

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

ГУМАНИТАРНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА РОМАНО-ГЕРМАНСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И ПЕРЕВОДА

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ И ВЫЗОВЫ НАШЕГО ВРЕМЕНИ

**Сборник научных статей
по итогам VI Всероссийской (национальной)
научной конференции
с международным участием**

Санкт-Петербург

14-15 марта 2024 г.

**ИЗДАТЕЛЬСТВО
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
2024**

ББК 81
ГРНТИ 16.01
Г93

Гуманитарные науки и вызовы нашего времени : сборник научных статей по итогам VI Всероссийской (национальной) научной конференции с международным участием. Санкт-Петербург, 14-15 марта 2024 г. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2024. – 233 с. – EDN : PZJSYB

ISBN 978-5-7310-6377-7

Данный сборник подготовлен по итогам VI Всероссийской (национальной) научной конференции с международным участием, состоявшейся на базе гуманитарного факультета СПбГЭУ 14-15 марта 2024 года.

Humanities and challenges of our time : a collection of scientific articles based on the results of the VI All-Russian (national) scientific conference with international participation on March. St. Petersburg, March 14-15, 2024. – St. Petersburg : Publishing house of St. Petersburg State University of Economics, 2024. – 233 p.

This collection was prepared following the results of the IV All-Russian (National) Scientific Conference with international participation, held on the Faculty of Humanities of St. Petersburg State University of Economics on March 14-15, 2024.

LBC 81
SRSTI 16.01

Редакционная коллегия: д-р филол. наук, зав. кафедрой романо-германской филологии и перевода **Ю.Г. Тимралиева**; д-р филол. наук, профессор кафедры английской филологии и перевода **И.В. Кононова**; д-р филол. наук, зав. кафедрой коммуникационных технологий и связей с общественностью **А.Д. Кривоносов**; д-р экон. наук, зав. кафедрой региональной экономики и природопользования **В.М. Разумовский**

Ответственный редактор: канд. филол. наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода **Н.М. Малеева**

Рецензенты: д-р филол. наук, профессор кафедры романо-германской филологии и перевода **С.Л. Фокин**; канд. филол. наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода **Н.В. Голотвина**

Editorial team: Dr. Philol. Sciences, Head of the Department of Romance-Germanic Philology and Translation of St. Petersburg State University of Economics **Yu.G. Timralieva**; Dr. Philol. Sciences, Professor of the Department of English Philology and Translation of St. Petersburg State University of Economics **I.V. Kononova**; Dr. Philol. Sciences, Head of the Department of Communication Technologies and Public Relations of St. Petersburg State University of Economics **A.D. Krivonosov**; Doctor of Economics Sciences, Head of the Department of Regional Economics and Environmental Management of St. Petersburg State University of Economics **V.M. Razumovsky**

Responsible editor: Ph.D. Philol. Sciences, Associate Professor of the Department of Romance-Germanic Philology and Translation of St. Petersburg State University of Economics **N.M. Maleeva**

Reviewers: Dr. Philol. Sciences, Professor of the Department of Romance-Germanic Philology and Translation of St. Petersburg State University of Economics **S.L. Fokin**; Ph.D. Philol. Sciences, Associate Professor of the Department of Romance-Germanic Philology and Translation of St. Petersburg State University of Economics **N.V. Golotvina**

ISBN 978-5-7310-6377-7

© СПбГЭУ, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ I. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОЛОГИИ	9
1.1. Актуальные вопросы фонетики, лексикологии, грамматики, жанровой стилистики.....	9
Верезубова Е.Е., Ююкина М.Э. Зоонимы в средневековых французских текстах как отражение языковой картины мира.....	9
Голотвина Н.В., Царева М.А. Феминитивы. Способы образования в современном французском языке	12
Грошкова И.А. Фонетические стилистические приемы (на материале музыкальных композиций о любви, представленных на Евровидении)	15
Гульяева Г.С., Антипенко О.И. Особенности употребления китайских фразеологизмов типа чэньюй в публицистическом стиле речи	18
Дугарова С.Б., Гарманова М.М. Эволюция китайской письменности: основные черты и причины сохранения иероглифического письма	20
Клепикова Т.А., Меньшов И.С. Корпусный анализ англоязычных конструкций с разделительным вопросом в аспекте лингвотоксикологии.....	23
Ломоносова А.Л., Волков С.В., Постнова В.А. Грамматическое выражение модусной категории эвиденциальности в текстах немецкоязычных СМИ	26
Рафикова Н.Н. Имена российских немцев в топонимах российской Арктики.....	28
Хабдаева А.К., Леонтович К.О. Основные механизмы процесса неологизации в современном китайском языке	31
1.2. Актуальные вопросы переводоведения	34
Верезубова Е.Е., Халилова В.Р. Африканский французский язык: к вопросу специфики перевода	34
Жирова Е.В., Малеева Н.М. Перевод имен персонажей повести Э.Т.А Гофмана "Kleines Zaches, genannt Zinnober" на русский язык	37
Нильсен Е.А., Машко И.К. Проблема передачи формального плана произведения при переводе поэмы Л. Кэрролла «The Hunting of the Snark»	40

Новикова Е.Н., Пропадалина Д.Ю. Грамматические трансформации в машинном переводе (на примере перевода экономических статей журнала «Wirtschaftsdienst»)	44
Палехова О.В., Сапронова С.Ю. Переводческие трансформации метафор в экономическом дискурсе.....	46
Полякова С.Е., Киселева С.В. Юмор и игра слов при переводе кинодиалога (Новогодняя тематика)	48
Решетняк Н.В., Манахова С.О. Локализация названий лучших французских комедий: удачи и провалы	52
Суслова Е.Г., Саакян Д.А. Использование диахронических корпусов в работе переводчика	55
Середа Е.А., Ефремова М.П. Передача сленга при переводе испаноязычных сериалов.....	58
Тимралиева Ю.Г., Набиева Э.Т. Перевод устойчивых словосочетаний в учебно-научном тексте (на примере книги Э. Конвея „Wirtschaftswissenschaft. 50 Schlüsselideen“).....	60
Федюковский А.А. Проблема сохранения оригинальной национально-культурной коннотации переводимого текста	63
Фрейдсон О.А., Петрова П.Б. К вопросу о семантической неоднозначности юридических терминов (на примере французского языка)	66
1.3 Лингвистика текста и дискурса, когнитивная лингвистика.....	69
Алексеева С.П., Шеина Е.А. Роль коммуникативных навыков в переговорном процессе.....	69
Балашова Е.Ю. Методология жанрового аннотирования специального корпуса текстов (на примере UN Corpus)	71
Дугарова С.Б., Рыбаков М.К. Историческое и медийное влияние на восприятие красоты в Китае.....	74
Езан И.Е., Ицкарь К.С. Лингводискурсивная характеристика интернет-комментариев: интратекстуальный уровень (на материале дискурса пандемии Covid-19)	77
Клепикова Т.А., Байбикова Э.Р. Лингвотоксикология, интоксикация и детоксикация или лингвистика здорового человека	80
Кононова И.В., Аджиева З.Г. Аксиологические характеристики жанра англоязычной напутственной речи	83

Кормилина Н.В. Лингвопрагматические особенности употребления сленга и жаргона в англоязычных финансовых журналах	86
Орлянская М.Н. Лингвостилистическая организация дискурса экологической безопасности в британских СМИ	89
Прутких Т.А., Уфимцева К.А. Элементы вэнъянь в китайских заголовках текстов СМИ	92
Сороколетова Н.Ю. Прагмалингвистические параметры речевого акта пожелания в английском языке	94
Суслова Е.Г., Теплякова А.А. Реализация временных значений в книгах жанра <i>Hausväterliteratur</i> XVII в.....	97
Тимралиева Ю.Г., Становихина А.И. Взаимодействие вербальных и невербальных элементов в поликодовом тексте (на примере монографии Т. Саррацина „Deutschland schafft sich ab: Wie wir unser Land aufs Spiel setzen“)	100
Шугаева Н.Ю. Экономические эвфемизмы как вуалирование потенциально кризисных финансовых ситуаций в англоязычном политическом дискурсе	103
1.4 Актуальные вопросы лингвопоэтики	107
Григорьева В.А., Семенихина М.В. Рецепция образов античной мифологии в графическом романе (на примере романа «Persephone: Hades torment»)	107
Коннова М.Н., Эпова А.В. Гипербола как средство экспликации ценностей в произведениях У. Шекспира.....	110
Размашкин И.Ю. Представление о доминанте идиостиля.....	113
Раскова М. А., Герасименко О.В. Социолингвистические факторы в поэтическом тексте как инструмент анализа творческого пути автора	117
Семенихина М.В. Образ огня в поэзии Ф.Г. Томпсона.....	119
Фомкин М.С. Литературное наследие тюркоязычных народов	123
Ходинская М.В. «Лондон времен Елизаветы» Лайзы Пикард как пример геобиографии.....	125
Шипова И.А. Литературный ремейк: опыт краткого анализа	128
Ястребова Ю.В. Образ Прованса в мемуарах Натальи Кончаловской	132

РАЗДЕЛ II. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПЕДАГОГИКИ И ЛИНГВОДИДАКТИКИ	135
Абубакарова Б.М., Набирухина А.В. Метод проектов как образовательная технология формирования системы компетенций специалиста-экономиста на занятиях по иностранному языку	135
Антонова К.Н., Маевская В.А., Горохова Н.Э. Профессиональный иностранный язык: аспекты личности и организации учебного процесса	137
Баранова О.И., Воскресенская И.Н. Важность развития навыка чтения у студентов неязыкового вуза.....	140
Видишева С.К., Ситникова Т.В. Дистанционное обучение в вузе: технологии и модели.....	143
Войлокова Е.А., Агеев С.В., Курукалова Е.С., Тепкеева В.В. Преимущества использования метода взаимного оценивания в высшей школе.....	146
Громова О.Б., Громова А.В. Влияние искусственного интеллекта на развитие современной педагогики.....	148
Гулова Е.К. Технология смешанного обучения деловому иностранныму языку в неязыковом вузе с применением педагогической модели «Перевернутый класс».....	151
Гуль Н.В. Обучение иностранному языку посредством продуктивных инновационных технологий	153
Елистратова Е.Н. Использование кластер-технологии на занятиях иностранныго языка	156
Казачкова Ю.А., Панкова В.Ю. Особенности изучения грамматики английского языка в ВУЗе с помощью онлайн-доски Miro	158
Московкин Л.В. Состояние современных лингводидактических исследований	161
Федюковская М.Г. О ценностных ориентациях и перцептивных особенностях студентов современного вуза	164
Шемякина Е.Ю., Милованова Г.В., Кулышова Н.М. К вопросу о формировании образовательной самостоятельности студентов.....	167

РАЗДЕЛ III. КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ВЫЗОВЫ НАШЕГО ВРЕМЕНИ	171
Аксенов К.В., Виноградова В.Ю. Коммуникационное сопровождение арт-терапии непрофильными учреждениями	171
Багдасарян Д.А. Влияние цифровизации на социальную безопасность общества: факторы и стратегии управления	174
Бардашевич А.А., Медведников С.А. Эффективное использование коммуникационных технологий при подготовке специальных событий	177
Бомбин А.Ю., Смирнов Д.Д. Моушн-дизайн как часть цифровой айдентики бренда	179
Вострикова И.Ю. Концепт «толерантность» в современном медиадискурсе	182
Ефимов А.В. Лингвоюридический анализ рекламы медицинских препаратов	185
Корнилова Е.Е., Крючкова П.К. Крупный бизнес: особенности коммуникационного сопровождения	188
Кривоносов А.Д., Полев В.П. Коммуникационное продвижение компаний сферы недвижимости в Интернете.....	191
Кривцова Е.В., Пятак Ю.А. PR-кампания как инструмент продвижения образовательных услуг	194
Ломакина А.А. Искусственный интеллект и манипулирование общественным мнением в Сети	196
Мухина Н.К., Воспитанник И.В. Экологические аспекты формирования имиджа органа муниципальной власти	199
Рассохина И.Ю., Андриевская А.А. Дизайн-мышление как основа проектирования коммуникационной кампании	201
Сергань Д.О. Изучение идиостилистических особенностей рецензий Т. Москвиной в русле коммуникативной стилистики публицистического текста.....	204
РАЗДЕЛ IV. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И ЭКОЛОГИИ	208
Амосов М.И., Сафина С.С. Историко-географические факторы демографического лидерства Китая	208

Балабейкина О.А., Янковская А.А., Патрашова А.Д. Туристская привлекательность Центральной Мексики.....	210
Гаврилова К.С., Исаенко К.С. К вопросу о борьбе с бедностью в Мексике	212
Корнекова С.Ю., Гладкий Ю.Н. О многомерности трансформационной модели российской экономики	215
Малинин А.М., Константинова Н.Н., Белова Т.М. Подходы к оценке социальной эффективности рекреационного кластера	218
Романова А.Н. «Прямая линия губернатора» – инструмент формирования региональной повестки дня	222
Семенок Я.С., Сафина С.С. Автомобильные кластеры Китая	224
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	227

РАЗДЕЛ I. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОЛОГИИ

1.1. Актуальные вопросы фонетики, лексикологии, грамматики, жанровой стилистики

Е.Е. Верезубова, М.Э. Ююкина,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

c_verezubova@mail.ru

УДК 81'373.43

Зоонимы в средневековых французских текстах как отражение языковой картины мира

В статье рассматривается роль зоонимов в понимании средневекового лингвокультурного контекста Франции. Животные часто служат зеркалом человеческих качеств и поведения, поскольку их реакции проявляются более ярко и непосредственно. Символическое значение зоонимов позволяет лучше понять язык-культуру французского средневековья.

Ключевые слова: зоонимы, язык-культура, символизм, эмоциональная оценка, ценности средневекового общества.

Средневековая Франция представляет собой период, богатый культурными и социальными изменениями, который оказал значительное влияние на литературу и искусство. Эта эпоха, простирающаяся примерно с V по XV век, характеризуется как время рыцарства, религиозных войн и развития городов. В культурном плане средневековье было периодом, когда христианство и феодальная система сыграли ключевую роль в формировании общественных ценностей и идей [5].

Зоонимы в средневековой литературе и культуре играли особую роль. Животные не только служили символами определенных человеческих качеств, но и отражали более широкие религиозные и социальные убеждения. Например, лев часто использовался для обозначения силы и власти, в то время как лисица ассоциировалась с хитростью и изворотливостью. Эти символические значения были хорошо известны средневековому читателю и играли ключевую роль в передаче моральных уроков и идей [3; 5].

