from a historical perspective. The study of language situations is one of the urgent tasks of sociolinguistics; it is of great practical importance, allowing us to reveal the foundations and nature of the state's language policy, assess the prospects of a particular course in relation to language, and predict trends in the language life of the country. On the territory of the European continent, the "language problem" is quite important; the impact of public institutions on the functioning, development and interaction of languages is growing. The linguistic situation in Belgium as a whole is of undoubted interest in terms of identifying and analyzing the relationships between typologically significant sociolinguistic characteristics, reflecting the complexity and ambiguity of the historical relationships of the two ethnic groups - the Flemings and the Walloons.

Keywords: language situation, language policy, ethnic groups, linguistic crisis, historical perspective.

Понятие «языковая ситуация» применяется обычно к большим языковым сообществам – странам, регионам, республикам. Изучением этого вопроса занимались А.В. Аврорин, Э.Г. Туманян, Г.В. Степанов, Н.Б. Мечковская, А.Д. Швейцер, Л.П. Крысин, А.Д. Петренко, Д.М. Храбскова и многие другие лингвисты. Постоянно возрастающий научный интерес к изучению языковых ситуаций связан с пониманием того факта, что без подобных исследований трудно установить закономерности и тенденции развития сложных процессов языковой жизни современного общества, в котором языки всегда взаимосвязаны в рамках сложной коммуникативной системы, нередко дополняя и компенсируя друг друга, обеспечивая в своей функциональной дистрибуции все коммуникативные и экспрессивные потребности общества [4]. **Цель** данной работы заключается в изучении исторического развития языковой ситуации на территории Бельгии, связанной с противостоянием двух главных этнических групп – фламандцев и валлонов.

Для характеристики языковой ситуации определенного региона необходимо изучить его языковой и этнический состав. Согласно последнему, территории могут быть подразделены на гомогенные (встречающиеся в Европе достаточно редко в виду отсутствия строгих политических границ между многими государствами региона) и гетерогенные, объединяющие несколько этнических гомогенных языковых обществ. На территории Бельгии по этническому признаку объединены фламандское и французское языковые общества, а само государство является регионом с официальным фламандско-французским двуязычием.

Хотя Бельгия как самостоятельное государство образовалось в 1830г., го история уходит своими корнями в период Древнего Рима. В 57г. до н.э. Юлий Цезарь применил название «Галлия Белгика» для обозначения завоеванной им территории, расположенной между Северным морем и реками Ваал, Рейн, Марна и Сена, и населённой племенами кельтов. Римские завоеватели ввели в обращение среди белгов латинский язык. В связи с упадком Римской империи в 3–4 вв. земли белгов были захвачены германскими племенами франков. Франки заселили в основном север страны, положив начало лингвистическому разделению между группами населения германского и романского происхождения. Эта граница, простирающаяся от Кёльна до Булонь-сюр-Мер, сохранилась практически без изменений до наших дней. К северу от этой линии формировались фламандцы – народ, родственный по языку и культуре нидерландцам, а к югу – валлоны, близкие по происхождению и языку к французам.

После распада государства франков в 9 веке земли современной Бельгии были поделены между графствами Фландрия, герцогством Брабант и епископством Льеж. В 13–14 вв. земли находились под властью бургундских графов и их преемников Габсбургов, а в 16 в. перешли во владение испанской короны и католической церкви. С 1579 г. земли на территории современной Бельгии и Нидерландов разделились на две части. Северные провинции образовали Республику Соединенных Провинций и сражалась против Испании, Англии и Франции. Южные провинции признали испанского короля Филиппа II своим сувереном, но настаивали на внутренней политической автономии. Такой раздел территорий усилил политическое, религиозное, культурное и экономическое размежевание между севером и югом. Длительное время существовало языковое различие между северными провинциями, где говорили на нидерландском языке, и южными, где говорили по-французски. Однако политическая граница между Испанскими Нидерландами и Соединенными Провинциями проходила севернее лингвистической границы. Большая часть населения южных провинций Фландрии и Брабанта говорила по-фламандски, на диалекте нидерландского языка, который стал еще больше отличаться от нидерландского языка после политического, а следовательно, и культурного отделения.

В начале 18 в. упомянутые выше территории перешли под власть австрийских Габсбургов, но уже в августе 1789 г. население провинции Брабант восстало против австрийских властей, в результате в декабре 1789 г. от австрийцев была освобождена почти вся территория бельгийских провинций. В январе 1790 г. Национальный конгресс провозгласил создание независимого государства Соединенных Бельгийских Штатов. В октябре 1795 г. бельгийские провинции были включены в состав Франции. Так начался период 20-летнего французского господства. В 1815 г. все провинции исторических Нидерландов и Бельгии были объединены в Королевство Нидерландов. Официальным языком страны стал нидерландский, была введена строгая цензура и запрещено создание различного рода организаций и объединений.

25 августа 1830 г. начался ряд стихийных антиголландских выступлений в Брюсселе и Льеже, которые затем быстро распространились по всему югу. В 1831 г. Бельгия была объявлена европейскими державами «независимым и вечно нейтральным государством», а Нидерланды признали независимость и нейтралитет Бельгии только в 1839 г. На фоне экономического подъёма и промышленного развития в стране возник серьезный конфликт между валлонами и фламандцами.

Требования фламандцев сводились к тому, чтобы французский и фламандский языки равным образом были признаны государственными. Во Фландрии возникло и развилось культурное движение, превозносившее фламандское прошлое и его славные исторические традиции. В 1898 г. был принят закон, подтверждавший принцип «двуязычия», после чего тексты законов, надписи на почтовых и гербовых марках, денежных банкнотах и монетах появлялись на двух языках. Упомянутый конфликт обострился в 20 в. и вылился в ожесточенную войну на лингвистической почве между фламандской и французской общинами, что привело к замене унитарного государства Бельгия на свободную федерацию трех регионов – Фландрии, Валлонии и района вокруг Брюсселя. Это разделение между валлонами и фламандцами стало самой тяжелой проблемой современной Бельгии. До Первой мировой войны доминирование французского языка отражало экономическое и политическое превосходство валлонов, которые контролировали как местные, так и национальные органы власти и главные партии. Но после 1920 г., особенно после Второй мировой войны, произошел ряд изменений, установивших равенство фламандского и французского языков и сделавших фламандский языком управления во Фландрии, что усилило позиции северян. Законы 1962 и 1963 г.г. установили точную лингвистическую границу, но вражда сохранилась, а региональная обособленность усилилась. Конституция Бельгии была изменена таким образом, чтобы обеспечить большую регионально-языковую автономию. В 1973 г. Фламандский совет по культуре принял решение именовать язык бельгийских фламандцев нидерландским, а не фламандским. К 1980 г. оба главных языка страны были фактически уравнены в правах.

При изучении языковой ситуации в Бельгии важно отметить, что после экономического и политического объединения Фландрии и Валлонии не произошла автоматическая идентичность населения этих двух регионов, которая могла бы лечь в основу крепкого единого государства. Одна из главных причин этого — отсутствие таких консолидирующих факторов, как общая культура и общий язык. И хотя единый язык не гарантирует абсолютной консолидации граждан того или иного государства, но он является условием объединения социальных низов против социальных верхов, а языковая разобщенность, наоборот, укрепляет силу власти. Сепаратизм фламандцев начинался с борьбы за язык, за языковую границу и уникальность, но постепенно стал перерастать в политический, который, в свою очередь, может привести к прекращению существования государства Бельгия.

Современная эпоха характеризуется взаимодействием языков, что является следствием стремительного развития международных отношений и расширением межкультурной коммуникации. Как отмечает Ю.А. Жлуктенко, «усиление внимания лингвистов к межъязыковым контактам является результатом общего расширения интересов сферы языкознания, касающихся отношений национальных языков внутри страны и отношения к влиянию иностранных языков и культур в этой стране» [1, с. 4]

На настоящий момент в Бельгии сложилась экzogлоссная языковая ситуация, характеризующаяся функционированием двух официально признанных и юридически равноправных языков.

На фламандском языке говорит около 5 млн. человек, в основном к северу от разделяющей Бельгию языковой границы, проходящей с востока на запад южнее Брюсселя, а также примерно 200 тыс. человек в департаменте Нор во Франции. Основное население фламандского региона составляют фламандцы, германский по происхождению народ с сильным галло-романским, а позднее собственно французским языковым и культурным влиянием. Фламандский язык относится к западногерманской группе и не отличался от нидерландского вплоть до 16 в., когда произошло разделение территорий Бельгии и Нидерландов. После этого фламандские диалекты стали использоваться, главным образом, в сфере устного общения, и развитие нидерландского языка в 17 и 18 вв. почти не оказало на них влияния. В лингвистике бельгийский вариант нидерландского языка нередко выделяют в особый «фламандский» язык. С 1973 г. по решению Фламандского совета по культуре официальным лингвонимом, используемым для обозначения нидерландского языка в Бельгии, является *Nederlands* (именно данный лингвоним используется и в тексте Конституции). Лингвоним фламандский язык (*Vlaams / Flemish*) используется для обозначения местных фламандских диалектов, распространенных на территории Фландрии (в западной части Бельгии), то есть его не используют для обозначения литературного нидерландского языка в Бельгии. В бельгийских школах изучается та же норма литературного нидерландского языка, что и в Нидерландах. Как население Фландрии, так и население Нидерландов считает, что литературный язык в обеих странах, несмотря на некоторые различия, един. Бельгийский вариант нидерландского тем не менее отличается от традиционного своеобразным произношением, а также особенностями в лексическом составе и правописании, что связано в основном с интерференцией французского языка (одного из трех государственных языков в Бельгии) [2, с. 233-262]. Вместе с тем

словарь К.П. Паардекоопера описывает около 7000 исключительно «бельгийских» слов, не известных на Севере (в Нидерландах).

Франкоязычные районы страны традиционно объединяют под общим названием Валлония (валлон. *Walonreye*, фр. *Wallonie*, нидерл. *Wallonië*, нем. *Wallonien*) или Валлонский регион. Это пять южных провинций Бельгии, где наиболее распространённым является французский язык. Этимология слова 'Валлония' сходна со словом 'Уэльс'. Оба этих топонима происходят от древнегерманского слова 'walh', что значит — чужак. Так германцы называли территории 'чуждых', то есть негерманских народов, говоривших на негерманских языках. Валлония с населением 3,29 млн (32,2%) является субъектом федерации наряду с Фламандским регионом и Брюссельским регионом, собственно население Брюсселя составляет около 80% франкофонов и 20% фламандцев. Кроме того, на территории Валлонии (в провинции Льеж) располагается немецкоязычное сообщество, где проживают 71300 человек, абсолютное большинство которых немецкоязычны [7].

Хотя официальным языком Валлонии является французский, в быту до сих пор используются шампанский диалект, лоренский, пикардский и валлонский языки. Самым распространённым из них является валлонский. Долгое время вышеперечисленные языки считались диалектами французского языка, однако вплоть до начала XX века данные диалекты доминировали в обществе, в то время как французский был языком высших классов (буржуазии). В 1990 году эти языки были признаны региональными. В настоящее время наблюдается возрождение интереса к этим языкам, особенно к валлонскому как наиболее распространённому. В некоторых школах валлонский преподаётся в качестве факультативного, иногда его можно услышать по радио, однако единственным официальным языком остаётся французский. Валлонский язык — язык романской группы, распространён также во Франции (в департаменте Арденны и различных деревнях в департаменте Нор) и в северо-восточной части американского штата Висконсин. Словарный запас языка на 90 % состоит из слов латинского происхождения, на 9 % — из германских слов и на 1 % — из кельтских слов, он имеет четыре диалекта, разработана его литературная норма. Носителей языка обычно называют валлонцами, однако этот термин относится также к жителям Валлонии, в связи с чем предпочтительнее употреблять термин 'валлонофоны' (валл. *walon-cåzant*), по аналогии с «франкофонами» [3]. Официального статуса валлонский язык не имеет, но в 1990 году он был признан местным языком. В настоящее время валлонским языком владеют около шестисот

тысяч человек, хотя в начале XX века на валлонском говорило 90 % населения Валлонии (более четырёх миллионов человек). К настоящему времени валлонский практически полностью вытеснен французским, который имеет статус официального языка Бельгии, используется в образовании, прессе и всех сферах общественной жизни. Тем не менее, в последние годы в Валлонии наблюдается некоторое возрождение интереса к валлонскому языку [8].

Хотя единственным официальным языком всей Фландрии, равно как и её административно-территориальных составляющих, после 1963 года является фламандский язык, в нескольких муниципалитетах Брюссельской периферии, а также ряда приграничных с Валлонией округов допускается строго ограниченное употребление французского языка в оказании административных услуг франкоязычному населению и начальном образовании франкофонов. С 1966 г. за исполнением языкового законодательства следит специальная комиссия (Vaste Commissie voor Taaltoezicht), члены которой назначаются королем на срок 4 года. Законы, принятые в 1962-1963 гг., регламентируют использование языков в сфере начального и среднего образования, в частности раскрываются механизмы получения образования на родном языке гражданами, составляющими в языковом отношении меньшинство в пределах лингвистического региона.

Таким образом, законодательство Бельгии четко регулирует использование языков в официальной сфере внутри лингвистических регионов на основе концепции «лингвистического федерализма». На протяжении веков валлоно-фламандский конфликт носил мирный и демократический характер процесса реформирования и ни разу не переходил в «горячую» стадию. Конфликт сохранялся лишь на уровне взаимных претензий. Французский язык употреблялся повсеместно, став важным инструментом карьерного роста, в то время как фламандский терял своё значение, несмотря на то, что его считало родным около 60 % населения. Реформы проводились в духе демократических ценностей и прогрессивных идей. В то же время многочисленные предписания в целом не затрагивают сферу неофициального межличностного общения, где действует конституционное право свободы выбора языка. Однако «пограничная» область между официальным и неофициальным использованием языков остается постоянным источником конфликтных ситуаций. Так, например, в нескольких фламандских городах под Брюсселем местные власти запретили продавать землю и муниципальную недвижимость лицам, не владеющим фламандским языком [6].

На современном этапе развития Бельгии исследователи не отмечают стремления населения Фландрии к осознанию своей принадлежности к единой нации с единым историческим прошлым, что в свою очередь препятствует проникновению фламандского языка в неофициальную сферу общения. Популярными сегодня идеи приобретения Фландрией политической и экономической независимости подразумевают и лингвистическую независимость, направленную на создание литературной нормы, ориентированной на местные диалекты, а не на норму собственно нидерландского языка. Большинство фламандцев традиционно хорошо говорит по-французски, владеет и английским языком. В процессе эволюции Брюсселя как столицы Европейского союза все больше граждан из других европейских стран обосновываются в зеленой зоне вокруг Брюсселя. Эти люди в большинстве своем владеют в качестве второго языка английским или французским; по-нидерландски они обычно не говорят. Опасность «офранцузивания» при этом становится неизбежной, как считают некоторые фламандцы. Теперь эта опасность исходит и от институтов Европы. По той же причине фламандское правительство сопротивляется предоставлению права голоса гражданам Европейского союза (ЕС), так как предполагается, что они в основном будут голосовать за местные франкоязычные партии. Франкоязычными это противодействие рассматривается как проявление тоталитаризма. Основываясь на том же самом предположении, они выступают за предоставление права голоса гражданам ЕС, по крайней мере в зоне Брюсселя. Развитие Евросоюза и связанная с этим демографическая эволюция Брюссельской периферии заставляют фламандцев бояться также распространения влияния английского языка, этого универсального языка общения граждан Европейского союза [5].

Список литературы

1. Жлуктенко Ю.А. Лингвистические аспекты двуязычия / Ю.А. Жлуктенко. – Киев: Вища шк. – 1974. – 176 с.
2. Ле Пер-Зубкова Л.В. Языковая ситуация в Нидерландах и Бельгии: языковая политика без политиков? [Электронный ресурс]. – URL: Режим доступа: https://uploads.philology.by/logo/rnjv_netherlands.pdf (дата обращения: 11.01.2024)
3. Мир французского языка [Электронный ресурс]. – URL: Режим доступа: <http://french-world.info/valony-i-flamandcy> (дата обращения: 5.01.2024)
4. Петренко А.Д., Петренко Д.А., Храбскова Д.М., Исаев Э.Ш. Актуальные проблемы языковой вариативности в аспекте мировой интеграции и глобализации. Симферополь: Феникс, 2018. – 273 с.
5. Рут ванн Дейк Регионализм, Федерализм и Права меньшинств в Бельгии [Электронный ресурс]. – URL: <http://poli.vub.ac.be/publi/etni-3/ruthvandyck.htm> (дата обращения: 10.12.2022)

6. Boon Ton den. Ik googel, jij googelt: Engelse werkwoorden in het Nederlands / Ton den Boon. – Druten: BnM Uitgevers – 2020. – 120 p.
7. Euro barometer survey. Europeans and their Languages // Euro barometer, Feb. 2021. [Электронный ресурс]. – URL:http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_243_sum_en.pdf (дата обращения: 10.12.2023)
8. Mettewie L. & Van Mensel L. Entreprises bruxelloises et langues étrangères. Pratique et coût d'une main d'oeuvre ne maîtrisant pas les langues étrangères, Rapport de recherche de TIBEM, 2006 [Электронный ресурс]. – URL: www.briobrussel.be. (дата обращения: 16.02.2021)

УДК 81`04

Мурсалимов К.А. Правовой статус ирландского языка и языковое планирование в Ирландии

Мурсалимов Константин Александрович

кандидат исторических наук, доцент кафедры государственно-правовых дисциплин юридического факультета Санкт-Петербургского университета Федеральной службы исполнения наказаний, г. Санкт-Петербург
constant_mur@mail.ru

The Legal Status of the Irish Language and Language Planning in Ireland

Mursalimov Konstantin Alexandrovich

Candidate of Sciences in History, Associate Professor of the Department of State Law Disciplines of the Faculty of Law of Saint Petersburg University of the Federal Penitentiary Service of Russia, Saint Petersburg

Аннотация. В статье исследуются вопросы правового статуса ирландского языка и проблемы языкового планирования в Ирландии, а также анализируются меры, предпринятые правительством Ирландии, направленные на сохранение и поддержку ирландского языка.

Ключевые слова: правовой статус, ирландский язык, Ирландия, языковая политика, языковое планирование.

Abstract. The article examines the legal status of the Irish language and the problems of language planning in Ireland, and also analyzes the measures taken by the Irish government aimed at preserving and supporting the Irish language.

Keywords: legal status, Irish language, Ireland, language policy, language planning.

Одной из актуальных проблем языковой политики многих стран мира в настоящее время является принятие мер, в первую очередь, правовых, направленных на сохранение малых языков, находящихся под угрозой исчезновения. Наиболее эффективными методами обеспечения выживаемости таких языков служат установление их официального статуса и закрепление его в соответствующем законодательстве государств, а также языковое планирование. В этой связи представляется интересным рассмотреть опыт Ирландии, где, начиная с момента провозглашения независимости, на официальном уровне осуществляется поддержка использования ирландского языка (*Gaeilge*) в сферах образования, культуры и публичного сектора, в том числе мероприятия языкового планирования, предусмотренные правительством Ирландии.

