

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»

*Социально-гуманитарный институт
Факультет филологии и журналистики*

МАЙСКИЕ ЧТЕНИЯ (ЯЗЫК И РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРНЫХ КОДОВ)

*XII Всероссийская с международным участием
научная конференция молодых ученых
(Самара, 17 мая 2022 г.)*

Материалы и доклады

САМАРА
Издательство Самарского университета
2023

ISBN 978-5-7883-

© Самарский университет, 2023

УДК 82/821

ББК 80

М

М Майские чтения (Язык и репрезентация культурных кодов). XII Всероссийская с международным участием научная конференция молодых ученых (Самара, 17 мая 2022 г.). Материалы и доклады / редактор Г.В. Кучумова, титульный редактор Н.А. Илюхина; под общ. ред. *А.А. Безруковой*. – Самара: Издательство Самарского университета, 2023. – 1 CD-ROM (2,7 Мб). – Загл. с титул. экрана. – Текст: электронный.

ISBN &&

Сборник включает материалы XII Всероссийской с международным участием научной конференции молодых ученых, состоявшейся в Самарском национальном исследовательском университете имени академика С.П. Королева 17 мая 2022 года, в рамках которой обсуждались актуальные проблемы современной филологии и массовой коммуникации.

Представлены публикации молодых ученых – студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей вузов России (Самары, Красноярска, Новосибирска), Беларуси, Донецкой Народной Республики. Материалы сборника предназначены для студентов, аспирантов и научных работников, специализирующихся в области филологии и массовой коммуникации.

УДК 82/821

ББК 80

Минимальные системные требования:
PC, процессор Pentium, 160 МГц;
Microsoft Windows XP и выше; мышь;
дисковод CD-ROM; Adobe Acrobat Reader.

СОДЕРЖАНИЕ

I часть

РУССКИЙ ЯЗЫК

<i>Гайнутдинова А.А.</i> Метонимическое отражение компонентов маркетингового содержания	7
<i>Ладнова Е.В.</i> Пространственный код культуры в топонимиконе Большого Донбасса (на материале топонимов г. Енакиево ДНР и г. Донецка РФ)	14

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

<i>Морозова К.И.</i> Петербургский текст провинциала	19
<i>Пелевина О.В.</i> Репрезентация фольклорных мотивов народов Сибири в рассказах Р.Э. Циммермана	23
<i>Тузова Е.Н.</i> Нарративные стратегии в рассказе А.П. Чехова «Хирургия» и его рецепция в немом отечественном кино	27

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

<i>Иванова В.Н.</i> SEO-копирайтинг в образовательном процессе: методический аспект	32
---	----

II часть

РУССКИЙ ЯЗЫК

<i>Аксёнова С.А.</i> Названия кочковатого болота в диалектах: лексико-словообразовательный аспект (по данным «Лексического атласа русских народных говоров»)	38
<i>Атеева А.М.</i> Отражение оценки в семантике феминитивов-неологизмов рубежа XX–XXI вв.	40
<i>Герасимова А.Е.</i> Лингвокультурема роза в Донецком региолекте	43
<i>Грищенко Е.И.</i> Интернет-открытки как разновидность креолизованного текста: приметы времени	46
<i>Казакова М.А.</i> «Патриотизм»: реалии нашего времени	49
<i>Зайцева Е.С.</i> Словоформа в смысле: прагматический аспект	52
<i>Конюхова В.Е.</i> Особенности использования вопросительного знака в качестве вербализованного средства в русской речи	54
<i>Прокофьева О.И.</i> Научно-популярный подстиль в видеоблогинге (на примере ютуб-канала «Топлес»)	57
<i>Резникова М.В.</i> Основные признаки экстремизма в текстах СМИ	60
<i>Сакович С.И.</i> О лингвокультурной специфике русских и белорусских фразеологизмов с соматическим компонентом «голова/галава», совпадающих семантически и формально	63
<i>Сверкунов А.А.</i> Эффективная и неэффективная коммуникация в образовательной деятельности (на примере работы с проектными группами)	66
<i>Свечникова Е.С.</i> Лексические трансформации при переводе болгарского поэтического текста	69
<i>Семёнов В.Д.</i> Роль категории контролируемости/ неконтролируемости в текстах рациональной фантастики	72
<i>Суслова Д.В.</i> Слова с префиксом латинского происхождения интер- в русском языке и их словообразовательный потенциал	75
<i>Суханова В.О.</i> Функционирование аббревиатур в спортивном дискурсе	78