Исследователь средневековой культуры Жак Ле Гофф отмечал, что животные в средневековой символике часто служили метафорами для социальных и религиозных концепций [2]. В романах, например, животные часто использовались для изображения человеческих пороков и добродетелей, что помогало читателям усвоить уроки о морали и этике. Эта традиция нашла свое отражение в таких произведениях, как «Роман о Ренаре», где

поведение и характеристики животных символизируют различные аспекты человеческой натуры.

Также следует учитывать, что зоонимы в средневековых текстах часто использовались для критики существующих социальных норм и иерархий. Произведения, такие как «Роман о Ренаре», часто содержали в себе скрытую сатиру и критику социальных порядков, используя животных в качестве аллегорий на реальных людей и события. Это позволяло авторам обходить цензуру и выражать свои взгляды под маской фантастических историй [1].

Остановимся подробней на символизме зоонимов в «Романе о Ренаре». Основные персонажи «Романа о Лисе» представляют собой животных, каждое из которых имеет уникальное символическое значение, тесно связанное с их характеристиками в народной культуре и литературных традициях. Центральный персонаж, лис Ренар, символизирует хитрость, изворотливость и интеллект. Его способность маневрировать в сложных ситуациях и обманывать других животных выступает как метафора смекалки и умения выживать в самых трудных условиях. Имена героев также символичны: Ренар (*Renart*) – имя германского происхождения: *Reginhart*, которое состоит из двух элементов *ragin* («совет»), и *hart* («сильный») [4]. Таким образом, мы получаем значение «сильный советом», то есть умник, пройдоха. Эти качества настолько прочно связаны с лисом, что имя собственное *Renart* стало именем нарицательным и вытеснило существительное *goupil*.

Имена других персонажей тоже весьма красноречивы: волк Изенгрим, лев Нобль, кабан Босан, осел Бернар, петух Шантеклер. Волк Изенгрим часто ассоциируется с жадностью и агрессией. Имя Изенгрим (*Ysengrin*) имеет англо-саксонское происхождение и содержит элементы *isen* («железо») и *grim* («яростный», «неистовый»). *Noble* («дворянин», «благородный») ассоциируется с властью и справедливостью, имя осла Бернар в старофранцузском языке имело значение «глупый, наивный» [4]. Каждое животное в романе символизирует определенные человеческие качества, и их взаимодействие в рассказе иллюстрирует сложные социальные взаимоотношения [7].

Использование зоонимов свойственно не только сатирическим, пародийным произведениям. Они встречаются также в средневековом эпосе и романах. К примеру, в «Песне о Роланде» зоонимы часто упоминаются как символы силы и благородства, отражая героические качества рыцарей.

Как известно, для воина особое значение имеет его боевой конь (во французском языке для его обозначения используется существительное *destrier*, от лат. *dextra* («правая») (рука). Именно правой рукой конюший вел лошадь рыцаря. Выбор имени для боевого коня, несомненно, символичен.

Герои «Песни о Роланде» сражаются на конях по имени *Passecerf* («перегоняющий оленя») – имя коня рыцаря Жерье; *Tencedure* («жестокая битва» – от старофранц. *tence*, f – «битва») – имя коня Карла; *Veillantif* (от старофранц. *veillant* – *vigilant* – «бдительный») – имя коня Роланда, тогда как боевой конь врага, «нехристя» мавра Малькиана именуется *Salt Perdet* («проигранная битва» – от старофранц. *salt* – *assaut* («осада», «взятие»)) [4].

Поскольку в старофранцузских эпических произведениях главными героями были воины, а главным местом событий – поле битвы, то и параллельный мир – мир образов и символов, представляет собой поле битвы, где побеждает сильнейший. Например, положительные герои сравниваются с животными-охотниками, среди которых особое место принадлежит льву (*plus fier que lion*) и леопарду (*lieparz*). Первому приписывается гордость, сила, величественность, второму – дикая, необузданная яростью. Сарацины, убегающие в поля битвы, представлены как убегающие олени: *Si cum li cerfs s'en vait devant les chiens / Devant Rollant si s'en fuient paiens* [6].

К побежденному врагу или предателю испытывают презрение. Для его характеристики используют либо имя существительное *beste*, либо название конкретного животного, с которым можно обращаться как угодно: *E si li metent el col un caegnum / Si l'encaeinent altresi cum un urs* (и ему завязывают на шее цепь, и привязывают, как медведя) [6].

Таким образом, в средневековых текстах зоонимы выполняют важную роль в передаче ключевых тем и идей. Они не просто добавляют к произведениям художественную выразительность, но и служат важным инструментом для обсуждения и осмыслиения более глубоких вопросов, связанных с моралью, общественными нормами и человеческими чувствами. Это подчеркивает, что средневековые французские тексты использовали зоонимы не только как средство украшения или развлечения, но и как мощный способ обобщения идей и ценностей своего времени.

Библиографический список

1. Алле Ж.-Р.-М. Приключения Лиса Патрикевича / Ж.-Р.-М. Алле. Пер. с фр. Гранстрем Э. А., илл. Б. Рабье. М.: Эксмо, 2013. – 168 с.
2. Ле Гофф Ж. Средневековый мир воображаемого / Ж. Ле Гофф. Пер. с фр. / Общ. ред. С.К. Цатуровой. М.: Изд. группа «Прогресс», 2001. – 440 с.
3. Пастуро М. Символическая история европейского Средневековья / М. Пастуро. Пер. с фр. Е. Решетниковой. СПб.: Александрия, 2013. – 448 с.
4. Centre national des ressources textuelles et lexicales [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cnrtl.fr/> (дата обращения: февраль 2024).
5. Dufournet, J . Fabliaux du Moyen Âge. Présentation, traduction inédite, notes, bibliographie, chronologie et index / J. Dufournet. – Paris: Flammarion, 1998.
6. Chanson de Roland / Publ. d'après le manuscrit d'Oxford et traduite par Joseph Bédier. – Paris: Edition d'art, 1922. – 322 p.
7. Le Roman de Renart; Le Roman de la Rose: Analyse et meilleures pages. – Paris: La Renaissance du Livre, s. a. – 159 p.

E. Verezubova, M. Yuyukina,
St. Petersburg, Russia

Zoonyms in medieval French texts as a reflection of the linguistic picture of the world

The article examines the role of zoonyms in understanding the medieval linguocultural context of France. Animals often serve as mirrors of human qualities and behavior, since their reactions are more vivid and immediate. The symbolic meaning of zoonyms allows us to better understand the language-culture of the French Middle Ages.

Keywords: zoonyms, language-culture, symbolism, emotional assessment, values of medieval society.

Н.В. Голотвина, М.А. Царева,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
ngolotvina@rambler.ru

УДК 811.133.1

Феминитивы. Способы образования в современном французском языке

В статье рассматриваются механизмы образования феминитивов во французском языке, их диахронический и синхронический аспекты и процессы, влияющие на необходимость принятия новых форм.

Ключевые слова: феминитивы, французский язык, женский род существительных, феминизация названий должностей и профессий.

Процесс морфологизации рода во французском языке шел постепенно. Существительные женского рода обозначали женщин той или иной профессии и жен представителей определенных профессий. В «Книге податей Парижа» за 1296-1297 годы отмечены следующие существительные: *bouchere, boutonniere, chambriere, chandelier*, и т.д.

С появлением грамматик в XVII веке этот процесс продолжился. Формы женского рода уже существовали, но не получили развития:
 « Il faut dire, cette femme est Poëte, est Philosophe, est Medecin, est Auteur; & non Poëtesse, Philosophesse, Medecine, Autrice. » [2, c.163-164]
 (Il faut dire, cette femme est poète, est philosoph, est médecin, est auteur; et non poétesse, philosophesse, médecine, autrice etc.)

В 1960-х годах благодаря социальной эволюции механизм феминизации приобрел широкий резонанс. В 1984 году была создана комиссия по

феминизации наименований профессий, должностей, титулов и званий (La Commission de la féminisation des noms de métiers, fonctions, grades ou titres). В 2000х активно обсуждались вопросы равенства между мужчинами и женщинами под давлением политических инициатив.

Однако эта лингвистическая эволюция даже сегодня отвергается частью общественного мнения вследствие идеологических и лингвистических причин – если слово образовано не по правилам или оно неблагозвучно (ср. директорша, директриса; другиня, врагиня).

Так, например, слова мужского рода на -eur принимают в женском окончание -trice (из латинского -tor / -trix). Во французском языке есть множество слов, образованных по этому правилу и не вызывающих споров: *directeur – directrice, acteur – actrice*, и т.д. Сегодня же от слов на -eur, -eur предлагают образовать женский род путем добавления -e: *docteure, ingénieure, procureure* и т.д. (как если бы в русском языке добавили «-а» к форме мужского рода – доктора, автора, инженера).

Во французском языке существует множество слов на -e, имеющих одну форму для обоих родов и не вызывающих вопросов: *architecte, cardiologue, fleuriste, comptable, psychiatre* и т.д.

Деривация женских форм от мужских с добавлением -e распространена сегодня в Канадском французском – *une professeure, une auteure*, но также зафиксирована словарями во Франции в 2000-х годах.

В странах-франкофонах полемика о форме женского рода существительных идет вокруг следующих вариантов: добавления -e: *auteur – auteure*; суффиксов -trice/ -euse/ -esse: *auteur – autrice*; использования формы мужского рода, но артикля женского рода *un auteur – une auteur* (что вновь вызывает споры в конструкциях, где артикль опускается – *elle est auteur*).

Если для одних существительных многообразие вариантов – это только вопрос выбора более благозвучной формы (*écrivain, écrivaine, écriveuse*), то для других образование женского рода существительных по сложившимся правилам становится невозможным. Так, слово врач – *médecin* при добавлении -e уже обозначает медицинскую науку – *médecine*. Слово *chauffeur* (шофер, водитель, истопник) не имеет ничего общего с *chauffeuse* (кресло для сидения у камина).

Формы женского рода могут обозначать не только профессию, но и супругу мужчины, занимающегося определенной профессией: *la générale* – генеральша, жена генерала – *pharmacienne* – жена фармацевта. В настоящее время использование слов с таким значением встречается все реже и скорее в разговорной речи.

Так же феминитивы приобретают часто негативное значение – *courtisan* – придворный; *une courtisane* – это уже куртизанка. С этим же значением используют слова *une masseuse, une professionnelle, une coureuse* и т.д. Такие исторически сложившиеся коннотации достаточно прочно закрепились

в языке и поднимают еще одну проблему – изменение значения уже существующего слова [1, с. 7].

Язык – живой организм, постоянно меняющийся и подстраивающийся под требования времени. Но новообразования не всегда принимаются обществом. Возможно, новая волна феминизации названий должностей и профессий как раз тот случай, когда изменения не получат широкого распространения. Уже сегодня по проведенным опросам можно заметить, что не все представительницы различных профессий яростно отстаивают необходимость создания второй формы таких существительных. Так, некоторые женщины врачи негативно принимают обращение «*médecine*» или «*doctoresse*» [3].

Приведет ли процесс феминизации к маскулинизации профессий? Например, слово *sentinelle* (часовой, караульный) во французском языке женского рода. В русском слова *балерина* и *машинистка* тоже имеют только форму женского рода.

Необходимо ли изобретать новые варианты к старым формам? Язык, как зеркало настроений в обществе, отражает актуальные тенденции, но оставляет общезначимые изменения, отбрасывая несущественные.

Библиографический список

1. Верезубова Е.Е., Фрейдсон О.А. Феминитивы во французском языке: социально-исторический и эмоционально-оценочный аспекты / Е.Е. Верезубова, О.А. Фрейдсон // Французский язык на перекрестке культур: актуальные вопросы и перспективы исследования. – Витебск, ВГУ, 2021. – С. 5–8.
2. Boisregard N. A. de. Reflexions sur l'usage présent de la Langue Françoise ou Remarques Nouvelles & Critiques touchant la politesse du Langage / N. A. de Boisregard // Laurent d'Houry, 1692. – 513 p.
3. Le quotidien du medecin [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lequotidiendumedecin.fr/loisirs/quel-est-le-feminin-de-medecin-reponse> (дата обращения: январь 2024).

N. Golotvina, M. Tsareva,
St. Petersburg, Russia

Feminitives. Ways of their forming in modern French

In this article is considered the mechanisms of formation of feminitives in the French language, their diachronic and synchronic aspects and processes influencing the need to adopt new forms.

Keywords: *feminitives, feminine words, French language, feminine gender of nouns, feminization of job titles and professions.*

И.А. Грошкова,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
 groshkova.ilona@inbox.ru

УДК 811.11-112

**Фонетические стилистические приемы
 (на материале музыкальных
 композиций о любви, представленных на «Евровидении»)**

В статье рассматривается реализация фонетических стилистических приемов на материале представленных на песенном конкурсе «Евровидение» музыкальных композиций, темой которых является любовь.

Ключевые слова: Евровидение, песенный материал, фонетические стилистические приемы, ономатопея, аллитерация.

Песенный конкурс «Евровидение» – конкурс эстрадной песни среди стран-членов Европейского вещательного союза. В конкурсе принимает участие один представитель от каждой страны, который одержал победу в отборе внутри своей страны. Победитель «Евровидения» определяется после выступления всех участников в финале посредством телеголосования и голосования членов жюри. «Евровидение» выполняет ряд задач, среди которых, во-первых, объединить страны Европы с учетом их культурной диверсификации и культурного плюрализма, а во-вторых, популяризовать создание оригинальных музыкальных композиций в области поп-музыки.

Являясь универсальным языком, музыка объединяет представителей разных культур и национальностей, она способна облегчить страдания в трудные времена, вселить надежду и поднять настроение. Музыка способна наглядно рассказать об обществе, в котором она была создана. Она содержит в себе уже пережитый опыт, но в то же время создает новый опыт для слушателя, вызывая у него определенные чувства и эмоциональный отклик. Миссию музыки прекрасно описал Виктор Гюго: «Музыка выражает то, что нельзя сказать, но о чём невозможно молчать». С этой мыслью невозможно не согласиться, ведь музыка – это язык эмоций.

Принципиальным моментом при отборе музыкальных композиций на конкурс является их оригинальность и уникальность: авторская песня должна быть специально создана для конкурса и не должна находиться в публичном доступе до определенной даты. Авторы песен (сонграйтеры) нацелены на создание композиции, которая не оставит равнодушным максимально возможное количество слушателей. Для этого они, как правило, пишут о том, в чем чувствуют себя уверенно. Это может быть личный опыт, чувство или посыл, который необходимо донести до слушателя. В достаточно внушительном количестве песен на «Евровидении» раскрывается

тема любви. Она показана с разных сторон: несчастная любовь, влюбленность, страсть, счастливые романтические отношения. Любовь вдохновляет людей, а музыка помогает показать ее многогранность и рассказать свою историю любви от первого лица.