В настоящее время на ирландском по-прежнему широко говорят как на первом языке только в районах с преимущественно ирландскоязычным населением Ирландии, известных под общим названием «гэлтахт» (*Gaeltacht*), где в 2016 году

проживало только 2% населения. Общее количество людей (в возрасте 3 лет и старше) в Ирландии, которые утверждали, что могут говорить по-ирландски, в апреле 2022 года составило 1 873 997, что составляет 40% респондентов, но из них 472 887 заявили, что никогда не говорили на нем, а еще 551 993 заявили, что использовали его только в образовательной сфере [4, 21-24]. Таким образом, лингвистический анализ говорящих на ирландском языке основан, в первую очередь, на количестве ежедневных пользователей в Ирландии вне системы образования, которое в 2016 году составляло 20 586 в гэлтахтах и 53 217 за их пределами, то есть всего 73 803 [4, 30].

Современный правовой статус ирландского языка является результатом длительной борьбы ирландского народа за языковые и культурные права. С момента создания Ирландского свободного государства в 1922 году и провозглашения республики в 1937 году, ирландский язык стал объектом разного рода законодательных и административных мероприятий, направленных на его сохранение и продвижение в обществе.

Ирландский язык был признан официальным языком Ирландии наряду с английским с принятием Конституции Ирландии в 1937 году. Статья 8 конституции гласит:

«1. Ирландский язык как национальный язык является первым официальным языком.

2. Английский язык признается вторым официальным языком.

3. Однако законом может быть предусмотрено положение об исключительном использовании любого из указанных языков для одной или нескольких официальных целей либо на всей территории государства, либо в любой его части» [3].

Это конституционное признание отражает важность ирландского языка как фундаментального компонента национальной идентичности и наследия Ирландии. Как видим, часть третья этой статьи предусматривает, что ирландский или английский язык в соответствии с отдельным законом может стать исключительным для определенных официально-публичных целей. Вероятно, авторы конституции предназначали такую возможность именно для ирландского языка по мере расширения его использования.

Ссылки на статью 8 Конституции 1937 года были необходимы в тех спорных случаях нарушения прав человека в сфере использования родного языка, которые становились предметом рассмотрения в судах, поскольку в Ирландии существует прецедентная система права, и решения судов являются образцами для разрешения последующих аналогичных дел.

Так, особенно важные последствия имело дело О Беолайна против Фэхи (*Ó Beoláin v. Fahy*) в 2001 году. Шеймус О Беолайн был вызван в окружной суд Дублина в сентябре 1997 года, чтобы ответить на выдвинутые против него обвинения в вождении в нетрезвом виде. О Беолайн являлся носителем ирландского языка и все его общение с полицией велось на ирландском языке. Он заявил в окружном суде, что хотел бы, чтобы его дело рассматривалось именно на национальном языке и что соответствующие документы ему должны быть вручены на ирландском языке. В частности, он запросил ирландские версии Закона о дорожном движении 1994 года, Закона о дорожном движении 1995 года и Регламента окружного суда 1997 года. Однако проблема состояла в том, что данные нормативные документы не были переведены на ирландский язык [5, 85-86].

В результате разбирательство в окружном суде время от времени откладывалось как для того, чтобы дать возможность властям представить документы, так и для того, чтобы обеспечить присутствие судьи, говорящего на ирландском языке, для рассмотрения дела. В итоге заявителю был предоставлен «проект» неофициального перевода Законов о дорожном движении 1994 и 1995 годов, но перевода Регламента окружного суда так и не было произведено. В конце концов, О Беолайн стал добиваться через своего адвоката выдачи судебного приказа о предоставлении ему соответствующих материалов. Окружной судья Дж. Фэхи отказался выдать такой приказ. В марте 1998 года О Беолайну было разрешено обратиться с жалобой в Верховный суд в порядке судебного надзора. Заявитель указывал в жалобе на то, что государство в силу требований Конституции Ирландии было обязано предоставить ему право использовать в суде ирландский язык, в том числе, иметь в распоряжении соответствующие материалы на ирландском языке. Таким способом он добивался снятия обвинений в вождении в нетрезвом виде из-за процессуальных нарушений со стороны государства [5, 87].

Решение Верховного суда Ирландии по указанному делу, вынесенное в 2001 году, ознаменовало новый этап защиты прав на использование ирландского языка в публичной сфере. Оно удовлетворило жалобу О Беолайна в отношении перевода актов парламента и регламента окружного суда. Однако важнее было другое. Ранее постановления судов по схожим вопросам, как правило, предоставляли индивидуальное возмещение заявителям без констатации наличия общих обязанностей государства. Формулировки же, принятые в решении Верховного суда, являются откровенными и крайне критическими по отношению к неспособности

государства выполнить свои обязанности, предусмотренные статьей 8 Конституции Ирландии [5, 88-89].

Как следствие этого судебного прецедента, парламент Ирландии (*Oireachtas*) после ряда дискуссий все-таки принял в 2003 году Закон об официальных языках (*Official Languages Act 2003*), которого многие жители ирландскоязычных территорий Ирландии ждали без преувеличения десятилетия. Он представляет собой важный рамочный акт, направленный на продвижение и защиту прав носителей ирландского языка. Закон содержит положения об использовании ирландского языка в государственных органах и предписывает двуязычие при предоставлении государственных услуг [6].

Закон предусматривает обязательную публикацию актов парламента (раздел 7) и документов публичных органов власти (раздел 10) одновременно на двух официальных языках. Раздел 8 Закона прямо предписывает активную поддержку ирландского языка в государственных службах и суде и предусматривает создание практических схем и инициатив для укрепления его позиций. Закон разграничивает обязанности государственных органов по предоставлению услуг как на ирландском, так и на английском языке, обеспечивая доступность и языковой паритет для говорящих на ирландском языке: «Прежде чем принять какой-либо закон, министр должен рассмотреть, касается ли этот закон или может ли он иметь последствия для статуса и использования ирландского языка и языковых прав народа в целом» (раздел 12) [6].

Кроме того, Закон налагает на государственные органы, включая правительственные ведомства, обязательства предоставлять услуги и информацию как на ирландском, так и на английском языке, обеспечивая тем самым право граждан на доступ к государственным услугам и информации на официальном языке по их выбору. Более того, Закон закрепляет право граждан вести свои дела с государственными органами не только на английском, но и на ирландском языке, если они того пожелают [6].

Одним из ключевых положений Закона об официальных языках 2003 года является создание офиса *An Coimisinéir Teanga*, или комиссара по языку (раздел 20). К функциям комиссара по языку относятся надзор и обеспечение соблюдения положений Закона, а также рассмотрение жалоб представителей общества, которые считают, что их языковые права были нарушены. Этот шаг имел решающее значение для эффективного обеспечения соблюдения прав ирландского языка во всем государственном секторе. Закон устанавливает механизмы языкового планирования

и предписывает разработку планов и схем государственными органами, способствующих сохранению и продвижению ирландского языка и направлен на повышение его жизнеспособности в регионах с преимущественно ирландскоязычным населением – гэлтахтах [6].

Однако реализация этого закона столкнулась с рядом проблем, что привело к критике и опасениям по поводу его эффективности. Одной из основных проблем реализации Закона об официальных языках в Ирландии является отсутствие последовательной и всеобъемлющей языковой политики в различных правительственных ведомствах и государственных учреждениях. В то время как некоторые организации предпринимают усилия по продвижению использования ирландского языка, другие не спешат полностью соблюдать требования закона. Отсутствие единообразия привело к путанице и несогласованности в предоставлении услуг на обоих языках [5, 99-105].

Еще одной проблемой является нехватка квалифицированных носителей ирландского языка на государственных должностях. Несмотря на юридическое требование предоставления двуязычных услуг, многие правительственные учреждения и государственные учреждения с трудом находят сотрудников, свободно владеющих ирландским языком, что приводит к тому, что английский становится основным языком общения. Это препятствовало эффективному осуществлению закона и ограничило доступность услуг ирландского языка для общественности [4, 80-85].

Кроме того, наблюдается нехватка адекватных ресурсов и средств, выделяемых на поддержку реализации Закона об официальных языках. Затраты, связанные с переводческими услугами, языковым обучением и разработкой двуязычных материалов, создают нагрузку на местные бюджеты, что приводит к ограничению доступности ресурсов и материалов на ирландском языке для публичного использования.

Также подвергались критике и механизмы обеспечения соблюдения и мониторинга закона. Хотя существуют нормы о защите языковых прав и наложении штрафов за их несоблюдение, имелись случаи, когда эти меры не были эффективно реализованы. Это привело к мнению, что невыполнение требований закона влечет за собой минимальные последствия, что еще больше подрывает его эффективность. Недостаточная осведомленность населения о своих языковых правах также способствует ограниченному использованию ирландского языка в государственных службах и ограничивает влияние закона на содействие его использованию [4, 83].

Связанной проблемой является и международно-правовой статус ирландского языка. В 1973 году Ирландия присоединилась к Европейскому экономическому сообществу вместе с Соединенным Королевством. Учитывая, что английский является преобладающим языком в обеих юрисдикциях, не было никаких сомнений в том, что английский станет официальным языком Европейского Союза [5, 189]. Возникли вопросы относительно других языков, на которых говорят на острове Ирландия и в Великобритании. Вопрос о таких языках, как валлийский, шотландский гэльский и другие региональные языки в Соединенном Королевстве, в то время серьезно не рассматривался, так как эти языки еще не имели какого-либо значимого признания в Соединенном Королевстве. Однако, как уже отмечалось, в Ирландии ирландский язык имеет статус первого официального языка в соответствии с Конституцией Ирландии. При этом не вполне понятно, почему ирландское правительство в 1972/1973 году не добивалось статуса ирландского языка в качестве официального рабочего языка Европейского Союза. Скорее всего, тот факт, что почти каждый говорящий на ирландском языке мог понимать английский (который должен был стать полноценным рабочим языком Европейского Союза), возможно, был истинной причиной того, что ирландское правительство не настаивало на статусе ирландского языка, так как не было опасений, что ирландский гражданин может не разговаривать на английском языке. Вместо этого Ирландия добивалась статуса ирландского языка как официального, но не рабочего языка Европейского Союза, однако и это предложение было отклонено [5, 190].

Данная ситуация сохранялась до начала нового тысячелетия, когда произошел заметный сдвиг в политике правительства, выразившийся в юридическом признании ирландского языка. Реакция правительства вышла за рамки того, что было предусмотрено конституцией, и была исключительно положительной с точки зрения развития языковых прав. Закон об официальных языках 2003 года возложил на государство и государственные органы дополнительные обязанности по предоставлению услуг на ирландском языке, а вступившие в силу различные схемы языкового планирования служат повышению уровня осведомленности о языке в Ирландии. Именно в этом контексте началась чрезвычайно заметная публичная кампания по признанию ирландского языка в качестве языка ЕС. В 2004 году ирландское правительство начало переговоры, и после того, как Ирландия взяла на себя обязательства по финансированию и проведению учебных курсов, статус ирландского языка как полноценного официального и рабочего языка Европейского Союза был подтвержден на встрече министров иностранных дел ЕС в июне 2005 года.

Решение, принятое на встрече министров, было закреплено Постановлением 920/2005, которое вступило в силу 1 января 2007 года. Однако в самом Постановлении № 920/2005 говорится о возможности ограничения права на использование ирландского языка по «практическим причинам и на переходной основе», оправданием которого, по-видимому, является необходимость нанять надлежащим образом подготовленных юристов-лингвистов и переводчиков, которые обязаны предоставить ирландскому языку тот же статус, что и другим официальным языкам Европейского Союза. Утверждается, что правительство Ирландии осознавало отсутствие определенного уровня языковой компетенции, необходимого для полной реализации этого статуса, и поэтому предприняло определенные шаги для исправления ситуации. Впрочем, само наличие данной «переходной» нормы всерьез сказывается на репутации правительства Ирландии в деле обеспечения надлежащего международно-правового статуса ирландского языка [5, 191-195].

Институциональные и практические проблемы, связанные с продвижением ирландского языка как живого, значительны. Интеграция ирландского языка в образование, государственное управление, средства массовой информации и повседневную жизнь представляет собой серьезные препятствия. Существует нехватка квалифицированных преподавателей ирландского языка, ограниченные ресурсы для ирландскоязычных СМИ и отсутствие возможностей для говорящих на ирландском языке использовать язык в своей повседневной жизни. Кроме того, сокращение ирландскоязычных сообществ в районах гэлтахтов еще больше усугубляет жизнеспособность языка. Поиск устойчивого баланса между сосуществованием ирландского и английского языков, поддержкой лингвистического разнообразия и обеспечением жизнеспособности ирландского языка по-прежнему будет сложной и постоянной задачей для специалистов по языковому планированию в Ирландии.

Однако в последние годы произошли и положительные события, такие как расширение образования на ирландском языке и растущий интерес к ирландскоязычным средствам массовой информации и культурным инициативам. Язык также стал более заметным благодаря официальным вывескам, публичным объявлениям и переводу правительственных документов.

Следует отметить, что Стратегия развития ирландского языка на 2010-2030 годы, утвержденная обеими палатами парламента Ирландии, сосредоточена на нескольких ключевых областях, направленных на поддержку его сохранения, продвижения и возрождения. Цель стратегии — увеличить количество людей,

ежедневно использующих ирландский язык за пределами системы образования, до 250 000 человек в течение следующих 20 лет [4, 17]. Данные направления можно охарактеризовать следующим образом:

1. Образование: реализация инклюзивной и комплексной образовательной политики, которая обеспечит всем детям доступ к качественному образованию на ирландском языке с раннего возраста. Это могло бы включать увеличение доступности школ с ирландским языком обучения, а также предоставление эффективных учебных ресурсов и подготовку преподавателей.

2. Поддержка гэлтахтов: разработка программ и инициатив по поддержке использования ирландского языка в ирландскоязычных сообществах, включая предложение финансирования и ресурсов для языковых мероприятий и клубов на уровне сообщества; увеличение количества семей по всей стране, которые используют ирландский язык в качестве повседневного языка общения.

3. Средства массовой информации и технологии: инвестиции в средства массовой информации на ирландском языке, включая телевидение, радио и онлайн-платформы для продвижения языка и предоставления возможностей носителям ирландского языка знакомиться с современным контентом на своем родном языке; развитие ирландских языковых технологий, приложений и онлайн-ресурсов, чтобы сделать ирландский язык более доступным и привлекательным для молодого поколения.

4. Языковое планирование и политика: разработка и реализация мер языкового планирования, которые способствуют использованию ирландского языка в официальных и общественных учреждениях, в том числе, на общественных вывесках и в официальных документах; поощрение использования ирландского языка в бизнесе, туризме и государственных услугах, чтобы обеспечить его заметность в повседневной жизни.

5. Международное сотрудничество: изыскание возможностей для международного сотрудничества и обмена с другими сообществами, говорящими на кельтских языках, содействие усилиям по возрождению языков коренных народов для обмена передовым опытом и ресурсами в целях сохранения языков меньшинств.

6. Научные исследования и разработки: содействие текущим научным проектам в области языковой политики и лингвистики, чтобы лучше понимать социолингвистические проблемы и возможности ирландского языка и формулировать пути их решения.

7. Продвижение культуры: продвижение ирландского искусства, литературы, музыки и культурных мероприятий с целью обогатить и культурное наследие ирландского языка, а также привлечь более широкую аудиторию к языку [2].

Это лишь некоторые потенциальные стратегии, которые можно рассматривать как часть комплексного подхода к поддержке ирландского языка в 2010-2030 годах. Следует отметить, что данная стратегия может быть эффективно реализована лишь при наличии взаимодействия правительства с соответствующими заинтересованными сторонами, включая языковых активистов, преподавателей, политиков и представителей гэлтахтов.

В целом, правовой статус ирландского языка в Ирландии отражает приверженность правительства сохранению языка, культурного наследия и языкового разнообразия. Конституция Ирландии 1937 года и Закон об официальных языках 2003 года защищают права носителей ирландского языка, подтверждая ответственность государства по защите и развитию языка. Языковые права ирландских граждан включают образование, отправление правосудия и доступ к государственным услугам на ирландском языке, что подкрепляет приверженность государства языковому равенству.

Вместе с тем, реализация Закона об официальных языках в Ирландии была омрачена рядом проблем, включая непоследовательность в языковой политике, нехватку квалифицированных носителей языка, ограниченность ресурсов, слабые механизмы правоприменения и низкую осведомленность общественности. Решение этих проблем потребует согласованных усилий со стороны правительства, государственных учреждений и общества для полной реализации целей закона и продвижения равного статуса ирландского языка наряду с английским. Как справедливо отмечал лингвист М. Сводеш, «не существует языков, слабых по природе, которые не способны выжить в меняющихся социальных условиях» [1, 42]. Поэтому только надлежащая правовая защита языка и эффективные мероприятия в рамках языкового планирования, в случае последовательного их воплощения в жизнь, обеспечат устойчивость и жизнеспособность ирландского языка в следующие десятилетия.

Список литературы

1. Сводеш М. Социологические заметки о языках, выходящих из употребления // Социолингвистика и социология языка. Хрестоматия / [пер. с англ.]; отв. ред. Н.Б. Вахтин. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2012. – С. 29-42.
2. 20-Year Strategy for the Irish Language // Режим доступа: <https://www.gov.ie/en/policy-information/2ea63-20-year-strategy-for-the-irish-language> (Дата обращения: 29.12.2023).
3. Constitution of Ireland // Режим доступа: <https://www.irishstatutebook.ie/eli/cons/en/html> (Дата обращения: 29.12.2023).
4. Darmody M., Daly T. Attitudes towards the Irish Language on the Island of Ireland Merike Darmody (ESRI) Tania Daly (Amárach Research) August 2015 Available to download from www.esri.ie. The Economic and Social Research Institute. 189 pp.
5. Ó Conaill S. The Irish Language and The Irish Legal System: 1922 to Present / by Seán Ó Conaill, BCL, LL.M Submitted for the Award of PhD at the School of Welsh at Cardiff University, 2013. 360 pp.
6. Official Languages Act 2003 // Режим доступа: <https://www.irishstatutebook.ie/eli/2003/act/32/section/11/enacted/en/index.html> (Дата обращения: 29.12.2023).

УДК 81-115

Черникова Е.О. Лингвистическое моделирование имиджа в транспортно-логистическом дискурсе: на примере русско-, англо- и немецкоязычных рекламных текстов

Черникова Елена Олеговна

канд.филол.наук., доцент кафедры «Лингвистика»
Российский университет транспорта РУТ (МИИТ), РФ, г. Москва
elenach328@mail.ru

Мохова Оксана Леонидовна

канд.пед.наук., доцент кафедры «Лингвистика»
Российский университет транспорта РУТ (МИИТ), РФ, г. Москва
mohova_oksana@mail.ru

Плескачева Яна Сергеевна

старший преподаватель кафедры "Лингвистика"
Российский университет транспорта РУТ (МИИТ), РФ, г. Москва
pleskacheva-yana@yandex.ru

Linguistic image modeling in transport and logistics discourse: on the example of Russian, English and German advertising texts

Chernikova Elena Olegovna

PhD in Philology, Assistant Professor of Linguistics Department
Russian University of Transport RUT (MIIT), Russia, Moscow

Mokhova Oksana Leonidovna

PhD in Pedagogy, Assistant Professor of Linguistics Department
Russian University of Transport RUT (MIIT), Russia, Moscow

Pleskacheva Yana Sergeevna

Senior lecturer of Linguistics Department
Russian University of Transport RUT(MIIT), Russia, Moscow

Аннотация. Цель исследования – сравнить языковые приёмы, применяемые лингвистическом моделировании имиджа русско-, англо- и немецкоязычных логистических предприятий. Научная новизна предпринятого сопоставительного анализа продиктована выбором объекта и предмета исследования: на примере языковых средств, используемых в рекламных текстах разноязычных предприятий, в статье впервые сравниваются и выявляются общее и национально-обусловленные черты трёх наций с точки зрения построения имиджа транспортных компаний в русском, английском и немецком языках. Изучение разноязычных рекламных текстов позволило, с одной стороны, выявить определенные совпадения в использовании языковых приёмов при моделировании имиджа международных транспортных компаний, с другой – установить специфику мышления разноязычных PR-специалистов. Установлено, что при создании имиджа американского транспортно-логистического предприятия предпочтение отдается прилагательным в превосходной степени, которые практически не представлены в русском дискурсе. В свою очередь,

было отмечено, что в силу своего национально-культурного прошлого немецкоязычные маркетологи наиболее часто обращаются к метафоре, как к лингвистическому способу моделирования имиджа организации.