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ

<i>Атеева А.М.</i> Своеобразие конфликта в пьесе Тома Стоппарда «Розенкранц и Гильденстерн мертвы»	81
<i>Бартель Д.В.</i> Композиция сюжета в стихотворении А.А. Ахматовой «Проводила друга до передней...»: к проблеме лирического сюжетостроения.....	84
<i>Бреднева Д.М., Фирсова В.А.</i> Зарождение и крах личности в эпоху Возрождения: Франсуа Вийон.....	87
<i>Дьякова Е.В.</i> Понимание жизни в рассказе Льва Толстого «Много ли земли человеку нужно?».....	90
<i>Калач А.С.</i> Становление личности героя в романе «Парцифаль».....	93
<i>Свечникова Е.С.</i> Замена катастрофического события в структуре текста.....	97
<i>Софронова С.С.</i> Грамматический и лексический аспект понятия интериоризации (на примере стихотворений Ф. Тютчева и И. Жданова).....	99
<i>Суханова В.О.</i> Особенности взаимодействия «автор-читатель» в современной драматургии (на примере творчества У. Гицаревой)	102
<i>Узлова Д.В.</i> К вопросу о специфике психиатрического литературоведения.....	105
<i>Яцкая Д.Д.</i> Прием превращения обыденного в волшебное в славянских фэнтези («Лесная ведунья» Елены Звездной и «Марья Бессмертная» Натальи Жильцовой)	108

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

<i>Аниконова А.А.</i> Семантические трансформации рекламного текста при переводе с английского на русский язык	113
<i>Безрукова М.В.</i> Англоязычная сетевая литература: способы вербализации концепта «человеческие отношения» в текстах сверхмалых жанровых форм.....	116
<i>Гаврилова А.А.</i> Вербальное моделирование образа Китая в современной британской прессе (на материале аналитических публикаций the Guardian).....	118
<i>Исаева А.А.</i> Анализ особенностей коммуникативного поведения представителей королевской семьи Великобритании	121

НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

<i>Долгова Е.А.</i> Концепт <i>macht</i> в романе Франца Кафки «Процесс» в аспекте мультимодальности.....	125
<i>Евдокимова В.А.</i> Storytelling как тактика привлечения внимания в рекламе (на материале немецкоязычных рекламных роликов).....	128
<i>Корженкова Ю.Д.</i> Англицизмы в современном немецкоязычном песенном дискурсе (на примере немецкоязычных рок-исполнителей).....	131
<i>Миненкова А.В.</i> Презентация лексики в образовательных блогах по изучению немецкого языка (на примере социальной сети «ВКонтакте»)	133
<i>Пинчук Е.Д.</i> Концептуальные поля спортивного дискурса ФРГ	136
<i>Шебаршенко М.В.</i> Концептосфера немецкоязычной эмигрантской литературы ФРГ.....	139
<i>Шуралева П.С.</i> Актуализация концепта «вещь» в новейшем немецкоязычном романе....	142
<i>Якимкина А.В.</i> Взаимодействие пищевого и эстетического кодов в романе Кристиана Крахта «Империя»	144

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

<i>Гибкий П.В.</i> Временные отношения в рекламном дискурсе китайского языка	148
<i>Гуслякова Н.А.</i> Особенности организации ивент-агентства «FA_TA» как средство создания имиджа.....	150
<i>Степанов А.Д.</i> Особенности рекламы брендовой спортивной обуви	153

<i>Трегубенко Л.В.</i> Современные PR-технологии в продвижении бренда автозаправочных станций.....	156
<i>Чуприна В.А.</i> Коммуникационные кампании как способ продвижения бренда	158
<i>Шумская М.В.</i> Волонтерство как социальный феномен современного российского общества	161