Для достижения своей цели авторы песен используют различные стилистические средства (фонетические, грамматические, синтаксические). Создавая тексты песен, авторы принимают во внимание основные принципы фоносемантики (направление в лингвистике, предметом изучения которого является звукоизобразительная система языка [1]). Один из принципов сформулирован следующим образом: некоторые звуки благодаря своим артикуляционным и акустическим характеристикам могут пробуждать у слушателя определенные идеи, чувства и образы. Кроме того, определенная последовательность звуков позволяет тексту выполнять свою эстетическую функцию [2].

Рассмотрим основные фонетические средства стилистики и их реализацию на примере песенного материала, темой которого является любовь. И.Р. Гальперин выделяет ономатопею, аллитерацию, рифму и ритм, однако в наибольшей степени музыкальное сопровождение мысли автора создается при помощи первых двух средств. Под *ономатопеей* принято понимать процесс звукоподражания, то есть воспроизведение звуков, издаваемых природой, техникой, человеком и животными [2, с. 124]. *Аллитерация* представляет собой фонетический стилистический прием, ориентированный на придание высказыванию мелодического эффекта. Суть этого приема заключается в повторении схожих звуков, в частности согласных, особенно в начале следующих друг за другом слов [2, с. 126].

Финская певица Криста Сиегфридс выступила со своей песней «Marry Me» («Женись на мне») на «Евровидении» в Швеции в 2013 году. В этой музыкальной композиции певица рассказывает о своем жгучем желании выйти замуж, о чем на протяжении всей песни она сообщает своему возлюбленному. Настойчивость и твердость намерения в песне передана при помощи аллитерации (повторения согласного звука [w]) в вопросе, который, в свою очередь, повторяется несколько раз («**Whatchu waiting, whatchu waiting, whatchu waiting, whatchu waiting for?**»). Желание как можно скорее связать себя узами брака также видно и в ритмическом рисунке песни. Большинство слов односложные и двусложные, звучат достаточно резко, поскольку первый слог является ударным («*I feel like a sinner, skipping dinner to get thinner*»; «*I'll play your game, I'll change my last name*»). Создается ощущение напора и нежелания отступать от своей идеи. Для этой цели также используется прием ономатопеи: фраза «**ding dong**» является имитацией звонка в дверь. Певица словно готова на все, даже настойчиво звонить в дверь, чтобы «достучаться» до своего кавалера.

Еще одним наглядным примером использования фонетических стилистических приемов в песне является музыкальная композиция «Boom Bang-a-Bang», с которой шотландская певица Лулу выступила на конкурсе «Евровидение» в 1969 году в Испании и одержала победу. В песне она говорит о своих ощущениях, когда ее любимый человек рядом. Ее влюбленность, женская мягкость удачно переданы при помощи аллитерации, а именно повторения согласного звука [k] («Come closer and cuddle me tight»). Интенсивность пылких чувств певицы по отношению к ее партнеру можно наблюдать на примере использованного стилистического приема ономатопеи, который есть как в названии песни, так и в самом тексте. «**Boom bang-a-bang**» – так описано учащенное сердцебиение при непосредственной близости объекта вздохания. Здесь также можно наблюдать и аллитерацию: многократное использование звука [b] создает впечатление ритмичности, четкого строя, подобно тому, как стучит сердце влюбленного человека. Такое сердцебиение является результатом увеличения частоты сердечных сокращений и последующего выброса адреналина.

Таким образом, фонетические стилистические приемы помогают сделать музыкальную композицию запоминающейся, позволяют нарисовать картинку событий, описанных в песне, в сознании слушателя и лучше прочувствовать то, чем хочет поделиться исполнитель.

Библиографический список

1. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов: Изд. 5-е, испр.-е и дополн. / Т.В. Жеребило. – Назрань: Изд-во «Пилигрим», 2010. – 486 с.
2. Galperin I.R. English Stylistics / I.R. Galperin. – M.: URSS, 2018. – 336 p.

I. Groshkova,
St. Petersburg, Russia

Phonetic stylistic devices (based on the material of musical compositions about love presented at the Eurovision Song Contest)

The article examines the implementation of phonetic stylistic devices based on the material of musical compositions presented at the Eurovision Song Contest, the theme of which is love.

Keywords: Eurovision Song Contest, song material, phonetic stylistic devices, onomatopoeia, alliteration.

Г.С. Гульяева, О.И. Антипенко,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
galina-gultyeva@yandex.ru

УДК 811.581

Особенности употребления китайских фразеологизмов типа чэньюй в публицистическом стиле речи

В статье рассматривается специфика употребления китайских фразеологических единиц чэньюй в публицистических текстах китайских современных изданий СМИ, анализируются их функциональные особенности и коннотативные значения.

Ключевые слова: китайский язык, фразеологизм, чэньюй, публицистический стиль, СМИ КНР.

Актуальность данного исследования продиктована важностью изучения фразеологических единиц китайского языка для формирования профессиональных навыков и лингвокультурологических компетенций будущих переводчиков. Этот пласт китайского языка представляет целый ряд трудностей при изучении, вместе с тем, является необходимым для ведения успешной межкультурной коммуникации. Анализ и интерпретация фразеологических единиц может помочь глубоко понять нравственно-ценостную основу китайского общества и национальную языковую картину мира.

Китайские фразеологизмы *шуюй* 熟语 являются частью самобытного культурно-исторического наследия китайского народа, во всей полноте отражают народную мудрость и специфику китайского языка. Фразеологическая система китайского языка включает в себя несколько типов фразеологических единиц, их основную часть составляют идиомы чэньюй 成语 (дословно означает «готовые выражения»), которые используются не только в устной, но и в письменной речи. Основными источниками фразеологического фонда являются устное народное творчество (фольклор) и письменная литература.

Идиомы чэньюй построены на основе архаичной лексики и грамматических норм старого литературного языка вэньяня. В большинстве случаев идиомы чэньюй представляют собой четырехсложную структуру, которая также может удваиваться, обладающую семантической целостностью и неразрывностью включенных в нее компонентов. [1, с. 98] Характерными особенностями фразеологизмов типа чэньюй являются образная основа, метафоричность, экспрессивность. Идиомы чэньюй придают речи стилистическую выразительность, в зависимости от семантического значения создают определенные эмоционально-экспрессивные оттенки.

Идиомы чэньюй широко употребляются в различных функциональных стилях. Наиболее широко они представлены в публицистическом стиле (政论语体), предназначенном для освещения современной общественно-политических событий. Ему одновременно присущи точность и правдивость в изложении фактов и художественная образность.

Для анализа специфики функционирования идиом чэньюй в публицистических текстах авторами были изучены статьи в таких ведущих информационных агентствах как «新华网» («Синьхуа») «人民网», («Жэньминь»). Обратимся к некоторым примерам употребления идиом чэньюй в текстах новостных изданий:

Председатель КНР Си Цзиньпин говоря о «государственной системе и институтах национальной районной автономии» [4], использует идиому 六合同风 (обычаи и культура во всех частях света одинаковые), которая точно и образно передает идею «национального культурного единства».

Чэньюй в публицистических текстах зачастую обладают отрицательной коннотацией. Нередко благодаря идиомам текст приобретает негативный тон, долю иронии или насмешки. В статье «Прощай, Стюарт», опубликованной 18 августа 1949 года, Мао Цзэдун обрушился с критикой на правительство США, политика которого была направлена на разжигание гражданской войны в Китае. В своем высказывании Председатель Мао употребил идиому 嗟来之食, которую буквально можно перевести как «брошенная пища» [6]. В переносном смысле данный чэньюй имеет значение «принять унизительное подаяние»: «美国人在北平，在天津，在上海，都洒了些救济粉，看一看什么人愿意弯腰拾起来。太公钓鱼，愿者上钩。嗟来之食，吃下肚子要痛的» (Американцы оказывали помощь людям в Пекине, Тяньцзине и Шанхае, чтобы проверить, кто захочет воспользоваться ею. Тайгун ловит рыбу, и желающие клюнут на наживку. Если ты примешь это подаяние, у тебя могут возникнуть проблемы). В данном отрывке идиома добавляет негативную окраску и раскрывает сарказм и язвительный тон автора в оценке описываемых событий.

Идиома «举世瞩目» (Привлечь внимание всего мира) в тексте поздравительной речи Цзян Цзэминя по случаю запуска проекта «Газопровод Запад-Восток» в 2002 г. [2] подчеркивает важное международное значение данного события для Китая.

Таким образом, идиомы чэньюй помогают создавать определенный авторский тон, передавать разные акценты и оценочные характеристики. Умение правильно воспринимать и использовать в межкультурной коммуникации фразеологизмы является важной задачей при обучении иностранному языку.

Библиографический список

1. Баранова З. И. Чэньюй как разряд фразеологизмов китайского языка. / З.И. Баранова / Дис. на соиск. уч. ст. к. филол. н. – М.: Ин-т востоковедения, 1969. – 234 с.
2. 江泽民。《江泽民致信祝贺西气东输工程全线开工》// 文章. "新华网" 2002 年 07 月 4 日／新华网 (Цзян Цзэминь. «Поздравительное письмо Цзян Цзэминя в честь начала работ по строительству газопровода Запад-Восток»//статья в новостном интернет-издании «Синьхуа» [Электронный ресурс]. – URL: <https://news.sina.com/c/2002-07-04/1821625587.html> (дата обращения: 12.02.2024)).
3. 柳江南。毛泽东《别了，司徒雷登》// 文章. "解放军报" 2013 年 10 月 14 日／人民网. (Лю Цзяннань. «Мао Цзэдун. «Прощай, Стюарт» // статья в газете «Народно-освободительной армии Китая» // Новостное интернет-издание «Жэньминь», 2013. [Электронный ресурс]. – URL: <http://politics.people.com.cn/n/2013/1014/c1026-23197886.html> (дата обращения: 12.02.2024)).
4. 习近平：坚持和完善人民代表大会制度，保障人民当家作主。2012 年 12 月 04 日. (Си Цзиньпин: Поддерживать и совершенствовать систему Всекитайского собрания народных представителей, позволить народу ощущать себя хозяином страны, 04.12.2012). [Электронный ресурс]. – URL: <http://app.people.cn/h5/detail/normal/5672591596602368> (дата обращения 10.02.2024).

G.S. Gulyaeva, O.I. Antipenko,
St. Petersburg, Russia

Features of the use of Chinese phraseological units such as chengyu in the journalistic style of speech

The article examines the specifics of the use of Chinese phraseological units chengyu in journalistic texts of Chinese modern media publications, analyzes their functional features and connotative meanings.

Keywords: Chinese language, phraseology, Chengyu, journalistic style, Chinese media.

С.Б. Дугарова, М.М. Гарманова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
sveta.sod@gmail.com

УДК 811.581

Эволюция китайской письменности: основные черты и причины сохранения иероглифического письма

В статье рассматривается необходимость сохранения китайской иероглифической письменности в современном мире. Эволюция иероглифической письменности

в разные эпохи отражает и воссоздает картину жизни китайского общества, определяет влияние и взаимосвязь иероглифического письма в рамках развития его культуры. На протяжении всей истории эволюции письменность являлась неотъемлемой частью жизни китайского народа, была средством фиксации, передачи информации и культурного опыта.

Ключевые слова: китайский язык, иероглифическая письменность, культура, Китай, эволюция иероглифов.

В современном мире происходят глобальные и региональные изменения. КНР становится не только важным торговым партнером, но также расширяется его влияние в политических и культурных сферах. Модернизационные процессы влияют на облик социокультурной среды, и ввиду популярности искусственного интеллекта, традиционный подход все чаще уходит на второй план. В период глобализации, на пути ко всемирному информационному пространству происходят процессы стандартизации и упрощения. Сейчас важным аспектом становится лёгкое и быстрое постижение новых знаний. И именно поэтому важно поднимать вопрос о сохранении ценнейшего культурного аспекта – иероглифической письменности.

В настоящее время с увеличением числа людей, изучающих китайский язык, растет интерес к эволюции китайской письменности. Этим аспектом культуры также интересовался ряд ученых-лингвистов, как советских, так и зарубежных. В своем труде «Графическая система китайских иероглифов» Васильев В.П. [3] делает акцент на системное изучение развития иероглифа, в то время как Ван Най в своей работе «История китайских иероглифов» [2] рассматривает данную тему в контексте социокультурного развития. Исследуя древние тексты и записки, культурологи и языковеды оставляют множество материалов для дальнейшего изучения культурных особенностей происхождения и эволюции китайской письменности.

Происхождение и формирование китайской иероглифической письменности – результат долгой и основательной работы, результативной общественной практики. Нельзя точно определить возраст китайских иероглифов, как и сказать точную дату их возникновения [2, с 7]. Некоторые учёные считают, что иероглифы существуют уже около 6000 лет, но возраст китайской письменности постоянно уточняется. Важными вехами в истории эволюции китайских иероглифов стали стили цзягуэнь, цзиньвэнь, чжуаньшу, лишу, каошу, цаошу и синшу. [1, с 7]. Каждый этап развития иероглифической письменности характеризуется своими уникальными чертами и особенностями, закрепляет определенные принципы и правила письма.

Китайская письменность неоднократно претерпевала трансформации и нововведения на различных этапах китайской истории и претерпела несколько значимых этапов стандартизации, которые значительно повлияли на дальнейшее развитие письменности в Китае. Одним из таких

этапов в развитии письменности является ее унификация и реформа в период объединения Китая империей Цинь (III до н.э.). Императором были введены единые стандарты иероглифов и установить стиль сяочжуань, как единый для всей страны. [1, с 12]. К стандартизации письменности вновь приступили во времена повторного объединения государства в период династий Суй и Тан (VIII-X вв.). Период, характеризующийся множеством реформ, нововведений в сфере науки и литературы, что привело к стандартизации письменности и закреплению определенного стиля [2, с. 41-42].

Переломным моментом в китайской письменности считается реформа XX века. После провозглашения Китайской Народной Республики 1 октября 1949 г. появилось множество возможностей для развития лингвистической науки, началась официальная работа по упрощению иероглифической письменности и с этого момента начался новый этап стандартизации, целью которого было способствование развитию страны в политической, экономической, культурной и других сферах. Из «Первой таблицы упрощенных иероглифов» ответственный за проект Комитет, вывел пять принципов упрощения: 1) стандартизация (систематизация уже имеющихся общеупотребительных простых формы иероглифов, но не устранение разнописных вариантов иероглифов); 2) следование обычаям и простоте; 3) практичность; 4) надлежащая художественность; 5) стабильность. Благодаря реформе изучение иероглифов стало намного доступнее, что привело к уменьшению безграмотности, по сравнению со временем, когда использовался традиционный вариант иероглифической письменности [4].