Ключевые слова: лингвоимиджелогия, имидж, рекламный текст, языковые приемы, эпитет, метафора, сравнения, русский язык, английский язык, немецкий язык, транспортно-логистическое предприятие

Abstract. The aim of the paper is to compare the language means used in the linguistic modeling of the image of the Russian-, English- and German-language logistic enterprises. The scientific novelty of the undertaken comparative analysis driven by the choice of the object and subject of the study: on the example of the linguistic means used in the advertising texts of multilingual enterprises, the paper for the first time compares and reveals the general and nationally determined traits of three nations from a transport image construction perspective of Russian, English and German companies. The study of multilingual advertising texts allowed, on the one hand, to identify certain similarities in the usage of language means in modeling the image of international transport companies, on the other hand – to establish the peculiarities in the cognition of multilingual PR-specialists. It has been found that when creating the image of the American transport and logistics enterprise, preference is given to the adjectives in a superlative degree of comparison, which are practically not represented in the Russian discourse. In turn, it was noted that due to their national cultural background, German marketers most often use the metaphor as a way of modeling the organization's image.

Key words: linguistics, image, advertising text, language means, epithet, metaphor, comparisons, the Russian language, the English language, the German language, transport and logistics enterprise.

Развитие лингвоимиджелогии, как новой и динамично развивающейся отрасли знаний, требует формирования методологии развития. Формирование положительного имиджа посредством лингвистических методов и приемов дает возможность предприятиям и организациям в современной цифровой среде воздействовать на потребителя, завоевывать расположение клиентов и занимать большие доли рынков. Эти социальные вызовы формируют круг лингвистических задач и вызовов.

Понимание и формирование имиджа компании являются сложными задачами, требующими использования различных языковых и арсеналов когнитивной лингвистики. По этой причине, в процессе лингвомоделирования имиджа любого иностранного транспортно-логистического предприятия важно учитывать ряд экстралингвистических факторов, которые имплицитно влияют на имидж компании:

- разноуровневые лингвистические средства: для создания имиджа транспортной компании используются различные уровни языковых средств, такие как лексические и стилистические средства, тональность, терминология, числительные. Так, выбор определенных слов и фраз может влиять на восприятие компании.

- Арсенал когнитивной лингвистики: когнитивная лингвистика исследует процессы восприятия и обрабатывания информации. Обращение к методологии и инструментам человеческого познания данной науки может помочь создателям имиджа в понимании того, какие ассоциации и восприятия вызывает их компания у потенциальных клиентов. Данный факт позволяет учесть имплицитные (неявные) характеристики и воздействовать на них.

- Аксиологическо-прагматическая оценка предприятия: данная фраза означает, что оценка компании происходит с точки зрения ценностей и целей. Для формирования имиджа PR-специалистам необходимо определить, какие ценности и цели компании должны быть выделены и подчеркнуты в маркетинговой коммуникации.

Следует отметить, что PR-специалистам также приходится работать с репутационными недочетами. В этой связи, важно создавать высококачественную имиджевую рекламу, чтобы повысить узнаваемость организации и сформировать благоприятный имидж перед клиентами и бизнес-партнерами в долгосрочной перспективе.

Подчеркнём, что рекламный текст является особым видом коммуникативной деятельности, который по своей природе стремится привлечь внимание и убедить аудиторию в необходимости приобретения определенного продукта или услуги. Поэтому изучение рекламного текста позволяет понять, каким образом язык используется для воздействия на потенциальных потребителей.

Немаловажным является и тот факт, что рекламные тексты представляют интерес с точки зрения культурных и социальных аспектов. Они отражают ценностные ориентиры общества, его потребности и желания, а также способы их удовлетворения. Таким образом, изучение рекламных текстов позволяет лучше понять современную культуру и общественные процессы.

В целом, изучение рекламных текстов в рамках лингвистики является актуальной и перспективной областью исследований, которая может принести познавательные и практические результаты [1, с. 393].

Все эти элементы совместно позволяют создать и сформировать имидж компании-перевозчика, который будет эффективным в маркетинговой коммуникации и отражать ценности и цели компании.

Исходя из всего вышеперечисленного представленное исследование является своевременным и актуальным.

В рамках выделенной выше сферы интересов сформулирована цель настоящей работы – провести сравнительный лингвистический анализ языковых средств при формировании имиджа разноязычных предприятий логистики – российской компаний ПАО «КАМАЗ», американской «Tesla, Inc.» и немецкой организации «Mercedes-Benz Unimog» – с выделением общих и национально-специфических характеристик трех наций, прослеживаемых в выборе языковых инструментов для лингвистического моделирования имиджа.

Для достижения поставленной цели мы обратились к следующим методам: сравнительно-сопоставительный метод; метод сопоставления дефиниций; метод структурно-семантического анализа; метод определения количественных и процентных характеристик.

В исследовательской литературе существует значительное количество работ, посвященных анализу различных аспектов имиджевой рекламы, обоснованию ее необходимости и выявлению роли в формировании образа организации. Среди работ, посвященных исследованию данного вопроса, можно выделить диссертационное исследование Кадачиговой Д.С., в котором ученый описал специфику формирования в СМИ положительного имиджа региона [2]; научные статьи Чернышовой А.В. и Борчашвили Т.Д., направленные на исследование рекламы как способа продвижения организации [3]; научную статью Юдиной Н.В., посвященную описанию проекта лингво-политического портрета на материале русскоязычной дискурсивной практики [4].

Теоретической базой предпринятого исследования послужили теоретические положения и методологические принципы, изложенные в научных работах по лингвоимиджелогии и рекламе за последнее десятилетие [5; 18; 1; 6; 7; 8].

Большой вклад в проведённое исследование внесли русско-, англо- и немецкоязычные тексты рекламных сайтов, в том числе корпоративные сайты компаний [9-17].

Анализ корпоративных сайтов, а также рекламных текстов, выявило как существование общих подходов в применении языковых средств в трёх языках в рассматриваемой отрасли знания, обусловленные схожим осмыслением технических объектов, так и расхождения по данному вопросу, продиктованные различиями в мировосприятии и языковой картине мира русских, английских и немецких специалистов.

Обзор материала сайтов показал, что важную роль при создании имиджа международной компании играют эпитеты. Употребление данного языкового приёма прослеживается в трёх культурных традициях.

Рассмотрим ряд примеров.

Так, немецкие PR-специалисты компании «Mercedes-Benz Unimog» в рекламных кампаниях своих грузовиков решили использовать такие эпитеты как: *multifunktional* («многофункциональные»), *leistungsstark* («мощные») и *kompakt* («компактные»). Грузовики «Unimog» имеют долгую 70-летнюю историю и изначально были ориентированы на сельскохозяйственные нужды. Несмотря на то, что в настоящее время данные автомобили модернизируются и становятся более универсальными, ценности компании в отношении продвижения своей продукции не поменялись. Покупателей, как и 70 лет назад, привлекают в автомобилях немецкого производителя многофункциональность, выдающиеся способности на бездорожье, компактная кабина и отличная приспособленность к работе с навесным оборудованием [7, с. 62-68].

У русскоязычных специалистов, занимающихся рекламной деятельностью ПАО КАМАЗ, также наблюдается тенденция к использованию эпитетов, например: *надежный*, *мощный* и *инновационный* [9]. Эти эпитеты подчеркивают качество, надёжность и технологический прогресс их продукции.

Организация «Tesla», продвигая свои новые грузовые электромобили “Tesla Semi” часто использовала в рекламных текстах такие эпитеты как: *high-tech* («высокотехнологичный»), *aerodynamic* («аэродинамичный»), *economical* («экономичный»), *safe* («безопасный») и *reliable* («надежный»). Это обусловлено тем, что сама идея создания электрогрузовиков предполагает то, что они будут безопасны для природы.

В настоящее время данная тенденция является весьма актуальной, поскольку многие люди по всему миру задумываются о том, какое влияние эксплуатация выбранных ими продуктов окажет на окружающую среду. Однако стоит также отметить, что потенциальные покупатели грузовиков “Tesla Semi” задумываются и о стоимости содержания автомобиля подобного класса. Поэтому американские маркетологи во время рекламных кампаний говорят о продукте как о высокотехнологичном и экономичном.

Кроме того, как показал анализ корпоративного сайта компании “Tesla”, подчеркивая положительные стороны компании для большего воздействия на

потребителя, маркетологи используют прилагательные в превосходной и сравнительной степенях. Приведем примеры:

- “*Attention to detail on all exterior surfaces makes Model S **the most aerodynamic production** car on Earth*” [10]. «Внимание к деталям всех наружных поверхностей делает Model S самым аэродинамическим серийным автомобилем на Земле».

- “*Model S Plaid has **the quickest acceleration** of any vehicle in production. Updated battery architecture for all Model S trims enables back-to-back track runs without performance degradation*” [там же]. «Model S Plaid имеет самое быстрое ускорение среди всех автомобилей в производстве. Обновленная архитектура аккумулятора для всех модификаций Model S позволяет проходить трассу без потери производительности».

- “*Autopilot's advanced safety and convenience features are designed to assist you with **the most burdensome parts** of driving*” [11]. «Расширенные функции безопасности и удобства автопилота разработаны для того, чтобы помочь вам с самыми трудоемкими частями вождения».

Обращение к прилагательным в превосходной степени, как к языковому средству моделирования имиджа американской компании, объясняется ценностями и установками американцев: материализм, наука и прогресс, конкурентность, индивидуализм.

Среди других языковых средств выразительности в трёх анализируемых языковых культурах были также отмечены метафоры и сравнения. Однако, согласно проведённому исследованию, американские PR-специалисты наиболее часто прибегают к использованию сравнений, чем их русские и немецкие коллеги, в то время как последние отдают предпочтение метафоре, как языковому методу создания имиджа. Проиллюстрируем вышесказанное примерами.

Так, руководитель организации “Tesla” во время продвижения грузовиков “Tesla Semi” неоднократно повторял следующую фразу: “*Tesla Semi are **elephants** that move like a cheetah. The power of the car is three times more than that of any other similar trucks on the market*” [12]. («Tesla Semi – это слоны, которые движутся как гепард. Мощность машины втрое больше, чем у любых других аналогичных грузовиков на рынке»).

В данном случае отчетливо прослеживается прием сравнения: И. Маск продвигает свою продукцию путем сравнения электрогрузовиков с мощными

слонами, которые в тоже время могут быть такими же быстрыми и маневренными как гепарды.

Как показали результаты сопоставительного исследования языковых средств, используемых при моделировании имиджа компании ПАО «КАМАЗ», русскоязычные маркетологи отдают предпочтение такому лингвистическому приёму, как метафора.

Интересно отметить, что метафора, как языковое средство моделирования имиджа, проявляется во многих областях профессиональной деятельности человека, в том числе и в политике. По утверждению отечественного языковеда Чудинова А.П, исследовавшего феномен политической метафоры, «яркой характерной особенностью идиостиля политика служат его метафоры. Метафора – это не только способ описания окружающей реальности, но и устойчивый инструмент ее осмысления через когнитивный механизм» [5, с. 184-197].

В качестве иллюстративного примера метафоры в рекламной деятельности ПАО «КАМАЗ» могут послужить выражение – «**Танки** грязи не боятся» – то есть в данном случае маркетологи предприятия использовали метафору путем замены слова «грузовик» на танк [13]. Таким образом, они намеревались создать у покупателя ассоциации между мощной военной техникой и грузовиком, которому также может преодолевать большие расстояния в весьма сложных условиях, к которым можно отнести труднопроходимые участки дорог.

Другой пример использования метафоры в рекламных текстах русскоязычной транспортной компании прослеживается в названии кранов отечественного производителя – *кран-манипулятор* или кратко *манипулятор*: «**Многофункциональный кран-манипулятор Kanglim KS735 на базе шасси КамАЗ 4308 предназначен для погрузки и транспортировки груза к месту назначения**» [14].

Что касается немецкоязычных PR-специалистов, следует отметить, что согласно проведенному исследованию контента рекламных текстов, а также корпоративного сайта “Mercedes-Benz”, немецкие маркетологи также, как и их русские коллеги отдают предпочтение метафоре. Однако, наблюдается разница в распределении акцентов: если отечественные производители подчеркивают надёжность и мощность своих транспортных средств, что связано с климатическими и географическими особенностями России, то немцы стремятся подчеркнуть мастерство своих специалистов-производителей, доведённое до перфекционизма, а также надёжность и инновации, что объясняется особенностями их национально-

культурного наследия. При описании ценностных ориентиров немецкой молодёжи известный немецкий культуролог Н. Bausinger описал в одной из своих работ «типично немецкие ценности и качества, в которых ведущие позиции заняли такие ценности, как *Zuverlässigkeit* («надежность»), *Ordnung* («порядок»), *Fleiß* («прилежание»), *Perfektion* («перфекционизм»), *Pünktlichkeit* («пунктуальность») [18, s. 30].

Обратимся к примерам, иллюстрирующим использование метафоры в рекламной кампании немецкого производителя “Mercedes-Benz”:

• «*Mercedes-Benz – король дороги*» (где автомобиль сравнивается с королем, подчеркивая его достоинство и власть) [15].

• «*Mercedes-Benz – олицетворение роскоши*» (где автомобиль считается живым воплощением роскоши и изыска) [16].

• «*Mercedes-Benz – звезда на дорогах*» (где звезда сравнивается с автомобилем, подчеркивая его престиж и беспрецедентную популярность) [17].

В результате сопоставительного анализа нами были выявлены как общие, так и специфические закономерности использования языковых средств.

Преобладающим типом языковых приемов в русском, американском и немецком рекламном дискурсе являются эпитеты. На их долю приходится 76% случаев использования языковых приемов в русскоязычном дискурсе и 83% – в англоязычном и 74% единиц – в немецком. Анализ материала свидетельствует о том, что американские имиджмейкеры шире используют другие средства выразительности, в частности сравнения и прилагательные в превосходной степени. Результаты проведённого сопоставительного исследования лингвистических способов моделирования имиджа русской компании ПАО «КАМАЗ» и немецкой организации “Mercedes-Benz” показали, что немецкие маркетологи, также как и их русские коллеги, отдают предпочтение метафоре, как основному средству выразительности в рекламных текстах транспортно-логистического предприятия.

В аксиологическом плане для трёх наций характерно обращение к таким ценностям и установкам, как надёжность и безопасность, прогресс и инновации. При этом стоит подчеркнуть разницу в распределении акцентов: с одной стороны, при моделировании имиджа американского перевозчика в английском языке широко используются прилагательные в превосходной степени, которые практически не представлены в русском дискурсе; с другой стороны, особенности мышления немецкоязычных PR-специалистов прослеживаются в наличии лингвистических

приёмов, в частности метафоры, которая наиболее ярко отражает специфику менталитета и ценностных ориентиров немецких имиджмейкеров.

Перспективы дальнейшего исследования связаны с рассмотрением терминологий и разноязычных текстов в конкретных профессиональных областях в русле лингвоимиджелогии – в частности, описанный подход может быть использован при исследовании экологического дискурса в разноязычных международных предприятиях.

Список литературы

1. Ухова Л.В. Эффективность рекламного текста: монография. Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2012 393 с.
2. Кадачигова Д.С. Формирование в СМИ положительного имиджа региона (на примере Камчатского края): специальность 10.01.10 «Журналистика»: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Кадачигова Дарья Сергеевна, 2020. 171 с. EDN CCKZEV.
3. Чернышева А.В., Борчашвили Т.Д. Реклама как способ формирования имиджа организации. Гуманитарный вестник, 2021, вып. 5. URL: <http://dx.doi.org/10.18698/2306-8477-2021-5-743> дата обращения (03.01.2024).
4. Юдина Н.В. РФ vs. США в XXI веке: проект лингво-политического портрета (на материале русскоязычной дискурсивной практики) / Н. В. Юдина // Магия ИННО: интегративные тенденции в лингвистике и лингводидактике: сборник научных трудов, Москва, 22-23 марта 2019 года. Том 1. Москва: Московский государственный институт международных отношений.
5. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000): монография. Екатеринбург, 2001. 238 с.
6. Щитова Д.А. Лингвистическое моделирование имиджа в политическом дискурсе (на материале концепта Вооруженная борьба): специальность 10.02.01 «Русский язык»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Д.А. Щитова. Томск, 2014. 23 с. EDN ZPLKXK.
7. Стрельникова Е.С. Реклама как объект изучения в современной лингвистической литературе // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2018 №5. С. 62-68.
8. Лилимберг С.И., Панина Г.В. Организация рекламной деятельности предприятия. Учебное пособие по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, 38.03.02 Менеджмент. Костанай: Костанайский филиал ФГБОУ ВО «ЧелГУ», 2020. 112 с.

Список источников

9. Инструкции и ответы на вопросы. URL: https://rudevice.ru/stati/pervyy-v-mire-kamaz-sedan-sovmeschenie-komforta-i-gruzopodemnosti?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.ru%2F дата обращения (03.01.2024).
10. Tesla. Model S. URL: <https://www.tesla.com/models> дата обращения (03.01.2024).
11. Tesla. Model 3. URL: <https://www.tesla.com/model3> дата обращения (03.01.2024).
12. Trans. Info. URL: <https://trans.info/first-tesla-semi-finally-delivered-to-pepsi-31602> дата обращения (03.01.2024).

13. Дзен. Статьи. URL: <https://dzen.ru/a/XAt6UCPUFACrKlDO> дата обращения (03.01.2024).
14. Анкор. Аренда манипулятора. Манипулятор КАМАЗ 1476. URL: <https://arenda-manipulatorov.ru/%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%BF%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%8B/%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%B0%D0%B7/%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%BF%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%82%D0%BE%D1%80-1476/> дата обращения (03.01.2024).
15. Мерседес – король дороги. URL: <https://na-mercedes.ru/mercedes-korolj-dorogi/> дата обращения (03.01.2024).
16. Автомаркетолог. Профессиональное сообщество. URL: <https://automarketolog.ru/mercedes-benz-sproetsiroval-filosofiyu-sovremennoj-roskoshi-na-otel-i-yahtu/> дата обращения (03.01.2024).
17. Mercedes-Benz E-Class. URL: https://www.drive2.ru/r/mercedes/e_class/592900926113586452/ дата обращения (03.01.2024).
18. Bausinger H. Typisch deutsch. Wie deutsch sind die Deutschen? München, 2005. S. 30.