ЖУРНАЛИСТИКА

<i>Минаева З.И.</i> Геймификация в медиа как средство вторичной социализации	164
<i>Михайлова Е.А., Смирнова П.А.</i> Репрезентация социолингвистического опыта исследования родного языка: взгляд журналистов	167
<i>Ситрова М.А.</i> Жанровая модель «Самарской газеты»: традиции и новаторство	169
<i>Тишина Е.А.</i> Место и роль медиатекста в современном региональном медиапространстве	172
<i>Цыплакова А.А.</i> Проблема интегрирования телевидения в систему медиаплатформ	176

ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО

<i>Абакарова С.Ш.</i> Образ Самары в литературе различных жанров.....	180
<i>Голик К.Е.</i> Специфика редакторской подготовки альбома по искусству в современном медийном пространстве	182
<i>Дремова К.А.</i> Феномен популярности изданий медийных личностей в современном социокультурном пространстве	185
<i>Жаурова А.А.</i> Особенности прозы Д.М. Липскерова. Издательский аспект	188
<i>Карамия М.В.</i> Иллюстрирование современных произведений для подростков (на примере жанра фэнтези)	191
<i>Корнилова В.Д.</i> Феномен двойничества в литературе (на примере изданий художественных произведений русской классики)	195
<i>Левинсон Е.Д.</i> Взгляд современной молодежи на проблемы, отраженные в произведениях М.А. Булгакова	197
<i>Промышляева К.А.</i> Роман «Юлия, или Новая Элоиза» Ж.-Ж. Руссо и его первые издания	200
<i>Форафонова А.В.</i> Причины популярности романа «Дракула» Б. Стокера	202
<i>Черняйкина А.А.</i> О трудностях перевода Л. Кэрролла (на примере стихотворений). Обзор редакций	205
Именной список авторов	209

Следующая периферийная группа лексем, вербализующих концепт «Человеческие отношения» в англоязычном сетевом художественном дискурсе, насчитывает 7 единиц, называющих участников взаимоотношений, – *friend, teenage son, wife, mom, children, loved one, no one*:

- *One friend, two faces. High school.*

- *Carl opened the oven and the chicken leapt out, apparently not done yet. The children sat at the table wondering when Mom would return.*

Последняя группа репрезентантов концепта «Человеческие отношения» объединяет лексемы, номинирующие атрибуты романтических связей, а именно – *flowers, roses, dance, dancing*:

- *You asked for flowers and I brought flowers. You asked for dancing and I danced. I asked for your love and you gave back the flowers.*

Таким образом, анализ материала показал, что в сверхмалых жанрах англоязычной сетевой литературы ключевой концепт «Человеческие отношения» репрезентируется четырьмя группами лексических единиц. Ядро концепта составляют лексемы, отражающие различные варианты взаимодействия в рамках выстраивания межличностных отношений. На периферии находятся лексические единицы, называющие эмоции, участников отношений и атрибуты отношений.

Литература

1. Зубченко И. Литература и сетература в Рулинете // Полярный вестник. 2007. №10 (Январь). С. 5–13.
2. Сергеева Е. В. Концепт-универсалия и художественный концепт: проблема классификации // Сибирский филологический журнал. 2006. №1–2. С. 63–69.
3. Черкунова М. В., Пономаренко Е. В. Малоформатные произведения сетевой литературы в контексте современной англоязычной цифровой коммуникации: системно-динамический подход // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2021. Т. 27. №4. С.168–175.

А.А. Гаврилова
Самарский университет, Самара, Россия
Научный руководитель Ю.С. Старостина

ВЕРБАЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА КИТАЯ В СОВРЕМЕННОЙ БРИТАНСКОЙ ПРЕССЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНАЛИТИЧЕСКИХ ПУБЛИКАЦИЙ *THE GUARDIAN*)

Аннотация. Целью настоящей статьи является выявление и систематизация вербальных средств, моделирующих идеологические установки о современном Китае в новейшей британской прессе. По результатам лингво-имагологической интерпретации аналитических публикаций издания «Гардиан» автором выделяется спектр релевантных когнитивов, а также идентифицируются и иллюстрируются способы их языковой репрезентации. По итогам

исследования фиксируется доминирующая медийная риторика в отношении Китая как иностранного государства.

Ключевые слова: лингвистическая имагология, образ страны, медиадискурс, британская пресса.