В настоящее время в китайском языке все больше отдается предпочтение цифровым способам передачи информации. Это оказывает сильное влияние на традиционные устои, происходит утрата исторического, культурного в иероглифическом письме. Процесс практического постижения иероглифического письма утрачивает смысл, так как он уже не воспринимается как процесс овладения культурным достоянием китайского народа. Необходимость сохранения иероглифического письма на сегодняшний момент не может быть оспорена, ведь именно иероглифическое письмо на протяжении всей истории эволюции китайской цивилизации сопровождало и неразрывно существовало в тесной связи с китайской культурой. Таким образом, китайская культура не может существовать без иероглифической письменности. Письменность, развивавшаяся в Китае на протяжении нескольких тысячелетий, глубоко укоренилась как в сознании, психологии китайского народа так и в жизни. Поэтому необходимость иероглифической письменности заключается в сохранении культуры китайской цивилизации.

Библиографический список

1. Арекеева, Ю. Е. Основы иероглифического письма. Учеб. Пособие / Ю.Е. Арекеева. – Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2020. – 88 с.
2. Ван Най История Китайских Иероглифов / Най Ван. – М.: ООО «Шанс», 2017. – С. 191.
3. Васильев В. П Графическая система китайских иероглифов: Опыт первого кит.-рус. словаря / Васильев В. П. – Санкт-Петербург: лит. Н. Тиблена и К° (Н. Неклюдова), 1867. – 456 с.
4. 汉字简化方案, (Ханьцзы цзяньхуа фан'ань, Проект упрощения иероглифов от 28.01.1956) [Электронный ресурс]. URL: <http://wenku.baidu.com/view/471de27f866fb84ae45c8dd5.html> (дата обращения: 01.12.2023).

S. Dugarova, M. Garmanova,
St. Petersburg, Russia

The evolution of Chinese writing: the main features and reasons for the preservation of hieroglyphic writing

The article discusses the need to preserve Chinese hieroglyphic writing in the modern world. The evolution of hieroglyphic writing in different eras reflects and recreates the picture of the life of Chinese society, determines the influence and interrelation of hieroglyphic writing within the framework of the development of its culture. Throughout the history of evolution, writing has been an integral part of the life of the Chinese people and has been a means of recording and transmitting information and cultural experience.

Keywords: Chinese language, hieroglyphic writing, culture, China, evolution of hieroglyphs.

Т.А. Клепикова, И.С. Меньшов,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
klepikova.t@unecon.ru

УДК 811.11-112

Корпусный анализ англоязычных конструкций с разделительным вопросом в аспекте лингвотоксикологии

В статье рассматриваются разделительные вопросы в английском языке как средство реализации эксплицитной/имплицитной токсичности в речи.

Ключевые слова: разделительные вопросы, лингвотоксикология, имплицитная/эксплицитная токсичность.

Исследования в области лингвотоксикологии как раздела лингвоэкологии [2, 3, 5] направлены на выявление и описание широкого круга фактов

языка и речевой деятельности, негативно влияющих на систему (или подсистемы) языка, речевое общение, отношения между коммуникантами. К этим фактам относятся случаи нарушения норм морфологии, синтаксиса, орфоэпии, орфографии, проникновение в сферу нормированной речи (литературного языка) жаргонизмов, вульгаризмов, обсценной лексики, а также случаи речевой агрессии, манипуляции (троллинг, газлайтинг, харассмент и под.). В лингвотоксикологии принято разграничивать эксплицитные и имплицитные маркеры токсичности. Токсичность эксплицитного плана характерна прежде всего для лексических единиц, которые могут иметь словарные пометы, фиксирующие узальные негативные оценочные коннотации или стилистически сниженную лексику. Под токсичностью имплицитного плана понимают эвфемизмы, окказионализмы, иронию, сарказм и подобные явления.

Насколько можно судить по существующей литературе, отдельно грамматические явления в контексте лингвотоксикологии не рассматриваются, несмотря на то, что ирония и сарказм нередко реализуются при помощи морфосинтаксических конструкций (например, риторических вопросов). Кроме того, в онлайн-сообществах отмечается появление таких образований, как *toxic grammar*, *grammar toxins* в значении «трудный для понимания/употребления, наносящий вред пониманию» (*What is this sentence trying to say? Toxic grammar, I need an anti-oxidant!*). Соответственно, под грамматическими токсинами понимаются грамматические явления, сложные для восприятия, понимания, употребления не-носителями языка (например, герундий, формы инфинитива и под.).

Предметом нашего исследования являются проявления токсичности в межличностном общении (различные виды речевой агрессии, манипуляции, троллинг, газлайтинг, ликоущемляющие речевые акты) в формате разделительных вопросов (*disjunctive questions*, *tag-questions*). Прагматическая составляющая семантики разделительного вопроса достаточно давно интересовала лингвистов (см. обзор в [1]). Данные конструкции рассматривались с точки зрения речевого этикета, ориентации на определенные социокультурные нормы англоязычного речевого общения, реализации определенной интенции говорящего – информационной, этикетной, корректирующей [1: 79-80]. В то же время нередки случаи употребления разделительного вопроса для маркировки иронии, угрозы, негативного эмоционального отношения (недовольство, упрека), троллинга.

Запрос на подтверждение заявленной в основной части конструкции информации нередко оказывается сигналом (намеком) на то, что собеседник владеет информацией, но не видит (или не хочет видеть, делает вид, что не замечает) очевидного, например:

You know who she is, don't you? (BNCweb A0D 32)

К ироничным следует отнести высказывания в формате разделительного вопроса, основная часть конструкции которых содержит общеизвестный факт (солнце всходит на востоке, не так ли?), например:

The theatre is always larger than life, isn't it? (BNCweb A06 1809);

Which rather like saying that slum dwellers would rather live in the slums than anywhere else – there they are in the slums, aren't they? (BNCweb A05 1121);

Ah, so that's the way the wind blows, is it? (BNCweb A0D 2913).

К проявлениям недовольства (упрека) можно отнести конструкции с модальными глаголами:

Might have warned me then, mightn't you? (BNCweb).

Отдельного внимания в контексте токсичности заслуживают конструкции, полярность которых имеет модель отрицание-утверждение (negative-positive polarity), демонстрирующие очевидные признаки так называемых ликоущемляющих речевых актов:

You didn't want to win their lousy prize, did you? (BNCweb A08 813);

You'll never want anything of me, will you? (BNCweb A6J 664);

Can't work your fucking washing machine, can I? (BNCweb);

You aren't drinking my apple juice, are you? [4].

Прагматически значимой является и интонация разделительных вопросов, поскольку ряд просодических паттернов оказываются маркерами токсичного отношения (к собеседнику или к передаваемой собеседником информации). В целом, предварительный анализ разделительных вопросов на предмет реализации прагматического признака «токсичность» продемонстрировал определенные перспективы в исследовании грамматических единиц в контексте лингвотоксикологии.

Библиографический список

1. Кочетова Л.А., Ильинова Е.Ю., Клепикова Т.А. Лингвопрагматическое исследование разделительного вопроса в англоязычном межличностном общении: корпусный анализ / Л.А. Кочетова, Е.Ю. Ильинова, Т.А. Клепикова // Вестник ВолГУ. Серия 2, Языкоznание. – 2021. – Т. 20. – № 5. – С. 67-86.
2. Сковородников А. П., Копнина Г.А. / А. П. Сковородников, Г.А. Копнина Лингвотоксичные явления в речи и языке // Мир русского слова. – 2017. – №. 3. – С. 28-32.
3. Лингвоэкология: объект, предмет и задачи / В.И. Шаховский, Н.Г. Солодовникова // Русский язык, литература в школе и вузе. – Киев, 2010. – № 1 (31). – С. 22-29.
4. Tottie G., Hoffmann S. Tag Questions in British and American English / G. Tottie, S. Hoffmann // Journal of English Linguistics. – 2006. – № 34. – P. 283–311.
5. Wiegand M., Ruppenhofer J., Eder E. Implicitly Abusive Language – What does it actually look like and why are we not getting there? / M. Wiegand, J. Ruppenhofer, E. Eder // Proceedings of the 2021 Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies. – 2021. – С. 576-587.

T. Klepikova, I. Menshov,
St. Petersburg, Russia

Corpus analysis of tag-questions in English in the context of linguotoxicology

The article deals with tag-questions in English as means of implicit or explicit marking of toxic attitudes in speech.

Keywords: tag-questions, linguotoxicology, implicit/explicit toxicity.

А.Л. Ломоносова, С.В. Волков, В.А. Постнова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
annalomo@yandex.ru

УДК 811.11-112

Грамматическое выражение модусной категории эвиденциальности в текстах немецкоязычных СМИ

В статье рассматривается модусная категория языка, выражающаяся морфологически, а именно с помощью Konjunktiv II и Konjunktiv I, представлена классификация системы языков по способу отображения в них категории эвиденциальности и показательные примеры из текстов немецких СМИ.

Ключевые слова: эвиденциальность, засвидетельствованность, модусная категория, Konjunktiv II, Konjunktiv I.

Многообразие дефиниций и разброс мнений о категории эвиденциальности в лингвистике [1] требуют первоочередно обозначить определение самого понятия, так или иначе отличающегося в разнообразных трактовках лингвистов. Обратимся к определению Р.О. Якобсона, взятого за основу в данной статье: «Засвидетельствованность (evidential) – этим термином предлагается называть глагольную категорию, учитывающую три факта: сообщаемый факт, факт сообщения и, кроме того, передаваемый факт сообщения. Говорящий сообщает о событии, основываясь на сообщении какого-либо другого лица (цитативные, т. е. от кого-то полученные сведения), на снах (сведения, полученные путем откровения), на догадках (предположительные сведения) или на собственном прошлом опыте (сведения, извлекаемые из памяти)» [4].

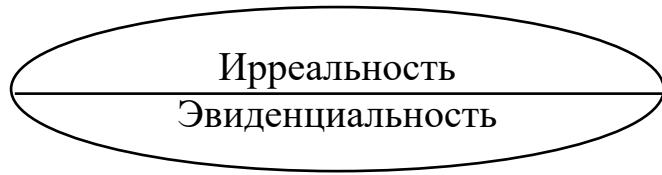
Говоря о таком объемном понятии, как эвиденциальность, нельзя не упомянуть и выдающуюся работу Фердинанда де Хаана, исследование которого было представлено в рамках проекта «Всемирного атласа языковых структур» [3]. Американский лингвист разделил систему языков по способу

отображения в них категории эвиденциальности по морфологическому признаку, выделив три группы:

1. Отсутствие грамматически выраженной категории;
2. Системы, в которых представлена только косвенная эвиденциальность;
3. Системы, в которых представлены и косвенная, и прямая засвидетельствованность. [2]

В немецком языке речь идёт об эксплицитном выражении данной категории, так, например, для передачи косвенной речи помимо лексических единиц, глаголов говорения, используется грамматическая форма Konjunktiv I, а в случаях омонимии форм – Konjunktiv II с целью однозначного указания на «чужое» мнение. Например: *Weiter sagte der Mercedes-Benz-Sprecher, dass bestimmte Teile bei den betroffenen Fahrzeugen präventiv ausgetauscht würden. Der Austausch der Teile in der Werkstatt werde zwei bis fünfeinhalb Stunden dauern, sagte der Sprecher. Die Arbeiten seien für die Kunden kostenlos* [5]. – Представитель компании Мерседес-Бенц также заявил, что некоторые детали пострадавших транспортных средств будут заменены в качестве превентивной меры. По его словам, замена деталей в мастерской займет от двух до пяти с половиной часов, и работы будут производиться для клиентов бесплатно [перевод наш].

Как видно из примера, в русском языке в отличие от немецкого нет грамматических форм для выражения косвенной речи. В рассмотренном примере можно заметить также наложение двух модальностей при одной морфеме. Следовательно, в немецком языке при выражении эксплицитного высказывания в тех случаях, когда применяется для его передачи Konjunktiv II, может встретиться и модальная ирреальность. Таким образом, можно представить дуальность внутреннего модусного содержания морфемы следующей схемой:



Этим наложением модальных категорий в немецком языке при передаче эксплицитного высказывания можно объяснить также и трудность передачи эвиденциальности, например, на русском языке, где она выражена лексически. То, что может быть интуитивно понятно носителю языка, доставляет переводчику определённые трудности.

Таким образом, категория эвиденциальности наиболее ярко проявляется в текстах немецких СМИ, в которых значимым представляется не только сама информация, но и обязательная отсылка и указание на «другой» источник.

Библиографический список

- 1 Кобрина О.А. Категория эвиденциальности: ее статус и формы выражения в разных языках / О. А. Кобрина // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2005. – № 1. – С. 86–98. – ISSN 1812-3228.
2. De Haan F. Coding of Evidentiality [Электронный ресурс]. URL: <https://wals.info/feature/78A#2/18.0/149.8> (дата обращения: 05.02.2024).
3. De Haan F. Evidentiality and epistemic modality: setting boundaries / F. De Haan. Southwest journal of linguistics. – 1999a. – Vol. 18. 83-101.
4. Jakobson R. Shifter, verbal categories, and the Russian verb / Shifter R. Jakobson. Russian language Project. Department of Slavic Languages and Literature. – Harvard University, 1957. – 14 p.
5. Mercedes-Benz ruft weltweit 250.000 Fahrzeuge zurück [Электронный ресурс] URL: <https://www.zeit.de/wirtschaft/2024-02/mercedes-benz-fahrzeuge-rueckruf-motorausfall> (дата обращения: 19.02.2024).

A.Lomonosova, S.Volkov, V. Postnova,
St. Petersburg, Russia

Grammatical expression of the modus category of evidentiality in the texts of German-language media

The article considers modus category of language, expressing morphologically, namely with the help of Konjunktiv II and Konjunktiv I, presents the classification of the system of languages by the way of representation of the category of actuality and illustrative examples from the texts of the German media.

Keywords: evidentiality, witness, modus category, Konjunktiv II, Konjunktiv I.

Н.Н. Рафикова,
Мурманский арктический университет
drb-murmansk@mail.ru

УДК 81'373

Имена российских немцев в топонимах арктической зоны России

В статье рассматриваются топонимы арктической зоны России, которые носят имена российских немцев – исследователей, мореходов, путешественников, внесших весомый вклад в историю изучения российской Арктики.