ПРИКЛАДНАЯ И МАТЕМАТИЧЕСКАЯ ЛИНГВИСТИКА

УДК 811.161.1

Рябухин В.И., Зарубин А.М., Новоселецкий Д.В., Невзоров Н.Ю., Дьяконов Н.С. Значение пунктуации для современных носителей русского языка (на материале переписки пользователей сети интернет)

Рябухин Вячеслав Ильич

студент бакалавариата группа ТиТ-1-21, ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», г. Волгоград
slava1-01@inbox.ru

Зарубин Александр Михайлович

студент бакалавариата группа ТиТ-1-21, ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», г. Волгоград
zarubin.74@mail.ru

Новоселецкий Дмитрий Владиславович

студент бакалавариат группа ТГВ-1-20, ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», г. Волгоград
Novoseleckiidv@mail.ru

Невзоров Никита Юрьевич

студент бакалавариата ТиТ-1-22, ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», г. Волгоград
nnevzorov5596@gmail.com

Дьяконов Никита Сергеевич

студент бакалавариата ТиТ-1-22, ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», г. Волгоград
diakonovnikita@mail.ru

Научный руководитель Латышева Мария Александровна

Кандидат филол. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», г. Волгоград

The meaning of punctuation for modern native speakers of the Russian language (based on the correspondence of Internet users)

Ryabukhin Vyacheslav Ilyich

students group TiT-1-21, Volgograd State Technical University, Volgograd

Zarubin Alexander Mikhailovich

students group TiT-1-21, Volgograd State Technical University, Volgograd

Novoseletsky Dmitry Vladislavovich

students group TGV-1-20, Volgograd State Technical University, Volgograd

Nevzorov Nikita Yurievich

students group TiT-1-22, Volgograd State Technical University, Volgograd

Dyakonov Nikita Sergeevich

students group TiT-1-22, Volgograd State Technical University, Volgograd

Scientific adviser Latysheva Maria Alexandrovna

Candidate of Philology, Associate Professor, Volgograd State Technical University
Volgograd

Аннотация. В данной статье описывается роль пунктуации в рамках современного русского языка. Дана краткая характеристика системы пунктуации в русском языке, выделены ее основные функции. Во введении перечислены фамилии современных ученых, занимавшихся исследованием вопросов, связанных с использованием знаков препинания в рамках современного русского языка. Обоснована актуальность исследования, проводимого в статье. Автор статьи также указывает цель и методы исследования. На основе практического материала, отобранного методом сплошной выборки в сети Интернет, автор проводит анализ использования современными носителями русского языка десяти знаков препинания с точки зрения соблюдения норм их использования либо расхождения с данными нормами. Рассматривается использование современными носителями русского языка таких знаков препинания, как точка, точка с запятой, двоеточие, тире, многоточие, запятая, скобки, дефис, кавычки, индивидуально-авторские знаки препинания. На основе проведенного исследования в заключении формулируются выводы.

Ключевые слова: пунктуация, современный русский язык, знаки препинания, точка, запятая, точка с запятой, двоеточие, многоточие, тире, скобки, дефис, кавычки, индивидуально-авторские знаки препинания.

Abstract. This article describes the role of punctuation in the modern Russian language. A brief description of the punctuation system in the Russian language is given, its main functions are highlighted. The introduction lists the names of modern scientists who have been researching issues related to the use of punctuation marks in the modern Russian language. The relevance of the research conducted in the article is substantiated. The author of the article also indicates the purpose and methods of the study. Based on practical material selected by the continuous sampling method on the Internet, the author analyzes the use of ten punctuation marks by modern native speakers of the Russian language in terms of compliance with the norms of their use or discrepancies with these norms. The use of punctuation marks such as dot, semicolon, colon, dash, ellipsis, comma, brackets, hyphen, quotation marks, and individual author's punctuation marks by modern native speakers of the Russian language is considered. Based on the conducted research.

Keywords: punctuation, modern Russian language, punctuation marks, period, comma, semicolon, colon, ellipsis, dash, parentheses, hyphen, quotation marks, individual author's punctuation marks.

Введение

Пунктуация в современном русском языке характеризуется двумя основными аспектами. С одной стороны, она является достаточно устойчивой системой, выполняющей три основные свои функции в языке: функцию отделения, выделения

и завершения. С другой стороны, русскую пунктуацию отличают такие свойства, как гибкость, мобильность, способность чутко улавливать «веяния времени» и «реагировать» на стилистические нововведения [1].

Система пунктуации в современном русском языке характеризуется наличием больших возможностей для ее пользователя в плане пунктуационного оформления выражений с точки зрения их смыслового и стилистического разнообразия [2]; [3]; [5].

Современные правила русской пунктуации соответствуют нормам, которые были установлены в середине XX столетия (1956 г.) Министерством высшего образования Советского Союза. Это было вызвано необходимостью, поскольку в тот период отсутствовали пунктуационные стандарты в русском языке [4].

В отечественном языкознании на современном этапе его развития проблемами пунктуации занимались такие специалисты, как Е.В. Брусницына (2010), Е.И. Елькина (2017), Н.Г. Блохина (2019), А.Д. Гаврилов (2021), А.И. Авдина (2023) и др. На основе изучения работ указанных авторов можно сделать заключение, что, с одной стороны, в современном русском языке наблюдается тенденция к использованию нерегламентированной (так называемой «авторской») пунктуации в текстах [3]. С другой стороны, как отмечает А.Д. Гаврилов, довольно частым явлением в настоящее время можно назвать «пренебрежительное отношение со стороны современных носителей русского языка к нормам постановки знаков препинания в сети Интернет» [4, с. 5]. Эти противоречивые явления, возникшие за последние годы в системе современного русского языка, обуславливают актуальность нашего исследования.

Цель исследования

Цель данной статьи заключается в описании особенностей использования знаков препинания на письме современными носителями русского языка. Материалом исследования послужили примеры пунктуационного оформления текста русскими пользователями сети Интернет (в возрасте от 14 до 30 лет), отобранные методом сплошной выборки на различных онлайн-ресурсах и чат-платформах таких социальных сетей, как Одноклассники, ВКонтакте (за период 2023– начало 2024 гг.).

Общий объем исследовательского материала составил 80 единиц примеров.

Отбор практического материала для исследования позволил отметить серьезную тенденцию, наблюдаемую в русской пунктуации на современном этапе ее развития: современные носители русского языка все чаще демонстрируют пониженный уровень общей языковой грамотности и, как следствие, пренебрежение

знаками препинания на письме. Было выявлено, что люди допускают ряд неточностей в расстановке знаков препинания, либо пропускают их, либо ставят не те знаки, которые необходимы, и не в положенном для данных знаков месте, что также может объясняться стремлением человека ускорить процесс выражения собственных мыслей и недостатком свободного времени.

Методы исследования

В ходе данной работы нами использовались следующие методы исследования:

- описательный метод;
- сравнительно-сопоставительный метод;
- метод сплошной выборки;
- лингвистический метод.

Результаты исследования

В рамках современной русской системы пунктуации существует десять знаков препинания: точка, запятая, точка с запятой, двоеточие, многоточие, скобки, кавычки, тире, вопросительный знак, восклицательный знак.

Как показали результаты нашего исследования, тексты современных носителей русского языка часто характеризует наличие расхождений с пунктуационными нормами, появление новых видов синтаксических построений, поверхностное отношение к функциональной значимости знаков препинания.

Точка. Ключевой функцией данного знака препинания является обособление текста на отдельные законченные высказывания, обозначение конца повествовательной конструкции. В настоящее время использование точки на письме у современных русских людей, особенно у представителей молодого поколения, бывает двояким: как показывают результаты исследования, с одной стороны, она (точка) может иногда быть не поставлена в конце предложения; с другой стороны, точкой может быть отмечено каждое слово внутри одной фразы / предложения, например: *Я. Люблю. Тебя.* В последнем случае можно говорить о намеренном использовании человеком приема парцелляции с целью повышения стилистической выразительности текста.

Точка с запятой. Частота употребления этого знака препинания достаточно снижена на современном этапе развития русского языка. Как правило, к использованию данного знака прибегают авторы научных работ, монографий, писатели при построении распространенных сложных конструкций с рядом речевых оборотов, оформленных подчинительной связью. В повседневной переписке

носители русского языка в принципе не используют сложных распространенных предложений, а, напротив, стремятся к максимальной сжатости и емкости фраз. Точка с запятой обычно у молодых пользователей сети Интернет используется в качестве не пунктуационного, а графического знака, который в соединении с круглой скобкой представляет собой одно из изображений «смайлика». Пример: *Привет! ;)*

Двоеточие. Этот знак препинания также представляет собой редкое явление в письменной речи россиян в настоящее время по двум причинам. С одной стороны, в силу недостаточной пунктуационной грамотности, с другой стороны, по причине синтаксического обеднения, наблюдаемого в письменных текстах современных носителей русского языка, что приводит к утрате стремления строить фразы, выполняющие пояснительно-разъяснительные функции (присущие двоеточию), оформляемые двоеточием. Поэтому двоеточие часто заменяет тире. Например: *Все – и мужчины, и женщины, человеки* (фрагмент комментария пользователя Интернет-сетей).

Тире. Выполняет на письме две основные функции: выделительную и разделительную. Используется при необходимости обозначить пропуск, пояснить что-либо. Пример: *Если б русские – да какой там – сами врачи в России доверяли системе здравоохранения...* (фрагмент комментария пользователя Интернет-сетей).

Многоточие. В настоящее время наблюдается активное употребление россиянами данного знака препинания. Традиционной функцией этого знака является указание на прерванность, незавершенность мысли / речи (говорящим либо пишущим). На данный момент в качестве дополнительных функций многоточия выступают скрытый подтекст, неожиданное использование этого знака в середине фразы / предложения с целью достичь того или иного эффекта экспрессивности выражения и т.д. Пример: *Эй, ты тут...* (фрагмент переписки в чате).

Запятая. Двумя основными функциями запятой являются функция выделения и функция разделения текста на отдельные интонационно-значимые фрагменты. В настоящее время наблюдается достаточно высокая частотность использования запятой (часто вместо других знаков препинания, таких, как тире, двоеточие и др.). При этом людьми допускается большое количество ошибок, связанных с расстановкой запятых: запятые часто ставятся там, где они не нужны, и, наоборот, люди пропускают постановку запятой в необходимом для этого месте в тексте. Примеры: *Сказала что это ни к чему не приведет; Уйди, тебе, говорю!*

Скобки. Основными функциями скобок являются функции дополнения, замечания, пояснения какой-либо мысли пишущего. На данный момент фиксируется

возрастание частотности использования скобок на письме, особенно это явление наблюдается в статьях различных масс-медиа, поскольку их авторы часто прибегают к применению различных вставных конструкций, требующих оформления скобками. Пример: *Братан (ты ж братан мне), приветуха!*

Дефис. Основной функцией дефиса является функция объединения, соединения как различных частей слова, так и отдельных лексических единиц. В настоящее время дефис все чаще употребляется в иных функциях, которые ему не свойственны, например: *Дети-кошки-хомячки.*

Кавычки. Основная функция кавычек – выделительная (чужой речи, чужого мнения, названий организаций, марок, брендов и т.д.). В настоящее время кавычки также часто используются в качестве выделения какого-либо слова для выражения негативной оценки автора по поводу кого-либо / чего-либо, например: *Ох, уж эти «звезды» (эстрады).*

Индивидуально-авторские знаки препинания. Такие знаки препинания также имеют место быть в современной русской системе пунктуации [2]. Пишущий в данном случае руководствуется не традиционными правилами пунктуации, используя тот или иной пунктуационный знак, а собственными целями и задачами, поставленными им при составлении текста. Такие знаки препинания носят название авторского идиостиля и, таким образом, приобретают стилистическую индивидуальность. Пример: *Ты можешь найти меня в группе – по нашим общим с тобой интересам.*

Заключение

На современном этапе развития русского языка последний претерпевает значительные трансформации. Данные изменения также коснулись и системы пунктуации. Проведенный нами анализ исследовательского материала показал, что письменное общение современных русских людей обладает своими особенностями и «нормативами». С одной стороны, традиционные нормы пунктуации россиянами часто пренебрегаются, с другой стороны, используются собственные, индивидуальные знаки препинания, которые в основном выступают в качестве выражения различных эмоций. Недостаток корректного пунктуационного оформления текста в ряде случаев становится помехой к его пониманию. Поэтому, по нашему мнению, россиянам необходимо повышать пунктуационную грамотность, поскольку корректное понимание текста ведет к установлению более доверительных отношений между людьми.

Список литературы

1. Авдина А.И. Пунктуация современного русского языка. Челябинск: Южно-Уральский научный центр РАО, 2023. – 77 с.
2. Блохина Н.Г. Взаимодействие синтаксиса и пунктуации. Сто вопросов и сто ответов. Тамбов: Издательский дом «Державинский», 2019. – 104 с.
3. Брусницына Е.В. Нерегламентированная пунктуация в аспекте актуальных синтаксических процессов // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 4 (185). – С. 38–42.
4. Гаврилов А.Д. Сопоставительное изучение пунктуации в сетевом газетном заголовке: к постановке проблемы // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2021. №3 (112). – С. 3–8.
5. Елькина Е.И. Значение пунктуации в современном русском языке. – Садогадское: изд-во ФКПОУ «Кунгурский техникум-интернат», 2017. – 29 с.

ЛИТЕРАТУРА НАРОДОВ СТРАН ЗАРУБЕЖЬЯ

УДК 82-32

Никанорова Е.И., Шепелева А.А. Особенности символики в рассказе Кэтрин Мэнсфилд «The singing lesson» («Урок пения»)

Никанорова Екатерина Игоревна

старший преподаватель кафедры европейских языков и методики их преподавания
Нижегородский Государственный Педагогический университет им. Козьмы Минина
РФ, г. Нижний Новгород
ek.nickanorova2018@yandex.ru

Шепелева Анастасия Алексеевна

студентка 3 курса кафедры европейских языков и методики их преподавания
Нижегородский Государственный Педагогический университет им. Козьмы Минина
РФ, г. Нижний Новгород
anastasiya.shepeleva.03@mail.ru

Features of symbolism in the short story "The singing lesson" by Katherine Mansfield

Nickanorova Ekaterina Igorevna

Senior Lecturer at the Department of European Languages and Teaching Methods
Nizhny Novgorod State Pedagogical university n. a. Kozma Minin, Russia, Nizhny Novgorod

Shepeleva Anastasia Alekseevna

Student at the Department of European Languages and Teaching Methods
Nizhny Novgorod State Pedagogical university n. a. Kozma Minin, Russia, Nizhny Novgorod

Аннотация. В статье рассматриваются особенности и отличительные черты символики английской писательницы Кэтрин Мэнсфилд на примере её рассказа «The singing lesson» («Урок пения») (1920). Проведён анализ и интерпретация основных символов рассказа, что помогло установить взаимосвязь между сюжетом и основными персонажами. Показано, что выбранные символы в полной степени раскрывают характер главных героев и передают настроение всего рассказа. Представлены результаты подробного изучения цветовой, именной, бытовой, природной и другой символики рассказа. Новизна исследования связана с тем, что рассмотренные символы показаны как неотъемлемые детали содержания, выявляющие своеобразный «комплекс» отличительных черт, присущих творчеству Кэтрин Мэнсфилд.

Ключевые слова: Кэтрин Мэнсфилд, символизм, цвет, «Урок пения».

Abstract. The article examines the peculiarities and distinctive features of the symbolism of the English writer Katherine Mansfield using the example of her short story "The singing lesson" (1920). The analysis and interpretation of the main characters of the story was carried out, which helped to establish the relationship between the plot and the main characters. It is shown that the selected characters fully reveal the personality of the main characters and convey the mood of the whole story. The results of a detailed study of the color, personal, household, natural and other symbols of the story are presented. The novelty of the study is due to the fact that the considered symbols are shown as integral

parts of the content, revealing a kind of "complex" of distinctive features inherent in the work of Katherine Mansfield.

Keywords: Katherine Mansfield, symbolism, color, "The singing lesson".

Кэтрин Мэнсфилд (1888–1923) — выдающаяся писательница-символистка, одна из ключевых фигур английского модернизма [1, с. 1]. Ее вклад в развитие жанра «short story», переосмысление малого прозаического жанра как такового, глубокие размышления и виртуозная игра символами привлекают внимание исследователей и читателей со всего мира. Как подмечает Т. Б. Кузёма, Кэтрин Мэнсфилд очень трепетно относилась к каждому слову в своих текстах и обдумывала их дальнейшее воздействие на читателя посредством использования выразительных средств и стилистических приемов, тем самым добиваясь эмоциональной выразительности, простоты, современности в восприятии ее прозы [2, с. 4]. По словам Т.Н. Красавченко, писательница носит почетное, пусть и противоречивое звание «английского Чехова» за нескрываемое влияние русского писателя на творчество женщины [3, с. 1].

Художественные образы в произведениях автора являются фундаментом, на котором строится описание внешнего и внутреннего миров главных героев. Именно поэтому символизм произведений Кэтрин Мэнсфилд представляет глубокий исследовательский интерес.

Цель данной научной статьи — провести анализ и интерпретацию символов, присутствующих в произведении, для того, чтобы глубже понять авторский замысел и выявить влияние образов на развитие сюжета и раскрытие персонажей. Для подробного рассмотрения был взят рассказ «Урок пения».

Через интерпретацию произведения ставится задача раскрыть своеобразие эпоса Кэтрин Мэнсфилд в его особом языке — языке символов. Данный язык позволяет не только наиболее полно передать внутренние мысли и эмоции героев, но и является ключом к пониманию их взаимоотношений и динамики.

В качестве теоретической базы статьи следует отнести различные определения слова «символ». По мнению С.С. Аверинцева, в широком смысле «символ» представляет собой некий образ, взятый в аспекте своей знаковости и наделенный многозначностью образа» [4, с. 378].

Аналогичную точку зрения в свое время высказывал и В. Е. Красовский. В его работе «Большая литературная энциклопедия» символ — это «многозначный иносказательный образ, основанный на подобии, сходстве или общности предметов и явлений жизни. В символе может быть выражена система соответствий между разными сторонами действительности (миром природы и жизнью человека,

обществом и личностью, реальным и ирреальным, земным и небесным, внешним и внутренним)» [5, с. 634].

Ю. М. Лотман представлял символ (от греч. *symbolon* — «знак», «признак», «сигнал») как особый знак и считал, что его значение представлено в некотором знаке другого ряда или другого языка [6, с. 191]. В работах Дж. Холлиса символ определяется как «максимально возможное выражение некоей сущности [7, с. 176]. М. Ч. Ларионова пришла к выводу, что символ объединяет разные знаковые системы и культурные модели [8, с. 97]. Символ обладает удивительной способностью превращаться и приспосабливаться к различным культурным контекстам той или иной эпохи. В этом случае, символу присваиваются новые значения, которые являются отражением конкретной культуры [9, с. 16].

Стоит отметить, что в творчестве Кэтрин Мэнсфилд наиболее глубоко отразилась исполненная драматизма судьба поколения конца XIX — начала XX в. В произведениях писательницы проявились нестандартные подходы к изображению человека: вместо ярких и исключительных характеров, она представила простых, незамысловатых героев, живущих в обычных, естественных условиях [10, с.1]. Её внимание сосредоточено на обыденных, незначительных событиях и фактах.

Писательницу интересуют такие темы, как одиночество «маленького человека», его отчуждение от большого мира, а также отличительная особенность английского характера — боязнь в полной мере дать волю эмоциям, которую выдающийся британский писатель и эссеист Э.М. Форстер образно охарактеризовал как «неразвитое сердце» (*undeveloped heart*) [11, с. 4]. Отдельно стоит подчеркнуть, что внимание, уделяемое Кэтрин Мэнсфилд «неразвитому сердцу» англичан, их привычке подавлять собственные душевные порывы, некоторые исследователи называют особым «новаторством» писательницы. Данная особенность подчеркивается и в произведении «Урок пения» — истории о преподавательнице музыки, которая сдерживала свои эмоции на работе, хотя внутри у нее «бушевал огонь» из-за письма жениха.