В настоящее время медиапространство занимает значительную часть в жизни общества, поскольку служит не только средством информирования населения о тех или иных событиях, но также является и ключевым источником формирования социальных, культурных и политических взглядов общественности. Китай, как динамично развивающаяся держава, находится в центре внимания зарубежных средств массовой информации, которые, исходя из собственных представлений, ценностей, опыта, интенций и социальных идей, моделируют образ страны. С помощью определенных языковых приемов и конструкций, используемых в англоязычной публицистике при описании Китая, формируется общая когнитивная сфера социального отношения к данной стране.

В связи со сказанным выше, представляется актуальным и возможным выявить и систематизировать вербальные средства, комплексно моделирующие спектр идеологических установок о Китае в новейшей британской прессе.

Многие отечественные и зарубежные исследователи в своих работах рассматривают понятие образа страны, его компонентов и способов его репрезентации в медиадискурсе. Так, И.С. Семененко считает, «образ страны – знаковая модель, опосредующая представления о национально-государственной общности и ее членах через доступные обыденному сознанию понятия и суждения» [3, с. 9]. Интерпретацию образа страны изучает наука имагология, которая развивается в различных дисциплинах, таких как культурология, лингвистика и др. Имагология – сфера исследований в разных гуманитарных дисциплинах, занимающаяся изучением образа «чужого» (чужой страны, народа и т. д.) в общественном, культурном и литературном сознании той или иной страны [2, с. 251]. С точки зрения лингвистики имагология изучает языковые особенности формирования и функционирования образа «чужого» в конкретном дискурсе [1, с. 56].

В ходе практического исследования нам удалось выделить шесть приведенных ниже идеологических установок, или когнитивных, моделирующих образ Китая с помощью набора определённых языковых средств и приемов в аналитических статьях издания *the Guardian*:

1) Китай стоит на пороге важного переломного момента, о чем говорится в контексте его лидирующей позиции и роли на мировой арене. Данная когнитивная тема представлена, прежде всего, на лексическом уровне и связана с частотностью использования словосочетания *a turning point* или его синонима *a tipping point*.

The issue though is less about the maths and more about why China is at a turning point [28.12.2021].

2) Китай рассматривается как сильная и могущественная держава, имеющая в приоритете экономическую, технологическую и военную мощь. Об этом говорит частотность использования лексемы *power* (*technological power, economic power, global power, great-poweriness* и т.п.) в отношении Китая.

*In the 1960s and the 1980s, the Soviet Union – which had already stolen a march on the US in space technology – and later Japan, which was the rising economic force on the planet, would within 10 to 20 years overtake the United States to become the dominant **economic and technological power** [28.12.2021].*

3) В тесной связи с предыдущей установкой прослеживается и характерная черта соперничества Китая и Запада. В центре лексико-семантической репрезентации здесь находятся семантически однородные лексемы, которые чаще всего актуализируют данную когнитему: *competition, confrontation, rivalry, schism, tension*.

*Beijing has not yet publicly acknowledged **confrontation** as a way forward, but it treats its competition with Washington as the new normal [22.04.2021].*

4) Китай предстает как страна с агрессивной внешней политикой, выступающая за наращивание влияния через инструменты «жесткой силы» и проявляющая интенцию получить мировое господство именно посредством достаточно радикальных методов. Эта установка проявляется на уровне лексики, например, при частотном использовании оценочного прилагательного с характерной отрицательной коннотацией *aggressive* как маркера политического курса страны.

*...China's economy and his government's **aggressive approach** to foreign technology companies [29.09.2021].*

5) В аналитических статьях The Guardian за последние месяцы Китай представлен как страна, вставшая на сторону России в украинском кризисе, что вызывает негативную оценку со стороны Запада, прежде всего США. Эта когнитема выражается с помощью антонимии в первом примере, а также через идиомы, например, *do sth behind the scenes* в значении 'делать что-то тайно, не привлекая внимания' во втором примере.