Ключевые слова: российские немцы, топоним, арктическая зона, исследователи, мореходы.

Жизнь человека непосредственно связана с различными местами, которые обозначаются с помощью географических названий, или топонимов

(от греч. *topos* – «место» и «*онома/ онума*» имя, название). Имя человека на географической карте свидетельствует о признании его заслуг и является предметом гордости для его потомков.

В данном исследовании речь пойдет о российских немцах, путешественниках, военнослужащих, моряках, исследователях, и о том вкладе, который они внесли в освоение русской Арктики. Арктическая зона Российской Федерации – это северная оконечность Европейской и Азиатской частей РФ, расположена вдоль побережья морей Северного Ледовитого океана: Баренцева, Карского, Лаптевых, Восточно-Сибирского и Чукотского.

История российских немцев тесно связана с историей России. Много веков назад появились первые переселенцы в Россию, а самый массовый приток немцев в Россию произошел после выхода двух «вызывных» Манифестов Екатерины II в 1762-1763 годах. Немцы особенно проявили себя в военной сфере, в горном, монетном, литейном и оружейном деле, в медицине, ювелирном и аптекарском деле. Среди российских немцев было много мореходов, путешественников, исследователей, которым были дороги честь и достоинство родного военного флота, которые любили и почитали Россию.

«Под термином “российские немцы” в современной зарубежной и отечественной историографии принято понимать отколовшуюся от своего “этнического материка” немецкую диаспору, которая расселилась в XVIII–XIX вв. на территории Российской империи. Несмотря на то, что сегодня представители данного этноса живут во многих республиках бывшего СССР (Россия, Казахстан, Киргизстан, Таджикистан и т. д.), этоним “российские немцы” объединяет их на основе общности этнической истории и культуры» [3, стр. 24].

По наблюдениям В.И. Гохнаделя, по всему земному шару, а также в космосе, насчитывается 3250 топонимов, связанных с именами российских немцев (всего 940 человек). По количеству существующих топонимов российские немцы занимают одно из первых мест в мире [2, стр.1]. Перечислим лишь некоторые из них:

Остров в Карском море, ледник, мыс и бухта на Новой Земле, мыс на Земле – Франца-Иосифа носят имя Владимира Юльевича Визе (нем. Waldemar Kurt Blass-Wiese, 1886–1954), известного метеоролога, океанолога, историко-географа, члена-корреспондента Академии Наук, исследователя Восточной Арктики, участника 14 арктических экспедиций, лауреата Государственной премии, профессора ЛГУ, основателя первой кафедры океанографии в Советском Союзе.

17 биологических, географических и даже ряд астрономических объектов носят имя Ивана Федоровича Крузенштерна (нем. Adam Johann von Krusenstern, 1770-1846), выдающегося мореплавателя, адмирала, ученого-

гидрографа, одного из основоположников отечественной океанологии, почетного члена Петербургской Академии Наук, а также директора Морского кадетского корпуса, одного из основателей Военно-морской академии, инициатора целого ряда значимых кругосветных экспедиций.

22 географических объекта в Арктике и Тихом океане, мыс на Чукотке, полуостров, гора и залив на Новой Земле, острова в архипелаге Земля Франца-Иосифа, архипелаге Норденшельда, пролив между Камчаткой и островом Карагинский и даже кратер на обратной стороне Луны и астероид 5015 носят имя Федора Петровича Литке (Friedrich Benjamin Graf von Lütke, 1797-1882), мореплавателя, дважды обогнувшего Землю, исследователя Восточной Арктики, адмирала, президента Петербургской Академии Наук, члена Государственного совета, основателя Русского Географического Общества и его вице-председателя. В Крымскую войну Литке был назначен военным губернатором Кронштадта, возглавил успешную оборону Финского залива, за что получил звание адмирала и стал кавалером высшего ордена России – ордена Андрея Первозванного.

Этот список можно продолжать, находя всё новые имена российских немцев на географической карте, свидетельствующие о неоценимом вкладе российских немцев в изучение арктической зоны России. Ими сделано большое количество географических открытий, их имена носят острова и полуострова, проливы, заливы, ледники, бухты, плато и другие географические объекты.

Библиографический список

1. Аветисов Г.П. Имена на карте Арктики / Г.П Аветисов. – СПб.: ВНИИ Океанология, 2009. – 623 с.
2. Фефелова Л. Виктор Гохнадель: «Я – немец, и это вложено в мои труды»// Deutsche Allgemeine Zeitung. URL: <https://daz.asia/ru/viktor-gohnadel-ya-nemets-i-eto-vlozheno-v-moi-trudy/>
3. Шепталин А.А. Немцы в Вятско-Камском регионе (историко-этнографические очерки)/ А.А. Шепталин // Дис... канд. филол. наук. Ижевск: УдмГУ, 1996. – 244 с.

**N. Rafikova,
Murmansk, Russia**

The names of Russian Germans in the toponyms of the Arctic zone of Russia

The article examines the toponyms of the Arctic zone of Russia, which bear the names of Russian Germans – researchers, sailors, travelers who made a significant contribution to the history of Arctic exploration.

Keywords: Russian Germans, toponym, Arctic zone, researchers, travelers, sailors.

А.К. Хабдаева, К.О. Леонтович,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
habdaeva.a@unecon.ru

УДК 811.581

Основные механизмы процесса неологизации в современном китайском языке

В статье анализируются основные принципы появления новых слов и выражений в современном китайском языке. Рассматривается специфика китайского словообразования. Представленные примеры демонстрируют способы образования неологизмов: словообразование на основе собственно китайского языка, заимствование, метафоризация, аббревиация, др.

Ключевые слова: китайский язык, неологизмы, механизмы словообразования.

Последние несколько десятилетий – время масштабных изменений в китайском обществе, затронувших практически все сферы его жизнедеятельности. Рост экономического и политического влияния, появление и внедрение новых инновационных технологий, активное культурное взаимодействие с зарубежными странами – всё это лишь малая часть того, что переживает наш великий сосед на настоящем этапе развития. Трансформации отражаются и на состоянии китайского языка, что, в частности, находит выражение в появлении большого числа языковых единиц, маркирующих новые явления в жизни общества. Язык – живой организм, и в ходе его эволюции концептуализируются новые вещи и понятия, переосмысливаются явления прошлого, возникают слова с новыми формами, значениями или употреблениями – и все эти процессы тесно связаны с понятием «неологизм».

Механизмы образования китайских неологизмов разнообразны. Одним из основных способов является словообразование на основе собственно китайского языка [4, с. 81]. Китайские неологизмы зачастую представляют собой слова, состоящие из слоговых комбинаций. Вариантами двусложных комбинаций являются: существительное + существительное (汽车, 手机, 网购), существительное + прилагательное (创新, 绿色). В трехсложных комбинациях первый глагольный компонент объясняет второй именной (中介人), либо используется комбинация «прилагательное + существительное» (红眼病). Четырёхсложные комбинации образуются по принципу субъектно-предикативной связи (精神污染), а также с использованием конструкций подчинительной связи (第二职业) [4, с. 159].

Иностранные заимствования (外来词) как способ образования новых слов в китайском языке классифицируются на несколько типов: фонетиче-

ские, семантические, семантически-фонетические, фонетически-семантические, фонетические с родовым компонентом. Фонетический тип подразумевает полное или частичное совпадение звучания в языке-реципиенте и языке-источнике (丁克, 吐司). Семантическими заимствованиями являются т.н. «кальки», передающие значения иностранных слов посредством иероглифов [5, с. 448] (动产, 望远镜). К комбинированному способу семантически-фонетического характера относятся слова, образующиеся с помощью сочетания китайской морфемы и фонетического заимствования (母亲卡). Примером неологизмов фонетически-семантического характера (фон. заимствование + китайская морфема) является слово «кружка» (马克杯). Комбинацию «фонетическое заимствование + родовое слово» демонстрирует слово «мотоцикл» (摩托车).

Интересным современным способом образования неологизмов является самозаимствование – проникновение в путунхуа слов из других китайских диалектов. К примеру, слова «такси» (的士) и «автобус» (巴士) сначала под влиянием английского языка появились в гуандунском диалекте, а уже оттуда проникли в путунхуа [1, с. 39].

Аббревиатура как механизм образования неологизмов в китайском языке специфична. Один из её видов – «аббревиатура с буквами» (字母词), или «буквенные слова». Это новые слова или фразы, заимствованные из иностранных языков, которые записываются в китайском языке с использованием знаков латинского алфавита (MTV); аббревиатура, состоящая из латинской буквы и китайского письменного знака (好 K); запись звуковых символов посредством китайской фонетической системы пиньинь (NASA – 纳萨 [nà sà]) [2, с. 112].

Важное место в словообразовании занимает метафоризация. Так, приемом метафорического переноса образованы слова «новичок» (菜鸟), «успешная девушка» (白富美), являющиеся номинативными. Характеризующую функцию реализуют образные метафоры, примерами служат слова «ревновать» (吃醋) «маленький император» (小皇帝), др.

Основными типами образования современного китайского языка являются словообразование на основе собственно китайского языка (многосложные комбинации), иностранные заимствования, самозаимствования, аббревиатура, метафоризация. Формирование неологизмов может происходить внутри самого языка на основе продуктивных моделей словообразования. В современном китайском языке широко используется заимствование слов и выражений из других языков. Для передачи иноязычных понятий в китайском языке часто используются звуковое заимствование и калькирование.

Библиографический список

1. Горелов В. И. Лексикология китайского языка / В.И. Горелов. – М.: Просвещение, 1984. – 217 с.
2. Качалова К. Г. Основные типы аббревиаций в китайском языке / К. Г. Качалова, А. Ю. Рудометова, Н.С. Капитонова // Современные исследования социальных проблем. – 2020. – Т.12, № 6. – С. 111-113.
3. Хаматова А. А. Словообразование современного китайского языка. / А. А. Хаматова. – М: Муравей, 2003. – 224 с.
4. Чжао И. Способы заимствования в лексике китайского языка / И. Чжао // Диалог культур – диалог о мире и во имя мира: материалы IX Международной студенческой научно-практической конференции, 2018. – С. 447-451.

A. Khabdaeva, K. Leontovich,
St. Petersburg, Russia

The main mechanisms of the neologization process in modern Chinese

The article analyzes the main principles of the emergence of new words and expressions in modern Chinese language. The specificity of Chinese word formation is viewed. The presented examples demonstrate the ways of neologisms formation: borrowing, metaphorization, abbreviation and others.

Keywords: Chinese language, Chinese neologisms, mechanisms of word formation.

1.2. Актуальные вопросы переводоведения

Е.Е. Верезубова, В.Р. Халирова,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

c_verezubova@mail.ru

УДК 81'373.43

Африканский французский язык: к вопросу специфики перевода

Статья посвящена лингвокультурным особенностям французского языка в Африке и той специфике, которую следует учитывать при переводе художественных произведений французских писателей африканского происхождения. Для них французский язык становится способом передачи местных реалий, мировоззрения, эмоций и образности, которые следует сохранять и бережно передавать при переводе.

Ключевые слова: африканский французский, словообразование, образность, реалии, язык-культура.

Тематика африканского французского языка сегодня необычайно актуальна, ведь именно в Африке проживает большинство франкоговорящих людей в мире. Говоря о формировании франкоязычной культуры на африканском континенте, Ж.Багана отмечает, что важной составляющей этого процесса была политика ассимиляции, призванная интегрировать африканские общества в французскую культурную и образовательную модель [1].

Французский стал ключом к социальной мобильности, и те, кто им владели, получали доступ к привилегиям, недоступным остальным. Французский язык стал неотъемлемой частью системы образования. В школах преподавание велось на французском, что формировало новое поколение африканцев. Несомненно, в обучении возникали сложности, описание которых мы встречаем в романе писательницы камерунского происхождения Каликст Бейала « La petite fille au reverberé »: « Nous étions cent quatre-vingt élèves dans la classe, de six à vingt ans, à s'en foutre que Maître d'Ecole ait lu d'Homère jusqu'à Malraux spécialement pour que devenions la réplique exacte de nos ancêtres les Gaulois » (« Нас было сто восемьдесят учеников в классе, от шести до двадцати лет, и нам было наплевать на то, что Учитель изучил все от Гомера до Мальро специально для того, чтобы мы стали точной копией наших предков галлов ». – перевод наш) [2, с.25]. Речь идет о школе в камерунской деревне и, как видим, попытки преподавания языка Мольера с целью приучить африканских детей к европейской культуре, не имеют большого успеха. М. Нгалассо отмечает: «Французский язык не является родным для местных жителей и в основном служит средством коммуникации для тех, кто не владеет ни одним из национальных языков; язык межнационального общения, он в лучшем случае выступает в роли «второго» языка» [3, с.18].

Африканский французский представляет собой уникальное явление, возникшее в результате взаимодействия французского языка с местными языками и культурами. Единого африканского французского языка не существует, поскольку на него сильно влияют африканские субстраты: в исследованиях можно встретить множественное число: «les français de l'Afrique» (французские языки Африки) [6]. Широкое распространение получили «словари франкофонии» (Dictionnaire des francophonies), фиксирующие региональные особенности французского языка за пределами Франции, и позволяющие наиболее полно представить его разнообразие в африканских странах [4]. Французский язык приспосабливается к миру Африки при помощи калькирования и активного словообразования. Являясь разговорным языком, африканский французский обладает живой образностью и эмоциональностью, а его использование в литературных произведениях франкоязычными авторами африканского происхождения позволяет создать совершенно особую атмосферу.

Перевод – это искусство передачи не только лингвистического содержания, но и культурных нюансов и особенностей. Учитывая яркую природу африканского французского, переводчик должен с особым вниманием относиться к передаче смысла текста. В качестве переводимого текста мы взяли роман «La petite fille du réverbère». Этот роман написан Каликстом Бейала (Calixthe Bélyala), французской писательницей родом из Камеруна. Книга имеет автобиографический характер, в ней повествуется об африканском детстве героини в 70-х годах двадцатого века. Свое название роман получил благодаря единственному уличному фонарю в камерунской деревне, который служил источником света для тех, кто допоздна работал или учился. Под этим фонарем работал местный портной, которого в деревне называют «couturier-tailleur-de chez-Dior-et-Yves-Saint-Laurent» (кутюрье-портной-от-Диора-и-Ив-Сен-Лорана), а потом и сама главная героиня, получившая прозвище Тарепоуссиère (дословно – «выбивалка», поскольку к ней постоянно липла пыль) [2, с.38].