Отсутствие экспозиции позволяет писательнице с первой же фразы произведения («*With despair—cold, sharp despair—buried deep in her heart like a wicked knife...*» — «С отчаянием — холодным, острым отчаянием, — вонзившимся глубоко в ее сердце, как злой нож...» [12, с. 201]) погрузить читателя в напряженную, тревожную атмосферу рассказа. Усилить данный эффект помогает символ — злой нож (*wicked knife*). Словосочетание слов «*wicked*» и «*knife*» не является устойчивым выражением или традиционной парой «прилагательное + существительное», и изучение

семантического значения данного символа предлагается исследователям для дальнейшего рассмотрения в научных работах.

Символичным можно считать и само название рассказа — «The singing lesson» («Урок пения») потому, что именно он полно резонирует с эмоциональным состоянием Мисс Мэдоуз. Когда преподавательница пребывала в отчаянии и печали, классу было задано петь похоронную песню «Lament» (в пер. «плач, скорбь») [13]. Но когда главная героиня выяснила, благодаря письму жениха, что их помолвке — быть, и случилось недоразумение, класс начал петь произведение про весну, что полностью отражало ликование и восторг героини. По итогу, название рассказа и сам символ урока выполняют ведущую семантическую функцию. Соприсутствие полярных произведений особенно заостряет контраст между эмоциональными состояниями Мэдоуз.

Кроме того, природные условия за окном тоже являются носителями семантической функции. В рассказе создана поздняя осень. Данное время года передается через такие маленькие моменты как: реплика учительницы химии («Isn't it cold? It might be winter.» — «На улице холодно, не так ли? Это должно быть зима.»); упоминание, что «the willow tree <...> all its leaves gone, save for a few tiny ones» — «ивы сбросили листья, и остались лишь очень маленькие»; использование словосочетания «Autumn morning» («осеннее утро») в начале произведения. Как упоминает в своей книге «Dictionary of Literary Symbols» Михаэль Фербер осень имеет два аспекта: она завершает лето и предвосхищает зиму, празднует сбор летнего урожая и оплакивает уход года; осень — метафора фазы зрелости или среднего возраста в жизни человека [14, с. 29]. Таким образом, осенняя погода — «большие капли дождя» («big spots rain»), ветер, легкий морозец (Science mistress говорит главной героине — «you look frozen» — «ты выглядишь замерзшей»), выступает как олицетворение переживаний, тревоги и смятения в душе Миссис Мэдоуз.

Интересен и возраст героини — 30 лет. Если брать во внимание культурно-исторический аспект (действие происходит предположительно в конце 19 — начале 20 веков), то если женщина в 30 лет останется без мужа, — она получит клеймо «старой девы», что не может не сказаться на качестве ее жизни. То есть осень также олицетворяет переходный период в жизни главной героини, когда она осознает свое старение и утрату молодости. Как осенние деревья сбрасывают листья, так и главная героиня чувствует свою утрату и пустоту после письма своего возлюбленного. Большие капли дождя, подобны слезам, и символизируют несчастливые моменты жизни [14, с. 165].

Не случаен в данном контексте и выбор деревьев за окном — плакучие ивы. В целом, символ ивы имеет широкий спектр значений. Например, радость весны. Однако это значение не подходит из-за того, что, во-первых, в произведении четко указывается поздняя осень, и во-вторых, ивы упоминаются в начале рассказа, где о радости не может быть и речи. Поэтому значение ивы как символ утраты, скорби и печали следует рассматривать как наиболее подходящее [15, с. 4]. Действительно, ива, со своими «тоскливо» свисающими длинными ветвями, создает впечатление согнувшейся точно от боли или глубокого внутреннего страдания, «плачущей» [16, с. 2].

Таким образом, погода служит средством символического выражения эмоциональных состояний и тематических идей в рассказе «Урок пения». Этот образ погоды отражает внутреннее состояние главной героини и передает ее чувство подавленности и расстройств.

Войдя в класс, Мэдоуз дала 2 характерных удара дирижерской палочкой для создания тишины. Эти удары упоминаются два раза, но с разными прилагательными: «sharp» («резкий») в начале рассказа, когда героиня была в отчаянии, и «light» («слабый») в конце, когда она почувствовала себя лучше. Примечательно и число ударов — два. Анализ мифопоэтики числа позволит дать возможную интерпретацию числа. «Двойка» — союз мужчины и женщины, единство противоположностей. Однако, число «два» также символизирует неопределенность, контраст соединения положительных и отрицательных качеств [17, с. 2]. Таким образом, это действие резонирует с внутренним ощущением Мисс.

Помимо этого, примечателен символизм предмета, которым совершались эти удары. Дирижерская палочка («baton») — основной инструмент, который занимает главенствующее положение в оркестре и означает символ власти [18, с. 2]. При прочтении рассказа можно проследить, что Мисс Мэдоуз постоянно держит в руках дирижерскую палочку и не кладет ее на стол или в футляр. Из этого следует, что главная героиня действительно привязана к данному предмету, — с помощью палочки она стремится сохранить свой авторитет, отделяет ей границы между собой и своими ученицами, собой и окружающим миром. Из-за первого упомянутого в рассказе письма героиня будто начинает быть уязвимой и отверженной от всего мира.

Следует добавить, что особого внимания при анализе заслуживает и традиция дарения желтой хризантемы Мисс Мэдоуз. Вручала цветок обычно Мэри Бизли, любимица главной героини. Однако в день повествования Мэри была проигнорирована преподавательнице («Miss Meadows totally ignored the

chrysanthemum, made no reply to her greeting»); она была не готова к такой неожиданной реакции, и в ее глазах застыли слезы («the tears stood in her eyes»). Отметим, что цветок в то время для англичан значил больше, чем для любого другого европейца, и использовался не только как лекарственное средство или средство питания, но и для общения между собой. Особую популярность «язык цветов» приобрел в Викторианскую эпоху, а некоторые цветы и до сих пор сохранили свои символические значения [19, с. 1]. Хризантема (в переводе с греческого «khrusos anthemon» — золотой цветок) была выбрана Мэнсфилд неслучайно. Кратко заметим, что желтая хризантема была доставлена в Англию из Китая в 1846 и 1861 годах, и после выведения новых интересных сортов приобрела распространенность, так что одной из причин использования цветка, должно быть, выступает видимая популярность [20, с. 95]. В Азии, откуда хризантема родом, она является символом солнца, дающего жизнь всему на земле. Японцы изображают этот цветок, как одноцветковый цветок с 16 лучами, символ божественной власти. В стране эти цветы считают знаком «долголетию и счастья». В другой интерпретации цветы символизируют личностный рост, вызванный нуждой или конфликтом, в результате чего появляется личность, которая сильнее предыдущей и которая лучше узнала себя [21, с. 7].

Галерея флористических образов рассказа не отличается разнообразием, поэтому в довершении к остальным символам данной категории следует отметить розу в петлице костюма Бэзила («a rose in his buttonhole»). По наблюдениям Дж. Купера, роза — очень сложный амбивалентный символ, так как имеет большое количество смыслов, зависящих от цвета и состояния. Она символизирует и небесное совершенство, и земную любовь, время и вечность, жизнь и смерть, плодородие [22, с. 354]. Выделяют также ещё один ряд важных значений флорообраза — символ весны, поры желаний и любви, символ красоты [23, с. 148]. Роза находилась в петлице костюма жениха в день последней очной встречи возлюбленных, далее их общение велось лишь по письмам. Предположительно таким образом в этой части рассказа Кэтрин Мэнсфилд иронизирует и подчеркивает, что, когда мисс Мэдоуз и Бэзил виделись в последний раз, ничего не предполагало изменений в отношении жениха к невесте.

Талант Кэтрин Мэнсфилд раскрывается и в умелом использовании авторских цветочных метафор, что придает произведению особую семантическую глубину и уникальность. Цветочные метафоры мира рассказа «Урок пения» хоть и не отличаются

широкой палитрой, но помогают подчеркнуть настроение, эмоции или же передать скрытые смыслы.

Анализ текста показывает, что наиболее частотным в данном произведении является голубой, синий цвет (упоминается 3 раза). Основной языковой номинацией голубого служит прилагательное «blue». Например, «blue eyes» («голубые глаза», *A little girl in blue* («маленькая девочка в голубом»), *blue suit* («голубой костюм») [12, с. 201, 207].

Немецкий исследователь Г. Браэм пишет в своем издании «Психология цвета» (2009), что синий цвет воздействует на нервный центр *Vagus*, который, в свою очередь, оказывает успокаивающее влияние на все физические процессы, происходящие в организме. Одним словом, по Г. Браэму, физиологическое воздействие синего цвета на человека – успокоение. Что касается психологического воздействия синего цвета, то ключевое слово – удовлетворение [24, с. 52].

В английской культуре со времен Дж. Чосера синий цвет символизирует верность [25, с. 2].

В словосочетании «blue eyes» («голубые глаза»), которое идет в сочетании с «*sugary smile, sweet, pale, like a honey*» («слащавая улыбка; сладкая, бледная, как мёд»), учительница химии, — образ спокойной, цветущей женщины, — противопоставляется главной героине, чтобы подчеркнуть, острее выразить беспокойное, тревожное состояние героини. Таким образом, глаза являются репрезентом личности героини, а также дополняют портретный образ [26, с. 1].

В словосочетании «*a little girl in blue*» синий цвет предположительно выступает для олицетворения девушки, как вестника спокойствия, потому что именно «девочка в голубом» принесла Миссис Мэдоуз розовый конверт с хорошими новостями, которые полностью изменили ее внутреннее состояние.

Следующее словосочетание с «blue» — «*blue suit*» («голубой костюм»). В таком костюме Бэзил виделся с миссис Мэдоуз в последний раз. В сочетании с розой в петлице, которая упоминалась ранее, можно предположить, что писательница снова пытается применить иронию и использовать значение спокойствия голубого цвета, чтобы подчеркнуть, что в последнюю встречу ничего не говорило о том, что Бэзил собирается расстаться со своей возлюбленной.

Приведем примеры применения автором розового цвета, языковой номинацией которого служит прилагательное *pink*. Например, «*with bobbing pink faces*» [12, с. 202], «*a pink envelope*» [12, с. 208]. Как утверждает Б. А. Базыма, розовый можно описать как светлый, малонасыщенный красный цвет. Эмоциональными

значениями розового цвета, таким образом, можно считать «активные, положительные, поверхностные переживания типа легкой радости, повышенного настроения, чувства беззаботности». В своих работах Базыма также считает возможным, что именно благодаря этим значениям розового, возникла поговорка, «смотреть на мир сквозь розовые очки» [27, с. 50]. Из этого можно предположить, что Мэнсфилд сделала конверт розовым, чтобы передать метафору того, что после прочтения письма главная героиня снова надевает свои «розовые очки», и у нее в жизни всё налаживается.

Словарная дефиниция данного прилагательного в Кембриджском словаре ассоциирует красный цвет со злостью, стыдом, смущением, кровью (например, «Her face was red with anger.» — ее лицо стало красным от злости) [13]. В рассказе слово «red» используется только один раз для описания руки девочки, которая позвала мисс Мэдоуз к директрисе, которая впоследствии даст розовый конверт — «the silver bangle on her red little wrist» («серебряный браслет на ее маленьком красном запястье»). В сочетании с такими фразами как: «A little girl in blue walked fussily up the aisle, hanging her head, biting her lips» («Маленькая девочка в голубом суетливо шла по проходу, опустив голову и кусая губы»), красный выступает как символ натертости руки от волнения (крутила браслет). Также в произведении упоминается оттенок красного — пунцовый: «The older girls were crimson» («Старшие девочки были пунцовыми»); — красные (пунцовые) от усилий [12, с. 207].

Как ранее упоминалось, Мэнсфилд имеет неофициальное прозвище «английский Чехов», и в общем и целом, русская литература оказала на нее существенное влияние. Примечательно, что в произведениях русской литературы авторы зачастую прибегают к такому приёму, как «говорящие» имена и фамилии. В своём значении эти имена хранят различные функции. Говорящая фамилия — художественный приём, при котором фамилия или имя персонажа передаёт важнейшую черту его характера. В анализируемом рассказе также используется данное средство.

Согласно словарю В. К. Мюллера, слово «meadows» (фамилия главной героини) относится к понятию «луга» [28, с. 255]. Луговые травы колышутся на ветру, и это можно сравнить с характером главной героини: её настроение меняется от любого обстоятельства. Заслуживает внимания и отсутствие имени главной героини. Как утверждает О. Г. Лазареску, неупоминание имени в литературе может рассматриваться как прием обобщения характеристик человека, возведения их до уровня общечеловеческих [29, с. 1]. И это подводит к выводу о том, что Мэнсфилд

закладывает в Мисс Мэдоуз собирательный образ женщины XX века и передает ее проблемы, переживания и чувства.

Анализ и интерпретация символов в произведении «Урок пения» позволяет нам более полно оценить глубину и сложность художественного мира Кэтрин Мэнсфилд с точки зрения использования цветочных метафор, значений имен и фамилий, флористических образов и использования культурно-исторического контекста конца 19 — начала 20 веков. Он приоткрывает нам дверь в внутренний мир героев, их эмоции, мысли и противоречия. Этот анализ также помогает нам лучше понять различные темы и идеи, затронутые автором, такие как брак, самовыражение, ограничения и их влияние на человеческую судьбу.

Исследование символов в произведении «Урок пения» предоставляет уникальную возможность проникнуть в мир рассказа и оценить его художественное и эстетическое значение.

Сочетание всех этих символов создает комплексный и глубокий образ произведения, раскрывая сложности и противоречия, с которыми сталкиваются герои. Анализ символов помогает нам лучше понять и оценить художественную ценность произведения Кэтрин Мэнсфилд «Урок пения» и его влияние на современную литературу.

Список литературы

1. Макеева Т.С. Непереведенное наследие К. Мэнсфилд: дневники, записные книжки // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2012. №2 (6). С 91-97. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/neperevedennoe-nasledie-k-mensfild-dnevniki-zapisnye-knizhki> (дата обращения: 15.01.2024).
2. Кузёма Т.Б. Анализ использования функциональной значимости эпитетов в произведениях Кэтрин Мэнсфилд// E-Scio. 2020. №11 (50). С 35-41. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-ispolzovaniya-funktsionalnoy-znachimosti-epitetov-v-proizvedeniyah-ketrin-mensfild> (дата обращения: 15.01.2024).
3. Красавченко Т.Н. Кэтрин Мэнсфилд и Чехов // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 7, Литературоведение: Реферативный журнал. 2020. №3. С 43-53. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ketrin-mensfild-i-chehov> (дата обращения: 13.01.2024).
4. Аверинцев С.С. Собрание сочинений / Под ред. Н.П. Аверинцевой и К.Б. Сигова. София-Логос Словарь. К.: ДУХ І ЛІТЕРА, 2006. — 912 с.
5. Большая литературная энциклопедия: Для школьников и студентов / [В. Е. Красовский и др.]. — Москва: Филол. о-во «Слово»: ОЛМА-Пресс, 2003 (ПФ Красный пролетарий). — 845 с.: ил., цв. ил., портр.; 26 см.
6. Лотман Ю.М. Символ в системе культуры. Избранные статьи. Таллинн, Издательство «Александра», 1992; Т. 1. — 242 с.
7. Холлис Дж. Мифологемы: Воплощения невидимого мира. Перевод с английского В. Мершавки. Москва: Независимая фирма «Класс», 2010. — 184 с.

8. Ларионова М.Ч. Миф, сказка и обряд в русской литературе XIX века. Ростов-на-Дону: Издательство Ростовского университета, 2006. – 256 с.
9. Мелетинский Б.М. Поэтика мифа. Москва: Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 2000. – 407 с.
10. Бурцев А.А., Бурцева М.А. Концепция человека в рассказах Кэтрин Мэнсфилд // Вестник БГУ. 2017. №3. С 190-199. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-cheloveka-v-rasskazah-ketrin-mensfeld> (дата обращения: 17.01.2024).
11. Богданова К.В. О Кэтрин Мэнсфилд // Мировая литература на перекрестье культур и цивилизаций . 2018. №4 (24). С 110-119. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-ketrin-mensfeld> (дата обращения: 17.01.2024).
12. Ши Хан Образ дерева в русской и китайской поэзии первой трети XX в // Известия ВГПУ. 2012. №-6. С 143-146. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obraz-dereva-v-russkoy-i-kitayskoy-poezii-pervoy-treti-hh-v> (дата обращения: 30.12.2023).
13. Чекалина Н.Г. Вегетативная символика в языке русской поэзии Серебряного века // Известия ВГПУ. 2008. №10. С 11-14. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vegetativnaya-simvolika-v-yazyke-russkoy-poezii-serebryanogo-veka> (дата обращения: 27.12.2023).
14. Муртазина Р.И., Трофимова Л.В. Нумерология в новелле Стефана Цвейга "Brief einer Unbekannten" ("Письмо незнакомки") // Наука, образование и культура. 2018. №4 (28). С 49-51. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/numerologiya-v-novelle-stefana-tsveyga-brief-einer-unbekannten-pismo-neznakomki> (дата обращения: 23.12.2023).
15. Никитина А.В. Модератор коммуникации как субъект мониторинга // Известия ВГПУ. 2015. №5 (100). С 100 – 103. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/moderator-kommunikatsii-kak-subekt-monitoringa> (дата обращения: 12.12.2023).
16. Шумбасова С.С. Цветы: язык английского искусства или искусство английского языка? // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2016. №1. С 52-58. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsvety-yazyk-angliyskogo-iskusstva-ili-iskusstvo-angliyskogo-yazyka> (дата обращения: 05.01.2024).
17. Зеленина Т.И. Цветов язык и аромат... история слов, мифы, легенды, были, стихи о цветах. Научно-популярное пособие. Автор-составитель Т.И. Зеленина. Ижевск, 2005. – 138 с.
18. Калиниченко В. В. Синтез культурных традиций Запада и Востока в рассказе Д. Г. Лоуренса «Запах хризантем» // Уральский филологический вестник. Серия: Драфт: молодая наука. 2012. №4. С 110- 120. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sintez-kulturnyh-traditsiy-zapada-i-vostoka-v-rasskaze-d-g-lourensa-zapah-hrizantem> (дата обращения: 10.01.2024).
19. Купер Дж. Энциклопедия символов. М.: Ассоциация духовного единения «Золотой век», 1995. — 397 с.
20. Трессидер Дж. Словарь символов. Режим доступа: https://www.lesjeunesrussisants.fr/dictionnaires/documents/DICTIONNAIRE_RUSSE_DES_SYMBOLES.pdf (дата обращения: 10.12.2023).
21. Браэм Г. Психология цвета. пер. с нем. М.В. Крапивкиной. — М.: АСТ: Астрель, 2009. – 158 с.