*While China **has abstained on** United Nations security council resolutions on the invasion, it **has sided with** Moscow rhetorically, echoing Russian talking points blaming Nato, and recycling conspiracy theories, and the Biden administration believes it has already decided to bail Russia out economically [18.03.2022].*

6) Китай – динамично развивающаяся держава, которая смогла в стремительном темпе нарастить свой экономический и военный потенциал. В данной установке акцентуализируется именно высокая скорость прогресса, маркируемая лексемой *growth*, а также оценочными единицами с положительной коннотацией в отношении интенсивного экономического роста Китая: *remarkable, miracle: Historically, China's **growth miracle** has been **remarkable** [28.12.2021].*

Таким образом, проанализировав с позиций лингвистической имагологии актуальные аналитические статьи издания the Guardian, при помощи которых у массовой англоязычной аудитории формируется специфичный

образ Китая как иностранного государства, мы выявили шесть установок, выступающих в качестве ведущих. В ходе исследования было обнаружено, что образ страны приоритетно моделируется за счет лексических средств, а именно языковых маркеров оценки, в то время как синтаксические средства могут играть вспомогательную роль. В настоящий исторический период в отношении Китая доминирующие позиции занимает негативная медийная риторика, в то время как позитивно-оценочные характеристики играют существенно меньшую роль в процессе моделирования образа страны.

Литература

1. Кожевникова Т. А. К вопросу о лингвистической имагологии // Иностранные языки в высшей школе. 2016. № 3. С. 56–62.
2. Ощепков А. Р. Имагология // Знание. Понимание. Умение. 2010. № 1. С. 251–253.
3. Семененко И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. 2008. № 5. С. 7–18.

А.А. Исаева
Самарский университет, Самара, Россия
Научный руководитель Н.В. Панина

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ КОРОЛЕВСКОЙ СЕМЬИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ




Аннотация. В статье освещается специфика коммуникативного поведения членов британской королевской семьи. Исследование базируется на анализе коллективного речевого портрета представителей семьи Виндзоров. В результате анализа выявлены такие особенности коммуникативного поведения представителей королевской семьи, как умеренная жестикуляция, сдержанное проявление эмоций, улыбка во время коммуникации, использование определенных слов-паразитов и неоправданный повтор при хезитации, эмфатическая интонация, разнообразие синтаксических конструкций и другие.

Ключевые слова: коммуникативное поведение, коллективный речевой портрет, британская королевская семья, невербальные средства коммуникации, английский речевой этикет.

В рамках господствующей в лингвистике антропоцентрической парадигмы наблюдается возрастающий интерес к взаимодействию социального и индивидуального в речи индивида. В зависимости от принадлежности к той или иной социальной группе человек использует определенные вербальные и невербальные средства коммуникации, посредством которых формируются

МАЙСКИЕ ЧТЕНИЯ (ЯЗЫК И РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРНЫХ КОДОВ)

Материалы и доклады XII Всероссийской с международным участием научной конференции молодых ученых

Редакторы: ИЛЮХИНА Н.А. , БЕЗРУКОВА А.А. ,
Ответственный редактор: КУЧУМОВА Г.В. 

Тип: сборник трудов конференции Язык: русский ISBN: 978-5-7883-1865-3

Год издания: 2023 Место издания: Самара Число страниц: 209

Издательство: Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева (Самара)

УДК: 80

КОНФЕРЕНЦИЯ:

МАЙСКИЕ ЧТЕНИЯ (ЯЗЫК И РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРНЫХ КОДОВ)
Самара, 17 мая 2022 г.

Организаторы:
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Самарский университет

АННОТАЦИЯ:

Сборник включает материалы XII Всероссийской с международным участием научной конференции молодых ученых, состоявшейся в Самарском национальном исследовательском университете имени академика С. П. Королева 17 мая 2022 года, в рамках которой обсуждались актуальные проблемы современной филологии и массовой коммуникации. Представлены публикации молодых ученых - студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей вузов России (Самары, Красноярска, Новосибирска), Беларуси, Донецкой Народной Республики. Материалы сборника предназначены для студентов, аспирантов и научных работников, специализирующихся в области филологии и массовой коммуникации.

БИБЛИОМЕТРИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ:

- | | |
|--|---|
|  Входит в РИНЦ: да |  Цитирований в РИНЦ: 0 |
|  Входит в ядро РИНЦ: нет |  Цитирований из ядра РИНЦ: 0 |
|  Норм. цитируемость по направлению: |  Дециль в рейтинге по направлению: |