В процессе перевода мы обнаружили множество интересных явлений. Среди них можно отметить особенности словообразования. К примеру, слово «торговка» в камерунском варианте французского, *bayam-sellam*, представляет собой «африканизированную» лексему, заимствованную из английского (*buy, sell*), поскольку именно в Камеруне существует особый вариант языка «camfranglais» (камерунский франко-английский). В тексте встречаются глаголы *enceinter, cadeauter*, которые в 2023 году вошли в словарь Larousse [5].

Интерес представляет особая образность, в которой присутствуют местные реалии: «À seize ans, Andela avait la couleur de banane mûre ; ses tresses s'incurvaient sur sa nuque en feuilles de palmier ; ses jambes qui n'en finissaient pas de s'allonger étaient à vous briser les os ; les blancs de ses yeux étaient si blancs, sa bouche si pulpeuse et ses seins si rondement citrons qu'à la regarder les hommes

se fâchaient définitivement avec les obligations et les politesses de la société » (В шестнадцать лет Анделя была цвета спелых бананов; ее косы, как пальмовые листья, извивались вдоль её затылка; ее бесконечно длинные ноги были умопомрачительны; белки глаз были такими белыми, губы такими пухлыми, а груди такими округло-лимонными, что, глядя на нее, мужчины окончательно забывали о правилах общественной морали и приличиях» (перевод наш) [2, с. 12]. Описание девушки опирается на тропическую природу, пальмы, фрукты, то, что окружает людей и считается красивым. Это позволяет нам назвать такое описание «африканским» и, конечно, сохранить его элементы при переводе. Кроме того, в тексте встречается много слов, относящихся к реалиям Африки. Например, *case* (хижина); *manioc* (маниока), *macabos* (орехи макабо) *ignames* (ямс). Упоминаются африканские праздники, относящиеся к сбору урожая, например: *festivités des arachides* (праздник арахиса); *période des ignames* (время сбора ямса).

Таким образом, опыт перевода текста произведения, написанного на «африканализированном» французском языке, позволяет убедиться в необходимости особого внимания к образности и бережной передаче атмосферы Африки, особенностей общения местных жителей, учета особенностей словаобразования и словоупотребления для передачи французского языка-культуры, сложившегося в африканской реальности.

Библиографический список

1. Багана Ж. Языковая политика на территории Африки в колониальный период / Ж. Багана // Вопросы журналистики, педагогики, языкоznания. – 2012. – №18 (137). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-politika-na-territorii-afriki-v-kolonialnyy-period> (дата обращения: 19.02.2024).
2. Beyala Calixthe. La petit fille du reverbère / Calixthe Beyala. Paris : Albin Michel, 1998. – 148 p.
3. Ngalasso M.M. Etats des langues et langues de l'état au Zaïre / Ngalasso M.M. // Politique africaine. Paris, 1986. – p. 7-28.
4. Dictionnaire des francophones [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dictionnairedesfrancophones.org/> (дата обращения: февраль 2024).
5. Larousse. Dictionnaire de français [Электронный ресурс]. URL: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais> (дата обращения: февраль 2024).
6. Steien, Guri Bordal, Van den Avenne, Cécile. Français d'Afrique. En Afrique. Hors d'Afrique / Guri Bordal Steien, Cécile Van den Avenne. Paris: Armand Colin, 2019 – 126 p.

E. Verezubova, V. Khalilova,
St. Petersburg, Russia

African French: on the issue of translation specifics

The article is devoted to the linguocultural features of the French language in Africa and the specifics that should be taken into account when translating literary works of French writers of African origin. For them, the French language becomes a way to convey local

realities, worldviews, emotions and imagery, which should be preserved and carefully conveyed during translation.

Keywords: African French, word formation, imagery, realities, language-culture.

Е.В. Жирова, Н.М. Малеева,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

natstsch@rambler.ru

УДК 811.11-112

Перевод имен персонажей повести Э.Т.А Гофмана "Kleines Zaches, genannt Zinnober" на русский язык

В статье рассматривается перевод имен персонажей сказочной повести Э.Т.А. Гофмана "Klein Zaches, genannt Zinnober" на русский язык в разные эпохи русской литературы.

Ключевые слова: художественный перевод, перевод имен собственных.

Перевод художественной литературы является сложным и многогранным процессом, который требует не только знания языков и лингвистических навыков, но и глубокого понимания культурных особенностей и художественных нюансов оригинала. Особое внимание при переводе литературных произведений уделяется переводу имен персонажей, так как они не только несут смысловую нагрузку, но и могут иметь глубокие культурные, исторические и символические коннотации.

В данном исследовании мы сосредоточимся на анализе переводов имен персонажей повести Э.Т.А. Гофмана "Klein Zaches, genannt Zinnober" на русский язык. В ходе исследования было проанализировано четыре перевода повести: Н.Х. Кетчера (1843 г.), М.А. Бекетовой (1897 г.), С.К. Апта и А.А. Морозова (XX век).

В результате анализа были установлены три следующие группы имен:

- 1) имена, переданные одинаково во всех переводах;
- 2) имена, переведенные с несущественными различиями;
- 3) имена, переведенные разным образом.

К первой группе относится перевод имен «Fabian» – «Фабиан» «Candida» – «Кандида», «Pulcher» – «Пульхер» и «Prätextatus» – «Претекстатус». Все переводчики перевели их единообразно, за исключением Н.Х. Кетчера, чей перевод был выполнен в 1843 году: тогда по нормам русского языка имена «Fabian» и «Prätextatus» писались как «Фабіан» и «Претекстатус».

Несущественные различия обнаружены в переводе следующих имен: «Prosper Alpanus» – «Проспер Альпанусъ» (Н.Х. Кетчер), «Проспер Альпанус» (М.А. Бекетова), «Проспер Альпанус» (С.К. Апт и А.А. Морозов).

«Fee Rosabelverde» – «фея Розабельберде» (Н.Х. Кетчер), «фея Розабельвэрде» (М.А. Бекетова), «фея Розабельверда» (С.К. Апт) и «Фея Розабельверде» (А.А. Морозов). Последний вариант перевода представляется наиболее удачным, поскольку он является транскрипцией оригинального имени и отражает авторскую замысел.

«Rosengrünschön» – «Розенгрюншёнъ» (Н.Х. Кетчер), Розенгрюншён (С.К. Апт и А.А. Морозов) и «фон-Розенгрюншён» (М.А. Бекетова). Можно предположить, что переводчица добавила приставку «фон», чтобы показать дворянское происхождение героини.

«von Rosenschön» – «Фон-Розеншёнъ» и «фон-Розеншён» (Н.Х. Кетчер и М.А. Бекетова) и «фон Розеншён» (С.К. Апт и А.А. Морозов). Первые два переводчика, работавшие в XIX веке, оформили написание фамилии через дефис, а Н.Х. Кетчер перевел даже приставку «von» с большой буквы, в то время как переводчики XX века оформили ее наиболее привычным образом – с маленькой буквы и без дефиса.

Точно такая же ситуация с именем «von Mondschein»: «Фон-Мондшайнъ» (Н.Х. Кетчер), «фон-Мондшейн» (М.А. Бекетова) и «фон Мондшейн» (С.К. Апт и А.А. Морозов).

Сравнивая варианты перевода «Vincenzo Sbiocca» – «Винченцо Сбюокка» (Н.Х. Кетчер), «Винченцо Сбиокка» (М.А. Бекетова) и «Венченцо Сбиокка» (С.К. Апт), следует отметить, что наиболее удачный вариант «Винченцо Сбьюокка» выполнен А.А. Морозовым: он соответствует правилам транскрибирования имен с итальянского языка.

Имя собственное «Bragazzi» М.А. Бекетова, С.К. Апт и А.А. Морозов передали как «Брагацци», и только Н.Х. Кетчер решил удвоить букву «г» и убрать одну букву «ц» в имени итальянца. Во многих словах, переводимых с итальянского на русский язык, двойные согласные сокращаются до одной, однако непонятно, почему переводчик решил удвоить одиночную согласную в оригинальном имени.

Имя «Michel» передается на русский язык одинаково как «Михель» Н.Х. Кетчером, С.К. Аптом и А.А. Морозовым, и без всяких на то причин эпизодический персонаж стал «Цикелем» у М.А. Бекетовой.

Имеются различия в переводе имени «Ptolomäus Philadelphus»: Н.Х. Кетчер, М.А. Бекетова и С.К. Апт перевели его как «Птоломей Филадельф», а А.А. Морозов – «Птоломей Филадельфус».

К этой же группе можно отнести перевод имени главного героя, подавившего название всему произведению, – «Klein Zaches, genannt Zinnober». Если Н.Х. Кетчер и А.А. Морозов перевели лексему «Klein» как существительное «Крошка», то М.А. Бекетова и С.К. Апт предпочли вариант «Маленький Цахес». Вторая часть имени героя переведена у всех одинаково – «по прозванию Циннобер» («по прозванию Цинноберъ» у Н.Х. Кетчера).

Интересны также переводы имен «Paphnutius», «Demetrius», «Andres» и «Frau Liese».

Н.Х. Кетчер и С.К. Апт перевели «Paphnutius» и «Demetrius» как «Пафнуціусъ», «Деметріусъ» и, соответственно, «Пафнуциус» и «Деметриус», а вот М.А. Бекетова и А.А. Морозов предпочли русифицированные варианты латинских имен – «Пафнуй» и «Деметрий». В последнем случае теряется колорит оригинальных персонажей, проживающих в вымышленном германском княжестве, так что более предпочтительна, на наш взгляд, латинизированная версия имен.

Имя «Frau Liese» Н.Х. Кетчер перевел, сохранив колорит, как «фрау Лизе», а остальные переводчики русифицировали имя, превратив немецкую крестьянку в «фрау Лизу». «Andres» остался «Андресом» у всех переводчиков кроме Н.Х. Кетчера – у него он стал «Андреем».

Имена, переведенные переводчиками по-разному, представляют наибольший интерес.

Имя «Mosch Tepin» переводится как «Моисъ Терпинъ» (Н.Х. Кетчер), «Мош Тэрпин» (М.А. Бекетова) и «Мош Терпин» (С.К. Апт и А.А. Морозов). Имена «Мош» и «Моис» – разные сокращенные формы имени «Моисей». Возможно, Н.Х. Кетчер предпочел отличную от оригинала форму полного имени, поскольку в России середины XIX века она была более распространена, чем форма «Мош».

Имя «Balthasar» переводится как «Бальтазар» всеми переводчиками кроме С.К. Апта: он предпочел латинизированный вариант этого имени – «Валтазар».

Самые сильные расхождения наблюдаются в переводе имени «Barsanuph» – каждый переводчик представил свой вариант. Ср. латинизированный «Ворсануфиус» у Н.Х. Кетчера, «Барзануф» у М.А. Бекетовой, решившей озвончить глухую согласную оригинала, «Варсануф» у С.К. Апта и самый точный вариант «Барсануф» у А.А. Морозова, являющийся транскрипцией оригинального имени.

Таким образом, больше всего удачных переводческих решений оказалось в переводе А.А. Морозова – именно он перевел большинство имен таким образом, чтобы они точно соответствовали именам персонажей в оригинальном тексте. В переводе М.А. Бекетовой довольно частотна транскрипция «е» как «э», а не более привычное русскому читателю «е». Написание имен в переводе Н.Х. Кетчера, выполненного в середине 19-го века, соответствует нормам русского языка того периода, претерпевшим существенные изменения за полтора столетия. Оно устарело и является неактуальным в настоящее время.

В завершение можно сделать вывод, что выбор переводчиков относительно имен персонажей в значительной степени отражает их творческий подход, лингвистические навыки и культурное понимание. Некоторые переводчики предпочитали перевод, наиболее приближенный к оригинальным именам, сохраняя тем самым оригинальную семантику и звучание имени. Другие же стремились к более вольным переводам, основанным на контексте произведения и культурных ассоциациях, что иногда приводило к существенным изменениям в восприятии персонажей.

В целом, анализ показал, что перевод имен персонажей – это сложный процесс, требующий от переводчика поиска баланса между сохранением оригинального значения и адаптацией к целевой аудитории. Переводческие решения могут оказывать значительное влияние на восприятие произведения и его интерпретацию, поэтому важно учитывать контекст, стиль и художественные особенности оригинала при переводе имен персонажей.

Библиографический список

1. «Крошка Цахес, по прозванию Циннобер» / Пер. с нем. А.А. Морозова. – Санкт-Петербург: Азбука-классика, 2005. – 55 с.
2. «Крошка Цахесь, по прозванью Цинноберь» / Пер. с нем. Н.Х. Кетчера. – Санкт-Петербург: Отечественные Записки, 1843. – 57 с.
3. «Маленький Цахес, по прозванию Циннобер» / Пер. с нем. М.А. Бекетовой. — 1897. – 54 с.
4. «Маленький Цахес, по прозванию Циннобер» / Пер. с нем. С.К. Апта. – Саратов: Приволжское книжное издательство, 1984. – 182 с.
5. Hoffmann E.T.A. «Klein Zaches, genannt Zinnober: ein Märchen» / E.T.A. Hoffmann. – Project Gutenberg, 2005. – 73 с.

E. Zhirova, N. Maleewa,
St. Petersburg, Russia

Features of translations of the names of characters in E.T.A Hoffmann's story "Kleines Zaches, genannt Zinnober" into Russian

The article deals with the translation of the names of characters in the fairy tale story "Klein Zaches, genannt Zinnober" by E.T.A. Hoffmann into Russian in different epochs of Russian literature.

Keywords: fiction translation, translation of names.

Е.А. Нильсен, И.К. Машко,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
nilsen.e@unecon.ru

УДК 811.111

Проблема передачи формального плана произведения при переводе поэмы Л. Кэрролла «The Hunting of the Snark»

В статье рассматриваются особенности передачи формальной структуры детского поэтического произведения на материале трех переводов поэмы Льюиса Кэрролла «The Hunting of the Snark» («Охота на Снарка»).

Ключевые слова: перевод, Льюис Кэрролл, детская поэзия, формальная структура поэтического текста, «Охота на Снарка».