22. Воевода Е.В. Цветовосприятие и ассоциативные поля в русском и английском языках / Е.В. Воевода // Научный Вестник ВГАСУ. 2012. № 2. С. 113-123. Режим доступа:
<https://mgimo.ru/upload/iblock/df6/df66b41e6f203f67692e719e14f8239e.pdf> (дата обращения: 14.12.2023).
23. Стаурская Н.В. Стереотипы носителей английской (британской) языковой картины мира первой половины XX века, связанные с голубым цветом глаз (на материале произведений У. С. Моэма, О. Хаксли и И. Во) // ОНВ. 2012. №4 (111). С. 186-188. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/stereotipy-nositeley-angliyskoy-britanskoj-yazykovoy-kartiny-mira-pervoy-poloviny-hh-veka-svyazannye-s-golubym-tsvetom-glaz-na-materiale> (дата обращения: 28.12.2023).
24. Базыма Б.А. Психология цвета: Теория и практика; Изд: М.: Речь, 2005. — 112 с.
25. Мюллер В.К. Большой современный англо-русский, русско-английский словарь. Новая редакция: около 450 000 слов, словосочетаний и идиоматических выражений. — М.: Цитадель-трейд: РИПОЛ классик: Дом. XX век, 2009. — 1056 с.
26. Лазареску О.Г. «Что в имени тебе моем? . . .»: безымянность героев как смыслоорганизующая категория в русской литературе и фольклоре // Наука и школа. 2013. №5. С. 74-77. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/что-в-имени-tebe-moem-bezymyannost-geroev-kak-smysloorganizuyuschaya-kategoriya-v-russkoy-literature-i-folklore> (дата обращения: 17.01.2024).
27. Cambridge Dictionary Online: Free English Dictionary and Thesaurus. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dictionary.cambridge.org> (дата обращения: 10.11.2023).
28. Dictionary of Literary Symbols by Michael Ferber. Cambridge University Press, 2003 [Sixth printing]. Copyright 2003. — 263 p.
29. The Garden Party, and Other Stories by Katherine Mansfield (1888-1923). New York: Alfred A. Knopf, 1923 [Eighth Printing]. Copyright 1922. — 249 p.

ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070

Бобров Д. В., Буга В. В. Цифровая трансформация печатных СМИ в медиа (на примере ИД «Комсомольская правда»)

Бобров Дмитрий Владимирович

магистрант, кафедра связей с общественностью в бизнесе
Санкт-Петербургский государственный университет, РФ, г. Санкт-Петербург
mitya743@gmail.com

Буга Василий Васильевич

магистрант, кафедра медиадизайна и информационных технологий
Санкт-Петербургский государственный университет, РФ, г. Санкт-Петербург
akzhol0153@gmail.com

Digital transformation of print media in the media (on the example of Komsomolskaya Pravda Publishing House)

Bobrov Dmitry Vladimirovich

Master's student, Department of Public Relations in Business
St. Petersburg State University, Russian Federation, St. Petersburg

Buga Vasily Vasilievich

Master's student, Department of Media Design and Information Technologies
St. Petersburg State University, Russian Federation, St. Petersburg

Аннотация. В статье рассматриваются трансформация традиционных средств массовой информации в настоящее время. Авторами описывается современный этап общественного развития, его цифровая трансформация в контексте четвертой промышленной революции. Выделяются главные механизмы для адаптации традиционных средств массовой информации к современным цифровым реалиям. Ими становятся механизмы конвергенции и диджитализации, включающие в себя такие механики, как: интертекстуальность, мультимедийность, поликодовость и т.д... Используя эти инструменты, традиционные средства массовой информации способны сохранять уже имеющиеся позиции, поддерживать внимание аудитории, а также ассимилироваться на новых площадках.

Ключевые слова: конвергенция, диджитализация, цифровое общество, 4 промышленная революция, традиционные СМИ

Abstract. The article deals with the transformation of traditional media at present. The authors describe the modern stage of social development, its digital transformation in the context of the fourth industrial revolution. The main mechanisms for the adaptation of traditional media to modern digital realities are highlighted. They become mechanisms of convergence and digitalization, including such mechanics as: intertextuality, multimedia, multicode, etc... Using these tools, traditional media are able to maintain their existing positions, maintain the attention of the audience, as well as assimilate on new platforms.

Keywords: Convergence, digitalization, digital society, 4th industrial revolution, traditional media

Изучая трансформацию печатных СМИ в цифровую эпоху, безусловно, необходимо раскрыть значение данного понятия. В научном дискурсе в настоящее время для обозначения сегодняшней, «цифровой» стадии общественного развития используются концепции «информационного общества», «общества знания» «постиндустриального общества», понятия четвертой промышленной революции, цифровой эпохи, или цифрового общества. На наш взгляд, наиболее удачно постепенный процесс цифровизации общества описывает автор концепций 4 промышленных революций немецкий экономист Клаус Мартин Шваб. В своих исследованиях он выделяет 4 этапа исторического развития, каждый из которых неразрывно связан с происходящими «революциями».

Первая промышленная революция, связанная с изобретением парового двигателя, характеризуется переходом от ручного труда к машинному. Вторая промышленная революция связана с повсеместной индустриализацией, наращиванием темпов производства. Третья промышленная (цифровая) революция, начавшаяся во второй половине 20 века характеризуется созданием компьютеров, ЭВМ, информационных технологий. Четвертая промышленная революция связана с целым рядом новейших информационных технологий, среди которых: технологии дополненной и виртуальной реальности, нейросети, криптовалюта и блокчейн-технологии. К. М. Шваб отмечает, что четвертая промышленная революция «фундаментально изменит нашу жизнь, наш труд и наше общение». [1]

Сегодня для российского общества и его институтов, среди которых СМИ и медиа, характерно возрастание роли информационных технологий. [2] В результате чего традиционные печатные СМИ для удержания внимания аудитории вынуждены адаптироваться к происходящим в обществе изменениям. [3]

О.В Смирнова обращает внимание на то, что современная журналистика, СМИ и медиа находятся в состоянии беспрецедентной в истории трансформации. Изменения средств массовой информации исходя из требований времени в коммуникативистике обозначается термином «ремедиация». Иными словами, ремедиацией можно считать естественные для медиа изменения в процессе развития. О.В Смирнова отмечает, что ремедиация традиционных и печатных СМИ приобрела колоссальные темпы, так как новые средства и формы коммуникации «обладают колоссальным потенциалом для трансмедиазации всех стран и регионов многополярного мира в любых направлениях и с различными целями» Исследователь обращает внимание на то, что среди ученых возникло 2

принципиально разных взгляда на будущее традиционных медиа в цифровом обществе. Сторонники первого подхода считают, что традиционные печатные СМИ в будущем попросту исчезнут из-за того, что современные онлайн-издания вытеснят их для своей аудитории. Сторонники второго подхода, напротив, считают, что изобретение интернета и последующая цифровизация журналистики — это лишь новая форма коммуникации, наряду с уже известными телевидением, радио, печатной прессой. Поэтому традиционные СМИ в будущем смогут развиваться параллельно с интернет-СМИ и новыми медиа. [4]

Продолжая мысль о том, что традиционные печатные СМИ необходимы для российского населения, необходимо обратить внимание на цифровое неравенство или цифровой разрыв. Даже сегодня не у каждого жителя России, а особенно в сельской местности, есть доступ к интернету, поэтому, в силу географической ситуации, мы можем предположить, что в России газеты не исчезнут в среднесрочной перспективе.

Также необходимо не забывать о старшем поколении, которое предпочитает получать информацию в традиционных источниках.

В научной литературе сегодня выделяется 3 уровня цифрового разрыва: — Первый уровень цифрового разрыва предусматривает различия в доступе к цифровым технологиям, в основном в доступе к Интернету;

— Второй уровень цифрового разрыва предполагает не только доступ к цифровым технологиям, но и их использование, а также изучение и усовершенствование цифровых навыков;

— Третий уровень цифрового разрыва предполагает под собой «специфическую деятельность в Интернете, которая практически не отличается от интернет-активности, включенной во второй уровень цифрового разрыва. Основным смыслом выделения цифрового разрыва третьего уровня состоит в определении выгод в офлайн-активности, обусловленной различиями в использовании интернет-технологий. [5]

Для сохранения и удержания внимания аудитории традиционным печатным СМИ необходимо адаптироваться к современным цифровым реалиям. В силу цифрового, поколенческого и технологического разрыва на территории РФ у печатных СМИ есть перспективы развития. Они могут рассматривать новые площадки, форматы и единицы нового медиаконтента. Нами было выяснено, что одним из главных механизмов становится механизм конвергенции.

Е. Л. Вартанова выделяет три уровня конвергенции СМИ: технологический, экономический (индустриальный) и профессиональный.

Под **технологическим** уровнем конвергенции Е. Л. Вартановой понимается переход содержания в цифровую форму, на современные каналы коммуникации, то есть диджитализация информации.

Иными словами, конвергенцией на технологическом уровне можно будет считать процесс, «объединяющий оцифрованный контент (словесный, аудиальный, визуальный) в интегрирующихся на базе Интернета медиа».

Благодаря использованию одной и той же платформы возможно осуществить доступ к прежде различным типам СМИ. Конвергентные носители позволяют взаимодействовать с содержанием медиа через один экран.

Экономический (индустриальный) уровень конвергенции обуславливается слиянием информационных отраслей экономики. На экономическом уровне под конвергенцией понимается взаимодействие областей коммуникационных бизнесов и организаций, например, телевизионный и журнальный бизнес, работающий под эгидой одной корпорации, на экономическом уровне конвергенцию рассматривают через призму организаций, создающих и распространяющих контент на различных платформах, а также организаций, занимающихся дистрибуцией контента.

Как пример экономической конвергенции можно рассматривать:

- создание нескольких медиа в рамках одной организационной структуры;
- слияние или объединения редакций СМИ и медиа;
- объединения СМИ, специализирующихся не только на производстве, но и на распространении контента.

Под **профессиональным** уровнем конвергенции Е. Л. Вартановой понимается универсальность каждого из сотрудников медиа, современный журналист работает не в какой-либо узкой области, а овладевает навыками, умениями и компетенциями из различных областей знаний. [6]

Профессор В. С. Хелемендик отмечает, суть множества толкований конвергенции в журналистике можно описать как «сближение, слияние различных по своей природе средств массовой информации в единое целое – и с точки зрения организационной структуры, и с точки зрения технологии передачи взаимосвязанной, консолидированной информации». [7]

В 2019 г. Е. А. Баранова в своей докторской диссертации выводит следующее понятие медиаконвергенции. Под медиаконвергенцией исследовательница понимает «процесс в современной медиаиндустрии, начавшийся во второй половине 1990-х гг., когда СМИ стали создавать свои интернет-сайты. Этот процесс связан с техническими достижениями в области передачи и хранения информации и приводит к слиянию ранее различных СМИ (на базе интернет-платформы и / или конвергентной редакции), отделов и подразделений медиаконпании с целью совместного производства контента и тиражирования его на разных медиаплатформах; он привел к появлению новых видов СМИ, новых жанров и форм предоставления контента, а также к глобальным изменениям, происходящим на всех стадиях – от создания до распространения контента, и поискам иных моделей развития медиабизнеса». [8]

Д. О. Никонович самостоятельно выделяет признаки конвергентности медиа, среди которых: дигитальность (диджитализация) как онтологически значимое свойство, так как базой для любого конвергентного процесса становится переход в цифровую среду (диджитализация). Схожее понятие выдвигают и другие ученые.

Также среди свойств цифрового контента исследователь выделяет:

1. Мультимедийность
2. Гипермедийность
3. Интерактивность
4. Кроссмедийность
5. Гибридность

Под мультимедийностью Д. О. Никонович понимает одновременную упаковку контента в разные медиаформы: сочетание вербальных и невербальных символов, текст и фото, видео, подкаст, таймлайн и т. д. Он обращает внимание на то, что мультимедийность в широком значении характерна и для традиционных СМИ, например, текст+фото в классическом печатном издании, однако, под мультимедийностью можно понимать и сам процесс конвергенции и цифровизации.

Гипермедийностью автор считает конвергентность контента на уровне повествования, которая обеспечивается технически (при помощи анкоров), связанная с объединением нескольких мультимедийных контент-элементов общей темой и замыслом, слиянием их в единую сеть (ризому).

Интерактивность — способность медиа изменяться содержимое в ходе взаимодействия, например, реакции и ответ на комментарии, результаты онлайн-теста,

Кроссмедийность — способность распространять одинаковый контент посредством различных технологических платформ, например, один и тот же материал можно выложить на официальный сайт, отправить в печать, добавить в телеграм-канал и в группу во Вконтакте.

Гибридность — способность одного медиа совмещать в себе признаки и характеристики нескольких разных медиа одновременно. [8]

Конвергенция средств массовой информации — процесс, начавшийся в конце 1990-х гг. как следствие цифровизации и интернетизации информационно-коммуникационного пространства. Конвергенция неразрывно связана с дигитализацией, то есть созданием цифровой версии содержания традиционных СМИ и их распространения в режиме онлайн. Конвергенция обусловила появление новых (гибридных) жанров и форматов представления контента, а также предъявила новые требования к работникам медиаиндустрии. Изучая процесс конвергенции, мы сможем изучить и выявить механизмы того, как традиционные печатные СМИ адаптируются к цифровой реальности. [9]

Рассмотрим механизм конвергенции на примере механизмы адаптации традиционных печатных СМИ в онлайн пространстве на примере сайта крупнейшей российской газеты «Комсомольская правда».

«Комсомольская правда» — общественно-политическая российская газета. В издательский дом «Комсомольская правда» также входит интернет-издание, радиостанция (с 2009 года) и телеканал (с 2010 по 2014 год).

Газета была основана в 1925 году как официальное печатное издание ВЛКСМ. Первый выпуск газеты был опубликован 24 мая 1925 года, эта дата считается официальным днем рождения «Комсомольской правды». С 5 июля 2022 года газета стала выходить дважды в неделю — по вторникам и пятницам, а также в виде еженедельника по средам. За активное содействие в ускорении темпов социалистического строительства и в связи с пятилетием со дня основания, газета была награждена первым орденом Ленина. В дальнейшем она также была удостоена ордена Октябрьской революции, ордена Отечественной войны 1-й степени и дважды — орденом Трудового Красного Знамени.

Веб-сайт «Комсомольской правды» был запущен уже в 1998 году. Сегодня сайт kpr.ru является одним из крупнейших новостных ресурсов в рунете. Так, согласно данным сайта similar.web, сайт находится на 812 месте по уровню сайтов во всем мире, 55 месте в рунете, и на 7 месте в категории «Новости». Общее количество визитов составляет 81,3 миллиона пользователя за месяц. Процент отказов, то есть усредненный процент посетителей, которые просматривают только одну страницу, до того, как покинуть сайт, составляет 71,77. Большая часть аудитории сайта kpr.ru, 83,94%, находится на территории Российской Федерации. Мужская аудитория kpr.ru почти на 20 процентов превышает женскую – аудитория состоит из 59.03% мужчин и 40.97% женщин. Самая многочисленная возрастная группа – 65+ (настольная версия).

Для выявления механизмов конвергенции нами был проведен контент-анализ материалов на трех платформах ИД «Комсомольская правда»: группы ВКонтакте, телеграм-канала и официального сайта. Мы изучили 50 медиаматериалов. Выборка проводилась случайным образом. Каждый из медиаматериалов мы рассматривали по следующим критериям:

1. Возможность комментирования
2. Доступность интерактива (реакции, лайк/дизлайк)
3. Поликодовость (эмодзи)
4. Интертекстуальность (наличие или отсутствие ссылок на другие материалы)
5. Мультимедийные элементы (фото, видео, подкасты, ссылки на ресурсы партнеров, например, радио-КП или Яндекс.Музыка)
6. Наличие или отсутствие персонализированной рекламы (в силу специфики платформ была обнаружена только на официальном сайте)
7. Кроссплатформенность (дублирование материала на другой платформе, во всех случаях на сайте).

Таблица 1. Контент-анализ материалов «Комсомольской правды» на сайте, в Телеграме и Вконтакте

Критерий	Сайт	Вконтакте	Телеграм
Комментарии	0/50	50/50	50/50
Интерактивность	50/50	50/50	50/50
Поликодовость	0/50	18/50	50/50
Интертекстуальность	50/50	50/50	50/50
Мультимедиа	50/50	50/50	43/50

Персонализированная реклама	50/50	0/50	0/50
Кроссплатформенность	50/50	50/50	50/50

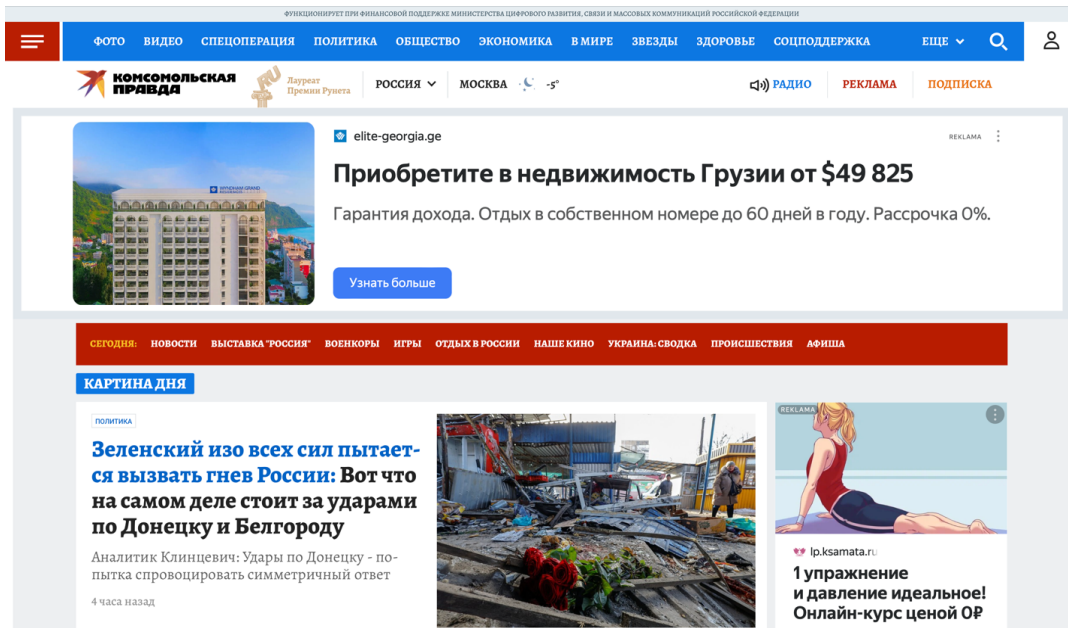


Рисунок 1. Главная страница сайта «Комсомольская правда»

Как видно на рисунке, уже на главной странице можно заметить интерактивные элементы, характерные исключительно для онлайн-сми.

Вверху заглавной страницы мы можем наблюдать наиболее популярные рубрики, они меняются, так, до начала Специальной военной операции РФ на территории Украины, рубрики «Спецоперация» на главном сайте не присутствовало. Доступен вход в личный кабинет, а также поиск по уже опубликованным материалам. На главной странице можно переключиться на другие, региональные версии Комсомольской правды, на скриншоте выше изображена федеральная версия «Комсомольской правды».

Особое внимание, на наш взгляд, нужно уделить двум рекламным блокам. В них располагается таргетированная реклама, то есть реклама, которая показывается не всем пользователям сайта, а посетителям, имеющим похожие или смежные интересы. Также среди интерактивных элементов нами был обнаружен виджет погоды, изображение подстраивается под текущие температурные условия.

Если говорить об интерактивных элементах, то в конце каждого материала на сайте Комсомольской правды доступны кнопки «лайков», авторизованный пользователь сможет выразить свое мнение посредством нажатия кнопки «Да!».

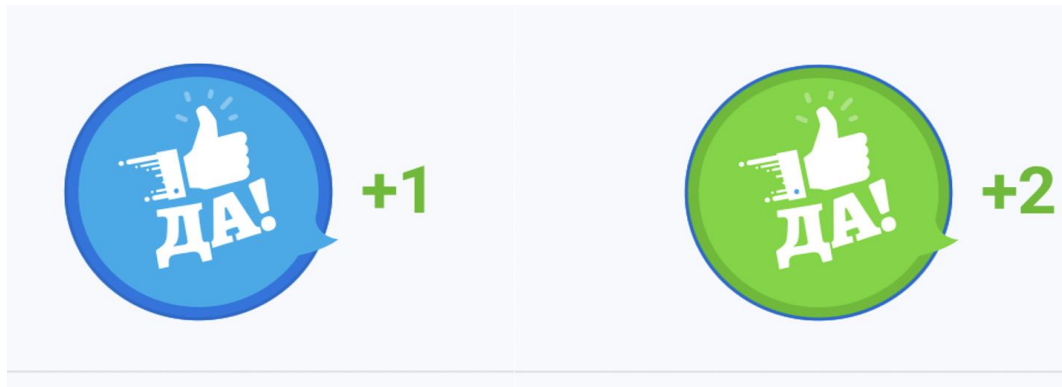


Рисунок 2. Кнопка лайка («ДА!») на сайте «Комсомольской правды»

Если говорить об элементах мультимедийности, то зачастую журналисты добавляют не только фотографии, но и видео.

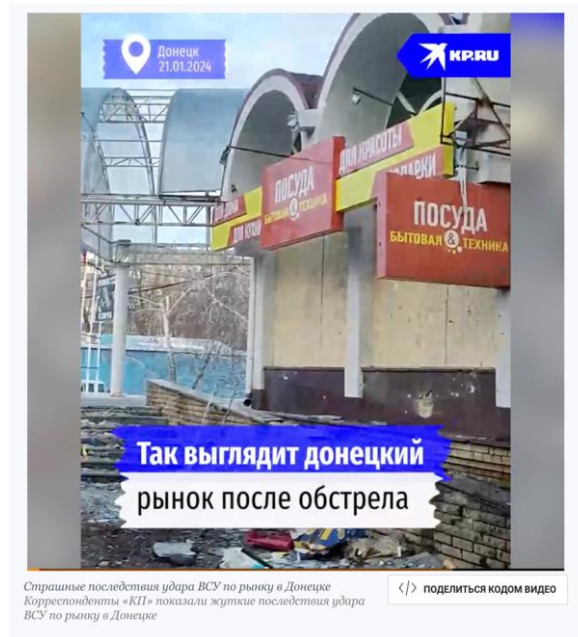


Рисунок 3. Видеоиллюстрация статьи в «Комсомольской правды»

Также журналистами активно используются гиперссылки на материалы, а также вставки, например, на другие ресурсы организации ИД «Комсомольская правда». Так, в упомянутой выше статье даются ссылки на ресурсы партнеров, например, подкасты на «Яндекс.музыке», ссылки на «Дзен» и другие ресурсы партнеров.

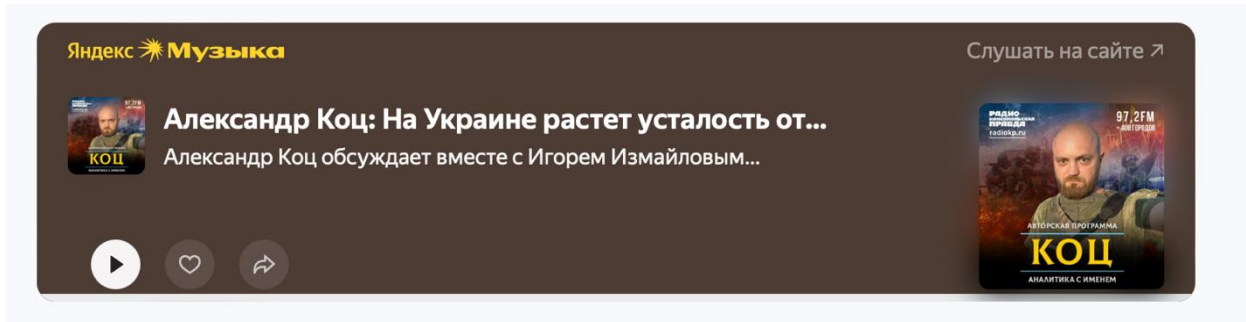


Рисунок 4. Гиперссылка на подкаст о ходе СВО на «Яндекс.музыке»

Также журналисты «Комсомольской правды» активно используют интертекстуальность, добавляя в текстовое полотно гиперссылки, тем самым создавая почти бесконечную цепочку текстов. [12]

ВЦИОМ провел опрос об источниках информации среди россиян и выяснил, что чаще всего россияне узнают новости об экономике и общественно-политической жизни из телевидения (47%), социальных сетей и блогов в интернете (42%), разговоров с людьми (40%), новостных, аналитических и официальных сайтов в интернете (36%), а также из регионального и местного телевидения (31%). ИД «Комсомольская правда» активно ведет социальные сети, прекрасно понимая потенциал аудитории в социальных сетях. Согласно медиакиту, совокупная аудитория «Комсомольской правды» в социальных сетях составляет 6 547 409 человек.

В данной работе для выявления механизмов перехода от традиционных к онлайн-изданиям мы будем использовать две ведущие площадки ИД «Комсомольская правда»: «ВКонтакте» и «Телеграм».

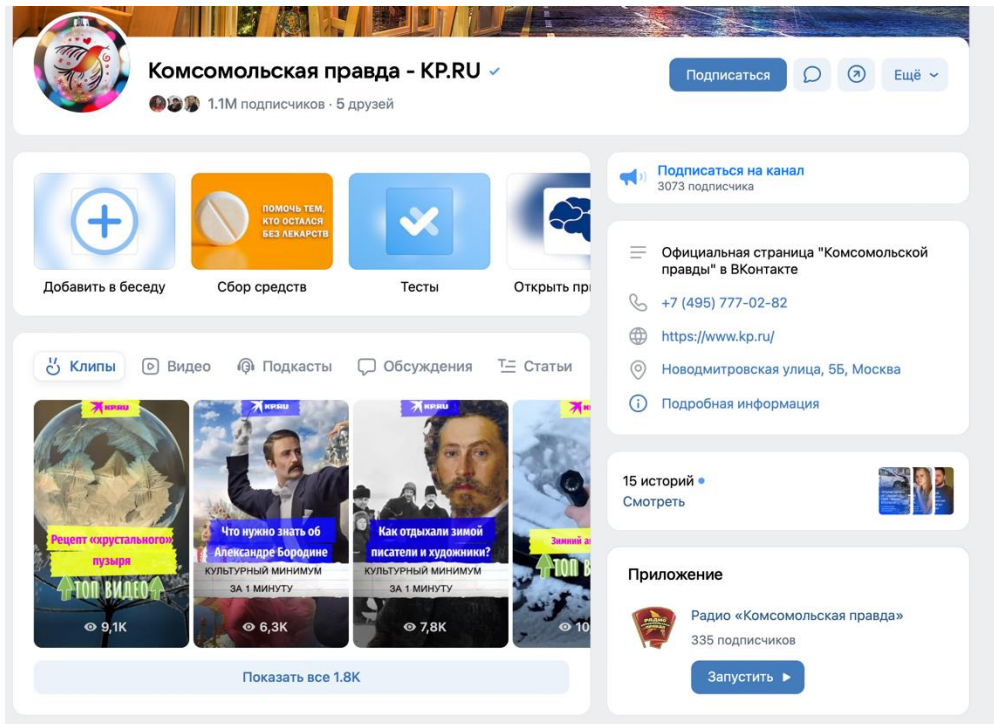


Рисунок 5. Официальная группа «Комсомольской правды» во ВКонтакте

Группа во «ВКонтакте» имеет 1 175 187 подписчиков. В группе активно используются все существующие новые форматы: истории, клипы, подкасты и обсуждения. На наш взгляд, необходимо обратить внимание на то, что в группе используется кроссплатформенный постинг, так, добавляя историю (формат контента, когда медиаматериал удаляется по истечении 24 часов после выкладки), авторы «Комсомольской правды» снабжают материал ссылкой, ведущей на официальный сайт. Аналогичная ситуация с форматом ВК-клипов, вертикальными роликами, так, в подписи к роликам авторами также дается ссылка на материал на официальном сайте.

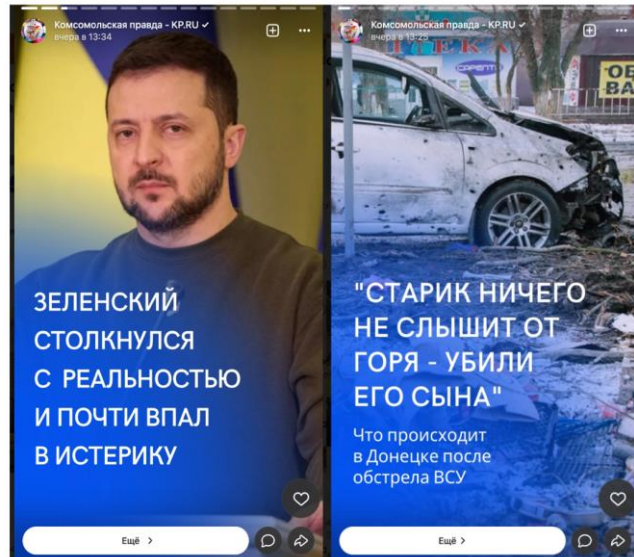


Рисунок 6. Истории от «Комсомольской правды»

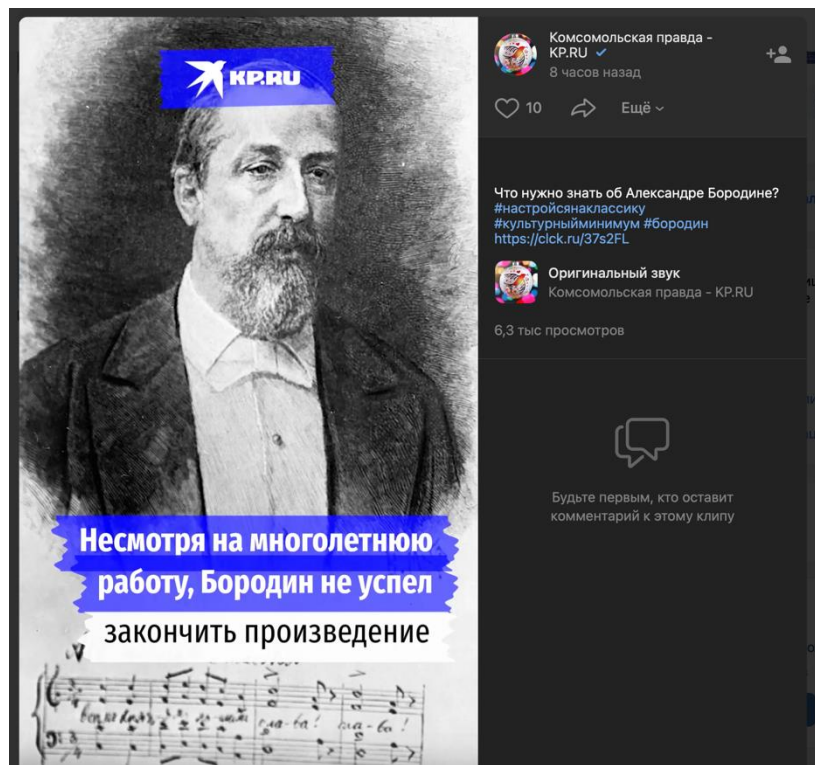


Рисунок 7. ВК-клип от «Комсомольской правды»

Также необходимо обратить внимание на то, что в группе открыты комментарии. Любой авторизованный во Вконтакте пользователь может высказаться о происходящих в стране событиях или явлениях, более того, каждый пользователь также имеет право ответить на уже оставленный комментарий, в результате чего модераторами сообщества повышается уровень вовлеченности в публикации, иными

словами, благодаря открытым комментариям создается интерактивность, один из важнейших компонентов конвергентности.

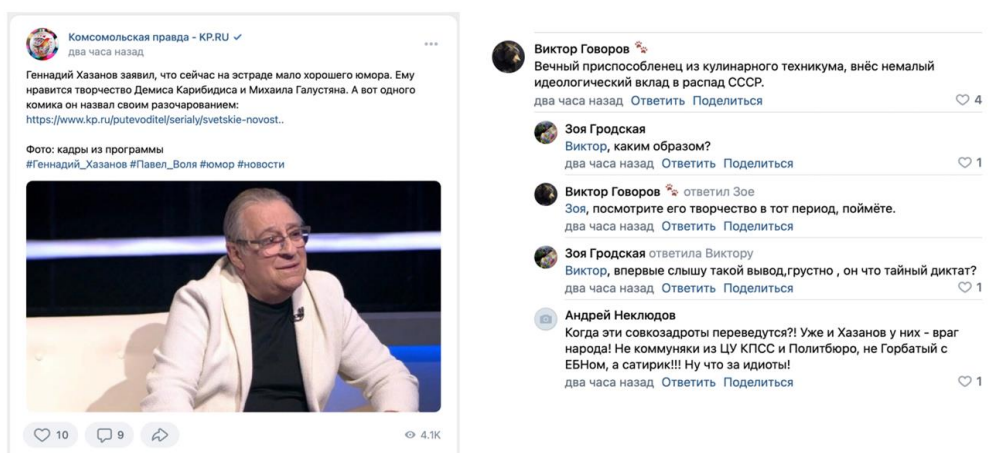


Рисунок 8. Комментарии в группе «Комсомольская правды»

Таким образом, мы можем выделить следующие механизмы, характерные для современных онлайн-изданий, это интерактивность, кроссплатформенность, интертекстуальность, сочетание вербальных и невербальных элементов коммуникации, а также персонализированная реклама.

Telegram-канал «Комсомольская правда: KP.RU» сегодня имеет 245 824 подписчика. Сотрудники «Комсомольской правды» активно используют весь функционал, который предоставляет мессенджер «Telegram».

Рассмотрим механизмы, доступные в мессенджере «Telegram» на примере поста о взятии под стражу блогера Елены Блиновской. На рисунке 9, в первую очередь, мы можем наблюдать интертекстуальность, новость о задержании выкладывается авторами не отдельным сообщением, а ответом на предыдущие события, происходящие в зале суда, более того, в тексте новости авторами также дается гиперссылка на официальный сайт «Комсомольской правды», что в очередной раз подтверждает мнение о том, что для печатных СМИ, прошедших через процесс конвергенции, характерна кроссплатформенность. Более того, для читателей доступен «секретный» текст, который появляется при нажатии, на рисунке 9 мы можем наблюдать аллюзию на хит группы CreamSoda «Никаких больше вечеринок», так как в суде Елена Блиновская оказалась за нарушение правил домашнего ареста и проведения вечеринок в своем загородном доме.

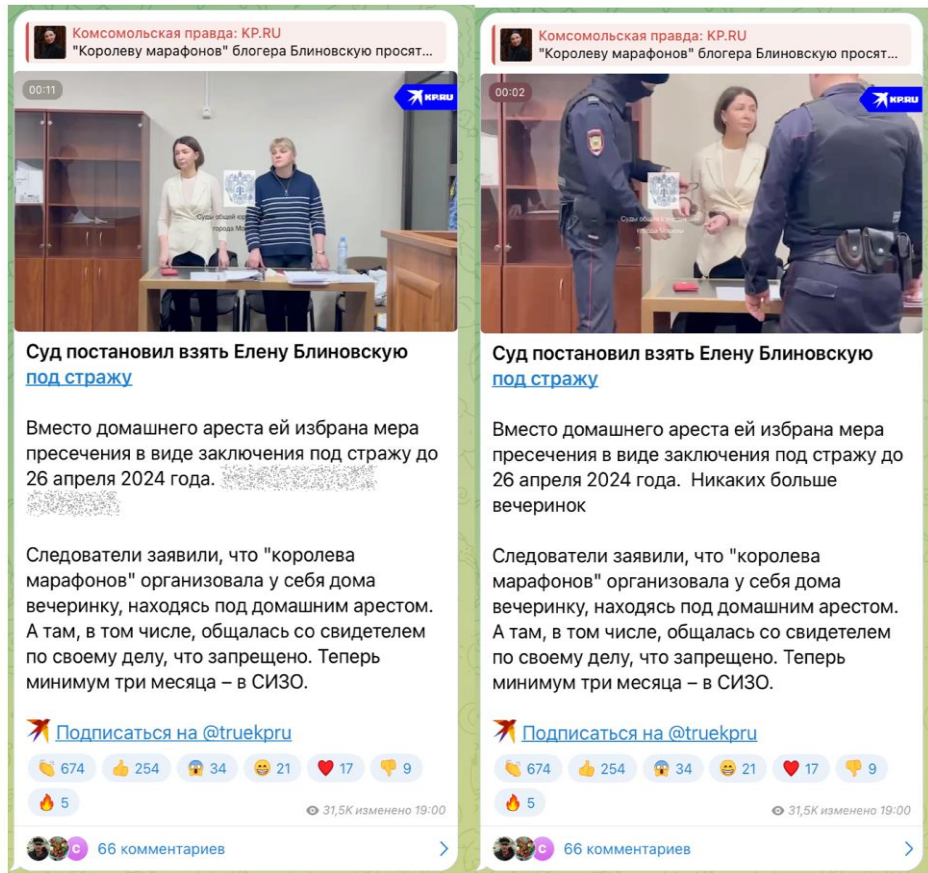


Рисунок 9. Новость о задержании Елены Блиновской в телеграм-канале «Комсомольской правды»

Также можно обратить внимание на доступные реакции и комментарии, однако, добавив возможность комментировать публикации и оставлять комментарии, сотрудники «Комсомольской правды», безусловно, добавляют элементы интерактивности и геймификации, более того, также сотрудниками активно используются эмодзи (смайлики).

Таким образом, мы можем прийти к следующим выводам. На наш взгляд, «Комсомольская правда» смогла успешно адаптироваться к новым цифровым реалиям и использовать инструменты, доступные для адаптации в современном пространстве. Проанализировав официальный сайт издания, группу во Вконтакте и официальный телеграм-канал, мы обнаружили следующие механизмы конвергенции:

1. Мультимедийный элементы
2. Интерактивные элементы
3. Персонализированная реклама
4. Поликодовость

5. Кроссплатформенность

6. Интертекстуальность

Мультимедийные элементы были обнаружены нами на официальном сайте, во Вконтакте и Телеграме. В каждом из просмотренных нами материалов было обнаружено как минимум один мультимедийный элемент во Вконтакте или на официальном сайте. (фото, видео, плашка с подкастом, ссылка на ресурсы партнеров и т.д...) В Телеграме, напротив, некоторые посты содержали исключительно текст, так как сообщали о новых деталях уже произошедшего события.

Интерактивные элементы были обнаружены нами в каждом проанализированном материале, если написание комментариев было доступно лишь во Вконтакте и Телеграме, то возможность оставлять реакции были обнаружены на всех трех проанализированных платформах.

Персонализированная реклама была найдена лишь в официальном сайте, в остальных публикациях была обнаружена обычная (нативная реклама).

Поликодовые элементы, смайлики и эмодзи были обнаружены нами исключительно в Телеграме, вероятнее всего, это связано с тем, что телеграм в первую очередь — мессенджер.

Кроссплатформенность была обнаружена во Вконтакте и Телеграме. Каждая из проанализированных публикаций содержит ссылку на новость на официальном сайте.

Интертекстуальность характерна для всех трех платформ, в каждой из проанализированных площадок присутствуют гиперссылки на другие материалы «Комсомольской правды»

Подводя итог проведенному в работе исследованию, мы можем прийти к следующим выводам. Сегодня, во времена четвертой промышленной революции и повсеместной цифровизации общество меняется полностью, информационная компонента постепенно становится одним из главных слагаемых развития общества. К новому цифровому времени приходится адаптироваться не только отдельным личностями, обществу в целом, но и социальным институтам, среди которых можно выделить традиционные СМИ и медиа.