Художественный перевод, а в особенности перевод детской поэзии, предполагает установление контакта с реципиентом на более глубоком, эмоциональном уровне по сравнению с переводом нехудожественным, от чего прагматический аспект передачи поэтического произведения требует особого внимания со стороны специалиста в области перевода. От переводчика требуются не только знания в области теории перевода, но и более специфические, уникальные для каждого отдельного произведения сведения о личности автора оригинала, его идиостиле, а также понимание культурной и языковой среды времени создания оригинала. Детские поэтические произведения редко отличаются сложными образами, используемые в них лексические средства должны быть уже известными ребенку, либо легко усваиваемыми. В этом контексте воссоздание формальной структуры произведения оригинала, а также трансформации, которые затрагивают форму произведения, представляются куда более значимыми. Одной из главных прагматических целей поэтического произведения является передача чувств и эмоций героев, а также провокация этих чувств у реципиента, и именно этот прагматический аспект в детских поэтических произведениях в значительной степени заключен в формальной структуре стихотворения. В подобных случаях форма произведения порой несет не меньшее смысловое значение, чем содержание. Следовательно, переводчик подобных произведений должен творчески подойти к процессу передачи формальной структуры оригинала, поскольку разница в художественной организации текста в английском и русском языках значительна, что обусловлено не только объективными различиями в грамматике, синтаксисе и лексике двух языков, но и языковыми традициями составления и оформления поэтических произведений.

“The Hunting of the Snark” (рус. Охота на Снарка) – поэма Льюиса Кэрролла, написанная в 1876 году. В поэме описывается, как команда из девяти человек пытается поймать таинственное существо под названием «Снарк». Данное произведение является ярким примером литературы абсурда: оно содержит интересные и сложные рифмы, имеет простую и емкую грамматическую структуру и зачастую описывает невозможные и бессмысличные события, что представляет особую сложность при переводе.

Сравнительно-сопоставительный анализ переводов в контексте передачи формальной структуры оригинала в качестве первого шага допускает анализ стихотворного метра и его вариаций в виде конкретного используемого размера.

Таблица 1 – Оригинал и перевод фрагмента поэмы «Охота на Снарка»

Оригинал	Перевод (В. Фет)
<p>They roused him with muffins—they roused him with ice— They roused him with mustard and cress— They roused him with jam and judicious advice— They set him conundrums to guess [5].</p>	<p>И загадку пытались ему зага- дить, И горчицу, и джем подносили, И советы, и сливки пытались давать, Осыпая хвалой и ванилью [1].</p>

Стихотворный размер оригинала – амфибрахий (трехсложный размер, при котором ударение падает на второй слог), в то время как размер перевода В. Фета – анапест (трехсложный размер, при котором ударение падает на третий слог). Изменения в размере при переводе происходит довольно часто: это обусловлено объективным различием в среднем количестве слогов в словах русского и английского языков. В данном случае подобное изменение не следует рассматривать как ошибку переводчика, поскольку и амфибрахий, и анапест одинаково редко встречаются в детской поэзии, для которой свойственны двусложные размеры (ямб, хорей). Схема рифмовки в переводе соответствует оригиналу.

Анализ стилистических приемов, образующих формальную структуру произведения, позволяет выявить в оригинале анафору (стилистическая фигура, состоящая из повтора элементов в начале параллельных конструкций), а также синтаксический параллелизм (стилистическая фигура, состоящая из повтора целых, завершенных грамматических конструкций). В переводе В. Фета сохраняется анафора, однако синтаксический параллелизм проявляется в куда менее яркой форме. Подобные стилистические приемы, наряду со структурными элементами в виде схемы рифмовки или стихотворного размера, играют важнейшую роль в поэтическом произведении, так как они служат основой для создания ритма всего стихотворения, который является «самым глубинным, самым мощным организующим началом поэзии» [4], из-за чего их воссоздание в переводе особенно важно.

Таблица 2 – перевод фрагмента поэмы из таблицы 1 М. Пуховым и Г. Кружковым

М. Пухов	Г. Кружков
<p>Поднесли ему пышек, пломбира брикет, Горчицу и ранний салат... Поднесли ему джем и толковый совет - И дюжину лучших шарад [3].</p>	<p>И катали его, щекотали его, Растирали виски винегретом, Тормошили, будили, в себя при- водили Повидлом и добрым советом [2].</p>

Стихотворный размер переводов М. Пухова и Г. Кружкова – анапест. Как уже было сказано выше, данное изменение не стоит рассматривать как ошибку. При анализе стилистических приемов, образующих формальную структуру произведения, можно увидеть, что М. Пухов постарался сохранить анафору, однако в переводе она не полная (первая и третья строфы), а также синтаксический параллелизм, который является структурной основой данного фрагмента. При этом М. Пухов «разбавляет» параллельные грамматические конструкции широким перечисительным рядом.

Г. Кружков в своем переводе отказывается от анафоры и синтаксического параллелизма, при этом добавляя перечислительный ряд из глаголов в форме 3-го лица множественного числа прошедшего времени, тем самым создавая внутреннюю рифму, что в свою очередь образует ритмическую структуру фрагмента. Подобный прием обеспечивает большую динамику и придает темп всему отрывку.

В заключении необходимо отметить важность передачи формальной структуры детского поэтического произведения, однако попытки полностью воссоздать структуру оригинала нежелательны и зачастую невозможны ввиду различий в грамматике, лексике и синтаксисе русского и английского языков. Одной из главных особенностей детского поэтического текста является его ритм и динамика, которые могут быть воссозданы в переводе с помощью стилистических приемов формально отличных от приемов оригинала. Принимая это во внимание, переводчик не всегда обязан строго следовать формальной структуре оригинала, ему следует творчески подойти к своей задаче и использовать приемы, которые наиболее удачно в рамках литературной традиции языка перевода и жанра переводимого текста позволяют справиться с pragmatischenkoy ustanovkoj avtora.

Библиографический список

1. Воробьев И.И. К востоку от солнца: Стихи и переводы / И.И. Воробьев, В.О. Красавчиков. – Новосибирск: НГУ, 2001. Вып. 3. – 216 с.
2. Кружков Г.М. Предисловие переводчика / Г.М. Кружков // Кэрролл Л. Охота на Снарка. – Санкт-Петербург: Азбука-классика, 2001. – 96 с.
3. Пухов М. Охота на Снарка [Электронный ресурс]. URL: https://absurdly.narod.ru/Snark_puhov.html (дата обращения: февраль 2024).
4. Лозинский М.Л. Искусство стихотворного перевода / М.Л. Лозинский // Перевод – средство взаимного сближения народов. Сборник статей. – Москва: Прогресс, 1987. – 640 с.
5. Lewis Carroll The Hunting of the Snark [Электронный ресурс]. URL: <https://www.poetryfoundation.org/poems/43909/the-hunting-of-the-snark> (дата обращения: февраль 2024).

E. Nilsen, I. Mashko,
St. Petersburg, Russia

The problem of conveying the formal plan of the work in the translation of L. Carroll's poem "The Hunting of the Snark"

The article deals with the peculiarities of transferring the formal structure of children's poetic work on the material of three translations of Lewis Carroll's poem "The Hunting of the Snark".

Keywords: *translation, Lewis Carroll, children's poetry, formal structure of a poetic text, "The Hunting of the Snark".*

Е.Н. Новикова, Д.Ю. Пропадалина,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
elenanovikova124@yandex.ru

УДК 81'322

Грамматические трансформации в машинном переводе (на примере перевода экономических статей журнала «Wirtschaftsdienst»)

В статье рассматриваются грамматические трансформации, выполненные при переводе экономических текстов немецкоязычных СМИ с помощью машинных переводчиков Google и DeepL, выявляются наиболее продуктивные виды замены, анализируются причины.

Ключевые слова: *грамматические трансформации, перестановка, замена, опущение, добавление, машинный перевод.*

Переводческие трансформации – это языковые преобразования, целью которых служит переход с исходного языка на язык перевода. Переводческие трансформации представляют собой «технические приемы перевода, состоящие в замене регулярных соответствий нерегулярными (контекстуальными), а также и сами языковые выражения, получаемые в результате применения таких приемов» [1, с. 84]. Грамматические трансформации включают в себя изменения в грамматической структуре предложения при переводе с одного языка на другой, в том числе изменения в формах слов, порядке слов в предложении, времени глаголов, спряжении и склонении, а также другие грамматические аспекты. Основная цель грамматической трансформации при переводе заключается в сохранении смысла и структуры оригинального текста, адаптированного под языковые особенности целевого языка. Таким образом, грамматическая трансформация играет важную роль в процессе перевода и требует от переводчика глубоких знаний и понимания грамматических особенностей обоих языков.

На примере корпуса экономических текстов из журнала «Wirtschaftsdienst» [2] нами были проанализированы грамматические трансформации, выполненные при переводе с помощью машинных переводчиков Google и DeepL. Анализ показал, что искусственный интеллект достаточно часто прибегает к грамматическим трансформациям в процессе перевода. В ходе исследования было выявлено, что самые частотные из них – это перестановка, разные виды замен (частеречная, синтаксическая, замена форм слова) и опущение грамматикализованных единиц. Рассмотрим некоторые примеры из таблицы 1.

Таблица 1

	Исходный текст	Google	DeepL
1	Die Tarifverdienste zwischen Ost- und Westdeutschland sind inzwischen weitgehend angepasst ».	Коллективная заработка плата между Восточной и Западной Германией теперь в значительной степени уровнялась ».	В настоящее время заработка плата по коллективным договорам между Восточной и Западной Германией в значительной степени выровнена ».
2	«Eine forcierte Anhebung der Lohnsätze über die Produktivität würde deshalb das Risiko von Arbeitsplatzverlusten in bestehenden Betrieben in sich bergen ».	«Таким образом, вынужденное повышение ставок заработной платы выше производительности повлечет за собой риск потери рабочих мест в существующих компаниях».	«Поэтому форсированное повышение ставок заработной платы сверх производительности труда чревато сокращением рабочих мест на действующих предприятиях».
3	«Es hat sich gezeigt, dass <...>»	«Было показано, что <...>».	«Было показано, что <...>».

В примере (1) при переводе DeepL происходит перестановка слов и замена части речи (наречие *inzwischen* переведено словосочетанием *в настоящее время* и перенесено в начало предложения), также наблюдается разложение сложного немецкого существительного *Tarifverdienste* на словосочетание *заработка плата по коллективным договорам*, в то время как Google переводит его как *коллективная заработка плата*. Кроме того, первый переводчик меняет активный залог на пассивный. В примере (2) обе программы используют перестановку, ставя маркеры причинно-следственной связи (*таким образом, поэтому*) в начало предложения, однако DeepL также заменяет словосочетание *das Risiko bergen* прилагательным *чревато*, что влечет за собой изменение грамматической формы времени. В примере (3) машины переводчики меняют форму активного залога на пассивный, поскольку немецкие глагольные конструкции с местоимением *Es* на русский язык чаще всего переводятся пассивными безличными конструкциями.

К основным проблемам и ограничениям в сфере применения грамматических трансформаций в машинном переводе можно отнести некорректное согласование, однообразие грамматический и синтаксических конструкций, неспособность точно перевести сокращения. Следует отметить, что исследования в области грамматических трансформаций в машинном переводе играют важную роль в дальнейшем улучшении качества машинного перевода. Для этого нужно разработать методы, способные учитывать особенности грамматики нескольких языков сразу, что позволит более точно переводить тексты между различными языками.

Библиографический список

1. Архипов А.Ф. Самоучитель перевода с немецкого языка на русский / А.Ф. Архипов. – М.: Высшая школа, 1991. – 255 с.
2. Wirtschaftsdienst [Электронный ресурс] URL: <https://www.wirtschaftsdienst.eu> (дата обращения 10.01.2024).

E.N. Novikova, D.Y. Propadalina,
St. Petersburg, Russia

Grammatical transformations in machine translation (using the example of the translation of economic articles of the “Wirtschaftsdienst”)

The article examines the grammatical transformations performed in the translation of economic texts of German-language media using Google and DeepL machine translators, identifies the most productive types of substitution, and analyzes the causes.

Keywords: grammatical transformations, permutation, substitution, omission, addition, machine translation.

О.В. Палехова, С.Ю. Сапронова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
palekhova@mail.ru

УДК 81.255.4

Переводческие трансформации метафор в экономическом дискурсе

В статье рассматривается специфика перевода экономической метафоры с учетом её контекстуальной и культурной обусловленности, а также особенности перевода стертых и живых метафор.

Ключевые слова: метафора, экономический дискурс, перевод, контекстуальная обусловленность.

Сложность перевода метафоры обусловлена спецификой трансформации языковой картины мира из одного языка в другой, а также интегративной способностью современного экономического дискурса аккумулировать в себе элементы других дискурсов: политического, рекламного, медиадискурса и других. Как следствие, для адаптации сложных экономических понятий и донесения их до адресата, используются метафорические сравнения, что позволяет говорить о метафоричности экономического дискурса.

Перевод метафорических выражений в экономическом дискурсе является сложным процессом, поскольку метафоры нередко реализуются в специфическом контексте и культурно обусловлены за счет отсылки к тем или иным прецедентным феноменам, известным только носителям немецкого языка.

Одним из основных способов переводческих трансформаций метафоры выступает принцип сохранения метафорического компонента, подразумевающий способность переводчика распознать метафору, корректно её декодировать и найти эквивалентное выражение на целевом языке, т.е. сохранить значение метафоры. Как показывает корпус примеров, в немецкоязычном экономическом дискурсе часто используются метафоры из сферы промышленности, такие как «*Das Unternehmen ist ein Schiff*» (Компания – это корабль), имплицирующие, что компания должна быть управляема и эффективна, чтобы держаться на плаву. Примером учета при переводе культурных отличий может служить часто используемая в немецком экономическом дискурсе метафора «*Die Wirtschaft ist ein Dschungel*» (Экономика – это джунгли), что может ассоциироваться в русском языке с непрходимостью, но не всегда со сложностью и конкуренцией.

Принято выделять живые и стертые метафоры. *Стертая метафора* представляет собой общепринятое, часто употребляемое выражение,figуральный характер которой уже не прослеживается, поэтому переводческие трансформации не представляют трудностей. Задачей переводчика будет лишь подобрать соответствующее образное выражение в переведимом языке. Например, «*Der Markt ist in Bewegung*» (Рынок в движении), или «*Die Wirtschaft steht auf soliden Beinen*» (Экономика крепко стоит на ногах). Такая метафора не утрачивает в процессе перевода ни смысла, ни формы.

Также не представляет сложностей перевод метафор, представляющих собой устоявшиеся экономические термины, зафиксированные в лексикографических источниках. В русском языке они будут сохранять свою метафорическую форму: *die Nachfrageelastizität* – эластичность спроса, *die Transparenz der Wirtschaftstätigkeit* – прозрачность экономической деятельности, *die Kaderfluktuation* – текучесть кадров.