Для удержания внимания аудитории и сохранения своей деятельности традиционные медиа вынуждены проходить через процесс конвергенции и диджитализации, «выходя в цифру» традиционные СМИ вынуждены осваивать новые платформы, способы и механизмы для успешной трансформации и существования в цифровую эпоху.

На примере одной из старейших российских газет «Комсомольская правда» нами были изучены механизмы, благодаря которым традиционное печатное СМИ смогло трансформироваться в онлайн-издание.

Посредством изучения теоретических концепций о конвергенции нами были изучены особенности диджитализации традиционных СМИ, среди которых добавление мультимедийных и интерактивных элементов, показ персонализированной рекламы, использование не только вербальных, но и невербальных символов в текстовом пространстве, кроссплатформенность, а также интертекстуальность.

Изучив официальный сайт «Комсомольской правды», группу во «ВКонтакте» и телеграм-канал, мы пришли к выводу, что сотрудниками издания успешно реализуются выделенные функциональные и содержательные особенности. Например, использование эксклюзивных новых форматов, историй и ВК-клипов, работа с эмодзи и реакциями, создание возможности писать комментарии и ставить реакции, добавление гиперссылок, «ответ» на сообщения, благодаря чему создавалась интертекстуальность и гипертекстуальность, также необходимо обратить внимание на использование эксклюзивных инструментов, например, «скрытого текста» в Телеграме. Благодаря использованию современных механизмов перехода от традиционных СМИ к онлайн-изданию «Комсомольская правда» способна оставаться крупнейшим СМИ в России, а сайт «Комсомольской правды» по количеству посетителей остается на 55 во всем рунете.

Список литературы

1. Шваб К. Четвертая промышленная революция. — М.: «Эксмо», 2016. — 208 с.
2. Малинина Т. Б. Человек в цифровую эпоху. — М.: Проблемы деятельности ученого и научных коллективов. 2018. №4 (34). — С. 146 — 156.
3. Белевская Ю.А., Фисун, А. П. Информационное общество в политической науке: основные подходы и содержание. — М.: Вестник ПАГС. 2020. №2. — С. 95—103.
4. Смирнова О.В. Печатные медиа в эпоху цифровых технологий. — М.: Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2013. №6. — С. 25 —37.
5. Варламова Ю. А. Межпоколенческий цифровой разрыв в России. — М.: Мир России. Социология. Этнология. 2022. №2. — С 51— 75.
6. Вартанова Е. Л. К чему ведет конвергенция СМИ?— М.: Информационное общество. 1999. Вып. 5. С. 11–14.
7. Хелемендик В. С. Конвергенция как новая форма взаимодействия СМИ.— М.: Проблемы современного образования. 2013. No 3. С. 106–123.
8. Баранова Е. А. Медиаконвергенция как системообразующий фактор трансформации инсти- тута СМИ: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. М. 2019. 30 с.

9. Никонович Д. О. Теория конвергентной журналистики: основные понятия. — Минск.: Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2022. No. 1 (255). С. 61-72.
10. Пургин Ю.П. Адаптация печатных СМИ к процессу смены модели массовых коммуникаций. — Новосибирск.: Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2015. №6. — С 74-81.
11. Немчинова Е.И. Таргетированная реклама. — Саратов. Форум молодых ученых. 2023. №10 (86). — 3 с.
12. Еременко Е. Г. Интертекстуальность, интертекст и основные интертекстуальные формы в литературе. — Екатеринбург.: Уральский филологический вестник. Серия: Русская классика: динамика художественных систем. 2012. №6. — С. 131-140.

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ

УДК 808.56

Стерхов А.А. Язык социальных сетей как средство визуализации молодёжной культуры школьников

Стерхов Алексей Алексеевич

канд. пед. наук, МБОУ гимназия «Лаборатория Салахова», РФ, г. Сургут

The language of social networks as a means of visualizing the youth culture of schoolchildren

Sterkhov Alexey Alexeevich

Candidate of Pedagogical Sciences, grammar school "Salakhov Laboratory", Russia, Surgut

Аннотация. Статья посвящена изучению лингвистических и социокультурных особенностей языка социальных сетей. В исследовании приняли участие различные возрастные группы школьников с 5 по 11 классы в пределах ряда городов Уральского федерального округа. Автором представлена классификация средств виртуального общения и выявлена их специфика. Отмечена двойственность процесса формирования и развития молодежного языка социальных сетей: с одной стороны, письменная речь подростков в виртуальном пространстве выбирает регрессивный путь развития, приводит к деградации словарного запаса, разрушению красоты и семантической объёмности русского слова; с другой стороны, в отдельных случаях намеренные искажения слов приводят к обогащению их эмоциональной окраски, способствуют передаче тонких нюансов эмоционального состояния данного конкретного подростка в процессе переписки. По результатам исследования делается вывод, что письменная речь социальных сетей, являясь полезным источником быстрой передачи информации, мгновенного обмена впечатлениями, мнениями, вопросами на расстоянии, одновременно становится источником угрозы для современного русского литературного языка, подрывающим основы его фонетики, лексики, фразеологии и синтаксиса.

Ключевые слова: социальные сети, язык социальных сетей, интернет-общение, язык символов, молодежная культура, школьники.

Abstract. The article is devoted to the study of linguistic and socio-cultural features of the language of social networks. The study involved various age groups of schoolchildren from grades 5 to 11 within a number of cities of the Ural Federal District. The author presents a classification of virtual communication tools and identifies their specifics. The duality of the process of formation and development of the youth language of social networks is noted: on the one hand, the written speech of adolescents in the virtual space chooses a regressive path of development, leads to the degradation of vocabulary, destruction of the beauty and semantic volume of the Russian word; on the other hand, in some cases, intentional distortions of words lead to the enrichment of their emotional coloring, contribute to the transfer of subtle the nuances of the emotional state of this particular teenager in the process of correspondence. According to the results of the study, it is concluded that the written language of social networks, being a useful source of rapid transmission of information, instant exchange of impressions, opinions, and questions at a distance,

simultaneously becomes a source of threat to the modern Russian literary language, undermining the foundations of its phonetics, vocabulary, phraseology and syntax.

Keywords: social networks, the language of social networks, Internet communication, the language of symbols, youth culture, schoolchildren.

Одной из характерных и неотъемлемых черт современного информационного общества стало перемещение коммуникативной сферы жизни подростков в виртуальный мир. Заменой «живому» общению выступило общение с помощью ресурсов сети Интернет. Попробуем разобраться, какие преимущества предоставляет подобный вид общения, поскольку он становится предпочтительнее для подрастающего поколения, выявить лингвистические и социокультурные особенности данного вида общения, для чего автором статьи было проведено исследование в различных возрастных группах школьной среды. Локализация исследования ограничилась рамками Уральского федерального округа, где респондентами выступали подростки от 11 до 17 лет (период с 5 по 11 класс), общей численностью 377 человек из следующих городов: Сургут Ханты-Мансийского автономного округа, Салехард и Ноябрьск Ямало-Ненецкого автономного округа, Екатеринбург, Каменск-Уральский и Пышма Свердловской области, Тюмень и Тобольск Тюменской области, Курган, Шадринск и Шумиха Курганской области, Челябинск и Златоуст Челябинской области.

Парадокс заключается в том, что письменная речь, традиционно служившая образцом строгих правил, в интернет-пространстве радикально трансформируется, приобретая не свойственные ей черты. В процессе виртуального общения создаётся ощущение свободного пространства, не связанного хрестоматийными нормами, разрушается каноничность письменной речи в восприятии её носителя. Письменная речь, таким образом, не просто приближается к устной речи, но и органично подменяет её, вытесняя устную речь как ненадобный элемент коммуникации среди сверстников. Это происходит потому, что данная форма письменной речи даже более свободна, чем устная, поскольку, во-первых, легко корректируется (исправление написанного до его отправки адресату и даже редактирование после отправки, а также возможность удалить своё сообщение у всех пользователей), что позволяет избежать вошедшего в пословицы принципа устной речи, выражаемого народной формулировкой «Слово не воробей, вылетит – не поймаешь». Слова в интернете «поймать» как раз можно, визуально оценив некорректность того или иного высказывания, прежде чем донести его до адресата. Во-вторых, общение ведётся не лицом к лицу, а опосредованно, через компьютер, что позволяет преодолевать

эмоциональные барьеры личностного общения: застенчивость, смущение, неловкость и т. д.

Кроме того, подобная письменная речь позволяет себе ещё большую экономию языковых средств, нежели устная. Например, «ОК» вместо «окей» (со значением «хорошо», «согласен», «сделаю»); «СПС» вместо «спасибо», «Др» вместо «День рождения» (причём в последнем случае именно с сохранением орфографии, используемой подростками в переписках, заглавная и строчная буквы без точек между ними).

Не случайно современные исследователи отмечают среди основных признаков цифрового общения упрощенность передачи информации [1, с. 304], выделяя наиболее частые аббревиатуры, используемые при переписке в соцсетях, например, ЧСВ (чувство собственной важности), ИМХО (имею мнение, хочу озвучить), ППКС (подписываюсь под каждым словом) [2, с. 48].

В целом можно сделать вывод о негативном влиянии данной тенденции на русский язык, поскольку речи подростков свойственна деградация словарного запаса, разрушению красоты и семантической объёмности русского слова. Стремление к сокращению слов привлекает в лексикон подростков англицизмы, которые фонетически и графически короче русских синонимов, что делает их предпочтительными для подростка при выборе соответствующих языковых средств. Например, неуместное с точки зрения правил русского языка употребление слова «плиз» вместо «пожалуйста», вышеупомянутого «ОК» вместо синтаксически целостной фразы «Хорошо, я сделаю, как ты предлагаешь». Наиболее частотными англицизмами являются в виртуальной переписке: «онлайн / оффлайн», «скриншот», «лайк, репост», «чат», «мем», «дедлайн» [3, с. 111].

С другой стороны, в отдельных случаях намеренные искажения слов приводят к обогащению их эмоциональной окраски. Например, «спасибки» вместо «спасибо», где суффикс -к- придаёт слову значение мягкости, умильности, доброй благодарности, скрывает под собой улыбку говорящего, испытывавшего чувство искренней приятности, а несвойственное для данной части речи искусственно присоединённое окончание множественного числа «и» привносит субъективное ощущение того, что слово благодарности произнесено не единожды, а намеренно повторяется несколько раз, чтобы подчеркнуть, насколько один собеседник благодарен другому.

Аналогичные примеры: в слове «друзьяшки», употребляемом обычно в качестве комментария к коллективной фотографии вместо «друзья», суффикс -яшк-

привносит окраску приятельской, доверительной фамильярности, демонстрирует наличие духовной близости между людьми, принадлежность к одной компании с общими интересами и взглядами на жизнь. Ответ «нормик» на вопрос «как дела?», искаженная форма наречия «нормально», передаёт состояние лёгкости, непринуждённости, уверенности говорящего в том, что его текущие дела идут хорошо и никаких причин для беспокойства не может быть. Кроме того, суффикс –ик имеет здесь добавочное значение рутинности, то есть у говорящего сейчас «всё как обычно». Слово «солнц» без окончания –е становится звательной формой ласкового эпитета по отношению к близкому человеку, употребляется при непосредственном обращении к человеку: «Привет, солнц!». Слово «кароч» вместо «короче» употребляется, когда говорящий требует быстрее ответить на его вопрос, отсутствие конечного –е придаёт слову оттенок нетерпения и сердитости, недвусмысленно намекает собеседнику, что пауза затянулась, либо напротив, его рассуждения слишком пространны, и необходимо сократить их до чёткой и ясной формулировки, выраженной в одном-двух словах.

Для создания слов оскорбительной окраски используется, например, приём контаминации. Так, автору исследования встретилось регулярно употребляемое сверстниками по отношению к своему однокласснику слово «очконатор», образованное слиянием корня и части корня слов «очки» и «терминатор», что стало обозначать с насмешливым оттенком слабость и неудобу человека в очках (принцип присвоение прозвища от противоположного).

Так, например, в процессе дальнейшей эволюции в сетевом пространстве заимствованного слова «кринж» приобрело популярность прилагательное «кринжовый» в значении «страшный» или «отвратительный» [4, с. 305].

Далее следует классифицировать средства общения, которыми пользуется подросток в социальной сети для передачи своих мыслей и чувств. Здесь можно выделить несколько групп:

Язык текста, отдельные особенности которого уже раскрыты выше.

Язык символов (смайлов), которые делятся на готовые (уже заложенные в программе социальной сети, их нужно только вставить кликаньем мышки в нужное место) и создаваемые переписчиками самостоятельно с помощью доступных символов клавиатуры по аналогии с мимикой человеческого лица. При этом необходимо отметить, что если вторая группа смайлов хотя бы немного способствует развитию личности, поскольку пробуждает фантазию, развивает умение строить ассоциации, то первая группа приводит к ещё большему обеднению эмотивного плана

личности, поскольку предлагает замену собственных уникальных эмоций в их неповторимой гамме синтетическими подобиями оных, изготовленными по шаблону.

Язык фотографий и рисунков, как личных, так и взятых из Интернет-ресурсов, выражающих, по мнению говорящего, его состояние на данный момент речи.

Остановимся подробнее на втором пункте плана. Трактовать семантику готовых смайлов нет научной необходимости, так как их шаблонное значение заложено в самом их изображении и очевидно каждому пользователю социальной сети. И напротив, огромный интерес представляет многообразие семиотических комбинаций, которые изобретают говорящие для более точной передачи своего настроения, состояния души, глубины чувств, отношения к собеседнику и т.д.

Следует обратить внимание на тот факт, что при восприятии целостной конструкции, сложенной из ряда клавишных знаков, всегда условно оговаривается их перевод в вертикальную плоскость при прочтении (то есть так, как если бы мы максимально наклонили голову налево), слева направо, на 90 градусов по часовой стрелке. Внешний вид законченных символов позволяет признать в их построении неоспоримую логику, поскольку они явно демонстрируют сходство с особенностями мимики говорящего, либо семантически отсылают к нужным ощущениям (радости, грусти, умиления, нежности, злости и т.п.).

^^ - обозначает нечто милое, по аналогии с кошачьими ушками либо излому прищуренных от удовольствия глаз героинь аниме.

T-T – плач, можно соотнести горизонтальные перекладки букв с сомкнутыми веками, а вертикальные – с потоками слёз.

~ ~ - разочарование, плавный изгиб придаёт ощущение лёгкой печали.

Целый ряд эмоций передаётся с помощью знаков препинания: двоеточия, запятых, круглых скобок). Иногда здесь добавляются английские буквы клавиатуры:

:) – улыбка :D – смех

:(или :C - огорчение

;) подмигивание

O_O – удивление

_ - восторг

-_- - недовольство

>_< - также недовольство, но уже во время спора.

Помимо вышперечисленного, существует и более сложная символика, трёх- и даже четырёхкомпонентная, сконструированная с помощью знаков, используемых гораздо реже в силу больших временных затрат на создание. Например, :-[-

смущение, : - Е – злость (буква Е имитирует оскал зубов), :-[] – высокая степень удивления, где квадратные скобки с пробелом имитируют отвисшую челюсть и т.д.

Несмотря на своеобразие письменной речи социальных сетей и наличие специфических языковых средств, порождённых данной средой, следует сделать вывод, что повсеместное распространение виртуального общения способствует роботизации носителей языка, замене красоты и богатства индивидуальной речи на универсальный для всех набор клише. При живом общении мы делимся чувствами, эмоциями, а при виртуальном – мимику, жестикуляцию, интонации, заменяют различные виды символов – «смайлы» [5, с. 126]. Когда используются смайлики для придания общению необходимого уровня эмоциональности и удержания внимания собеседника, отпадает необходимость в достаточном словарном запасе и умении выражать свои эмоции [6, с. 1134]. Одной из особенностей специфической компьютерной коммуникации является возможность ставить так называемые лайки к различным записям [7, с. 139].

Развивается универсализация и самого мышления, что негативно сказывается на творческих способностях подрастающего поколения, мешает самовыражению отдельной личности. Конформизм языковых средств, узость рамок выражения богатейшего спектра человеческих чувств приводит к опрощению современного русского языка, его примитивизации, создаёт иллюзию ненужности разговорных метафор, эпитетов, сравнений, метких народных выражений и поговорок. Но наиболее опасным последствием прогрессивного развития виртуальной коммуникации является потеря подрастающим поколением потребности в самом устном, «живом» общении. То есть мы наблюдаем не просто утрату навыков, неумение общаться вербально, но и *нежелание* делать это, твёрдую убеждённость в отсутствии данной необходимости. В учебной практике это выражается в неумении построить связный устный ответ на уроке по параграфу или творческому заданию и как следствие тяжелейшие трудности в написании сочинений на ту или иную тему. Исчезает умение самостоятельно мыслить, так как вместо мыслительного процесса достаточно выбрать или составить необходимый символ, закодировать своё сообщение условными сигналами. Таким образом, письменная речь социальных сетей, с одной стороны, полезнейший источник быстрой передачи информации, мгновенного обмена впечатлениями, мнениями, вопросами на расстоянии, которое невозможно преодолеть для «живого» общения в настоящий момент, но с другой стороны, источник угрозы для современного русского литературного языка, подрывающий фундаментальные основы его фонетики, лексики, фразеологии и

синтаксиса, и преодолевать деструктивное воздействие виртуальной языковой культуры непрерывно предстоит как педагогам дошкольных и школьных общеобразовательных учреждений, так и преподавателям и учёным высшей школы нашей страны.

Список литературы

1. Некрасов Д.А., Чердымова Е.И., Чердымова В.С. Досуг подростков в социальных сетях и экология цифрового общения: теоретический аспект // Человеческий капитал. 2023. № 6(174). С. 301-308.
2. Мусалитина Е.А. Феномен языковой креативности в подростковой интернет-культуре // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. 2022. № 4(60). С. 44-50.
3. Гудова С.Р. Влияние социальных сетей на современный русский язык // Влияние новейших технологий, СМИ и Интернета на образование, язык и культуру : Материалы II Всероссийской (с международным участием) научно-практической студенческой конференции, Москва, 27 ноября 2020 года. М.: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2021. – С. 108-113.
4. Шустова Е.С., Ярикова М.В. Анализ англицизмов в речи русской молодежи в современном интернет-пространстве // Modern Science. 2021. №12-2. С. 304-307.
5. Воронина И.Р. Интернет-общение как социокультурный феномен // Проблемы развития современного общества : Сборник научных статей 5-й Всероссийской научно-практической конференции, Курск, 23-24 января 2020 года / под ред. Кузьминой В.М.. Том 1. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2020. С. 125-128.
6. Еспаева Б.А. Влияние социальных сетей на речь и речевую культуру // Научный аспект. 2023. Т. 10. №4. С. 1131-1136.
7. Доронина П.Д. О языке подростков в социальных сетях // Вестник Рязанского государственного университета имени С.А. Есенина. 2017. №3. С. 136-143.

Международный научно-практический журнал
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
№ 01 (105), 2024

По вопросам и замечаниям к изданию,
а также предложениям к сотрудничеству обращаться
по электронной почте office@scipress.ru

Подготовлено с авторских оригиналов
Данный сборник распространяется по лицензии
Creative Commons Attribution 4.0 Всемирная (CC BY 4.0)
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>



Подписано в печать 10.02.2024
Формат 60x84/16. Печать цифровая.
Усл.печ.л. 13,2. Тираж 500 экз.
Научно-издательский центр «Открытое знание»
www.scipress.ru