Сложность представляет перевод *живых метафор* (нередко авторских), содержащих совершенно новые и неожиданные образы, отсутствующие в переведимом языке. Основная проблема при переводе заключается в сохранении одновременно формы и содержания. Следует отметить, что при

непереводимости в силу отсутствия схожего образа или понятия приоритетом является сохранение содержания. Например, немецкая метафора «*Gegen jeden Kuhhandel*», не может быть переведена как «коровья торговля». В качестве эквивалента для описания торговых отношений, не отвечающим обязательным требованиям закона, заголовок был переведен «против любой нечистой сделки».

Таким образом, метафора может создавать определённые трудности при ее переводе, так как необходимо учитывать не только языковые, но и межкультурные различия, что требует от переводчика понимания контекста, а также умения находить эквивалентные выражения, сохраняющие смысл и экспрессивный характер метафоры.

Библиографический список

1. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // пер. с англ. А. Н. Баранова и А. В. Морозовой; под ред. и с предисл. А.Н. Баранова. – Москва: УРСС, 2004. – 252 с.
2. Махницкая Е.Ю. О современном экономическом дискурсе / Е.Ю. Махницкая // Речевая деятельность. – Таганрог: ТГПИ, 2002. – 159 с.
3. Плотников И.В. Метафорические модели и их переводческие трансформации в художественном тексте: лингвокогнитивный аспект / И.В. Плотников // Автореферат дис. на соискание уч. ст. к.ф.н. – Екатеринбург, 2019. – 23 с.

O. Palekhova, S. Sapronova,
St. Petersburg, Russia

Translation transformations of metaphors in economic discourse

The article examines the specifics of the translation of an economic metaphor, taking into account its contextual and cultural conditionality, as well as the peculiarities of the translation of erased and living metaphors.

Keywords: metaphor, economic discourse, translation, contextual conditioning.

С.Е. Полякова, С.В. Киселева,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
svkiseljeva@bk.ru

УДК 811.111

Юмор и игра слов при переводе кинодиалога (Новогодняя тематика)

В статье рассматривается лингвокультурологический аспект перевода при передаче юмора и игры слов аудиовизуального текста в кинодиалогах с новогодней тематикой. Перевод аудиовизуальных текстов – это востребованный вид переводческой

деятельности, поскольку значительная часть российского кинорынка представлена в кино зарубежной и, в особенности, англоязычной продукцией.

Ключевые слова: кинотекст, кинодиалог, киноперевод, новогодняя тематика, перевод юмора и игры слов.

Как и любое художественное произведение, в процессе перевода фильм получает новую жизнь в культурном поле. Фильм симулирует ситуации живого общения, и подобного рода коммуникация бывает крайне сложна для передачи на другой язык. Переводчик, как и при работе с другим художественным текстом, должен не столько воспроизвести смысл текста оригинального произведения и выполнить необходимые технические требования, сколько сохранить именно замысел автора и воссоздать образы персонажей в стилистике, заданной автором. Другими словами, переводчик фильма воссоздает произведение заново с помощью средств нативного языка таким образом, чтобы оно функционировало в принимающей культурной среде полноценно и автономно. «Переводной текст должен обладать самостоятельной эстетической ценностью, иногда вопреки тексту оригинала» [1, с. 28].

Кинотекст традиционно считается сложным неоднородным в семиотическом смысле языковым образованием. Данный вид текста состоит из трех ключевых компонентов: верbalного компонента (кинодиалога), визуального компонента и звукового, представленного саундтреком [2]. Перевод верbalного компонента, кинодиалога, обуславливается несколькими факторами: временной ограниченностью воспроизведения, отношениями подчиненности визуальному компоненту, нацеленностью на мгновенное восприятие результата перевода [2].

Юмор – социокультурный феномен, трактовка и проявление которого отличаются в зависимости от культуры. Данный феномен изучен в еще недостаточной степени, что подтверждается разнообразием теорий и взглядов лингвистов на юмор в научном дискурсе. Многие исследователи дают юмору максимально широкое определение: все, что вызывает смех, есть юмор [3].

Однако нельзя не отметить недостаток данного определения: смех реципиента может быть спровоцирован случайно, в результате восприятия случайного, некомичного визуального образа или комбинации образов [3]. Таким образом, комичность не является обязательным условием возникновения реакции в виде смеха.

Более продуктивный подход предлагает французская ученый-лингвист Катрин Кербра-Ореккиони: юмор как текст, pragmatically направленный на провоцирование реакции в виде смеха. При этом стоит отметить, что данное намерение может быть выражено как имплицитно, так и эксплицитно. Такой подход к определению юмора позволяет полагать, что задача

переводчика состоит в том, чтобы выявить в тексте оригинала авторское намерение рассмешить реципиента и постараться адекватно его передать в переводном языке нужными средствами [4].

Игра слов является другим трудным и одновременно интересным для перевода элементом художественного произведения, где есть место для проявления творческих возможностей переводчика. В кинодиалоге любое из слов, употребляемых персонажами, может стать объектом игры. Часто актеры фильма, а иногда и сам главный герой создают каламбур на основе созвучия употреблённого слова или же неправильного его употребления.

Оригинал	Перевод
<ul style="list-style-type: none"> - Oi, soldier! Get of your bobles! - And what happened to peace on Earth and goodwill to all men, sir? - It doesn't say anything about elves! 	<ul style="list-style-type: none"> - Эй, рядовой! Не отдохать! Не расслабляться» - А как же доброжелательное отношение к людям, сержант? - К людям – да! Но не к эльфам! [5]

В данном фрагменте кинодиалога обыгрывается строчка известного гимна новогодней тематики «I Heard the Bells on Christmas Day», основанного на поэтическом произведении. Для англоговорящего человека строчка «peace on Earth and goodwill to all men» представляет собой крылатое выражение и является прецедентным текстом. Поэтому этот каламбур приобретает для него особое значение. Для русскоговорящего реципиента данная фраза существует в отрыве от данного каламбура и не будет представлять такой же интерес, как для англоязычного реципиента, поскольку все переводы данного Новогоднего гимна являются любительскими и малоизвестными широкому кругу зрителей. Однако в составе каламбура она довольно просто обыгрывается и не представляет сложности для адекватной передачи на русский язык.

Другим удачным примером игры слов является следующий фрагмент кинодиалога:

Оригинал	Перевод
<ul style="list-style-type: none"> - What you get if you eat Christmas decorations? Tinselites! 	<ul style="list-style-type: none"> - А что будет, если съесть, например, ёлочный шар? Подхватишь шаргину! [6].

Переводчику пришлось заменить «ёлочную мишуру» на «ёлочные шары», чтобы в русском языке получить аналогичную игру слов, построенную на фонетическом созвучии. Однако в русском языке восприятие этого

каламбура несколько затруднено по фонетическим причинам: личное окончание глагола сливается по звучанию с началом следующего слова, поэтому очень сложно провести границу между словами. Существует вероятность того, что зритель не сможет с первого раза уловить, на чём основан каламбур.

Однако не всегда игру слов так просто передать, особенно, если она содержится в названии самого кинофильма, как в случае с одним из рассматриваемых мультипликационных фильмов – *Arthur Christmas*. Представляется возможным и вполне обоснованным, согласно содержанию фильма, что название для него подобрано по звунию со словосочетанием *Father Christmas* – Санта-Клаус или Дед Мороз. Но в русском языке невозможно передать данную игру слов. Поэтому переводчикам приходится иначе локализовать название данного фильма, основываясь уже на его содержании – того, что у Санта-Клауса есть целая военизированная организация из маленьких эльфов-помощников.

Библиографический список

1. Гарбовский Н.К. Теория перевода / Н.К. Гарбовский. – М., 2004. – 544 с.
2. Горшкова В.Е. Перевод в кино Текст. / В.Е. Горшкова. – Иркутск: МИГЛУ, 2006. – 278 с.
3. Кузьмичев С.А. Перевод кинофильмов как отдельный вид перевода / С.А. Кузьмичев. – ВЕСТНИК Московского государственного лингвистического университета. – М.: ИПК МГЛУ «Рема», 2012.
4. Kerbrat-Orecchioni C. Les usages comiques de l'analogie Text. / C. Kerbrat-Orecchioni//Folia Linguistica 15. 1981. – Vol. 1,n° 2. – P. 163-183.
5. «Секретная служба Санта-Клауса» // «Arthur Christmas» Издание Blu-ray. 97 мин. 2023г Доступные языки: английский//русский. Доступны субтитры: английский/русский, перевод и дубляж осуществлен студией «Пифагор».
6. «Doctor Who: A Christmas Carol». 61 мин. 2023г. [Электронный ресурс]. – URL: [http://vk.com/search?c\[length\]=2&c\[q\]=doctor%20who%20a%20christmas%20carol&c\[section\]=video&c\[sort\]=2&z=video49573466_164470061](http://vk.com/search?c[length]=2&c[q]=doctor%20who%20a%20christmas%20carol&c[section]=video&c[sort]=2&z=video49573466_164470061) (дата обращения: февраль 2024).

S. Poliakova, S. Kiseleva,
St. Petersburg, Russia

Humor and wordplay in the translation of a film dialogue (New Year celebration)

The article examines the linguistic and cultural aspect of translation in the transmission of humor and wordplay of audiovisual text in film dialogues with New Year celebration. The translation of audiovisual texts is a sought-after type of translation activity, since a significant part of the Russian film market is represented in films by foreign and, especially, English-language products.

Keywords: film text, film dialogue, film translation, New Year celebration, translation of humor and wordplay.

Н.В. Решетняк, С.О. Манахова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
agapital17@mail.ru

УДК 811.133.1'25

Локализация названий лучших французских комедий: удачи и провалы

В статье рассматриваются заголовки лучших комедийных картин французской киноиндустрии в аспекте их перевода и локализации для русскоязычного зрителя. Представленные примеры отражают все особенности творческой адаптации.

Ключевые слова: французские комедии, локализация, переводческие трансформации, перевод киноназваний.

Среди европейских стран Франция занимает ведущее положение по количеству импортируемых картин на российский кинорынок. Самый популярный жанр французского кино – это, безусловно, комедия. Как утверждают филологи, «понятия “Франция” и “комедия” практически синонимичны» [1, с. 123]. Комедийные фильмы французского производства начиная с 60-70-х годов прошлого века прочно завоевали сердце российского зрителя; особенностью многих из этих кинолент является то, что они основаны на комедийных дуэтах.

Лингвистам хорошо знакома специфика перевода комических элементов, а также сложность, возникающая при передаче юмора. В первую очередь, речь идет о непереводимости и невозможности полной эквивалентности. Поскольку юмор – явление национальное, переводчики кинодиалогов должны помнить о том, что помимо переводческих трансформаций, компенсации, опущения или целостного преобразования (замены), существует такой прием как культурная адаптация или локализация.

Любая кинокомедия начинается с названия, которое сочетает в себе признаки комического элемента и особую смысловую нагрузку, однако в силу различных причин далеко не всегда возможен его прямой или дословный перевод. Помимо непосредственного перевода материала и его адаптации к культурным особенностям иноязычного социума, одна из первостепенных задач локализаторов заключается в том, чтобы побудить потенциального зрителя посмотреть картину. Таким образом реализуется одна из основных функций названия – рекламная, обеспечивающая коммерческий успех картины. Используя переводческие трансформации и приемы, нацеленные на привлечение публики, локализаторам необходимо учитывать религиозные особенности, традиции, культурные нормы, табу и т.д.

В данной работе мы рассмотрим названия шедевров из золотого фонда французского кинематографа, а также заголовки ярких кинокомедий XXI века с точки зрения их перевода и локализации для русскоязычного зрителя. При этом мы будем выделять наиболее успешные названия и акцентировать внимание на лингвистических неудачах.

В своей статье исследователь А. Н. Ткачева, проводившая статистический анализ, справедливо утверждает, что вследствие непереводимости, из всех французских фильмов чаще всего переосмысливаются названия комедий. [4, с.144]

Одним из примеров целостного преобразования заголовка можно считать название комедии «Невезучие» (1981) с Пьером Ришаром и Жераром Депардье. За оригинальным названием этой картины «La Chèvre» – «Коза» скрывается его второе значение «приманка», а также идиоматическое выражение «rendre chèvre», что означает «выводить из себя, надоедать», – поскольку герой Ришара действительно раздражает и даже выводит из терпения частного детектива в исполнении Депардье. Однако переводчики решили заменить и упростить франкоязычный заголовок фильма, сделав его более нейтральным. На наш взгляд, название, которое больше передало бы содержание и юмор, а также отразило оригинал, – это «Наживка» или «Ловля на живца».

Напротив, в другой картине, где снимался этот дуэт, – комедии 1983 года «Compères» («Папаши») локализаторы подобрали меткое, смешное и ироничное название. Тем не менее, оно уступает оригинальному, поскольку утрачивает игру слов: «compères» переводится как «соучастники, приятели, кумовья», а также может быть неологизмом «со-отцы», что является основным комедийным посылом этого фильма.

Откровенной неудачей в плане адаптации кинозаголовка можно считать комедию «Невезучие» 2003 года с Депардье и Жаном Рено, которая во Франции вышла в прокат как «Tais-toi!» – «Заткнись!». Чтобы привлечь зрителя, маркетологи использовали специальный прием и обратились к названию фильма уже ставшего популярным и обеспечившего кассовые сборы. Тем не менее, данная локализация совсем не имеет отношения к содержанию новой комедийной кинокартины.

Сегодня «лучшим комиком Франции», «Пьером Ришаром XXI века» называют Дэни Буна. В России, как и во всем мире, его имя стало широко известно благодаря комедии 2008 года «Bienvenue chez les Ch'tis» с кассовым сбором 245 миллионов долларов. Фильм, удостоенных многих премий, был представлен в российском прокате как «Бобро поржаловать». Локализаторы сделали выбор в пользу таких переводческих трансформаций как опущение и лексическая модификация. Часть названия картины «Добро пожаловать к Ш'тям» было полностью вычеркнуто, поскольку переведенное

буквально оно не попало бы в русский культурный код и не смогло бы привлечь российского зрителя: “ch’tis” – это диалектное название жителей севера Франции, которые говорят на пикардском диалекте. В целом перевод комедии, несмотря на огромные трудности, связанные с созданием специфического наречия «француржика», можно назвать удачей, что напрямую касается и кинозаголовка, т.к. оно созвучно слову «поржать», и в нем отражено гостеприимство французов на севере.

В 2014 году на экраны вышел комедийный фильм с Дэни Буном и Кадом Мерадом «Supercondriaque». Несмотря на яркий и необычный исходный заголовок, локализаторы отказались от идеи выпустить картину под названием «Супериохондрик» или просто «Ипохондрик», заменив его лишенным своеобразия выражением «Любовь от всех болезней».

Еще одним примером переводческой трансформации (компенсация, замена) служит название популярного фильма Дэни Буна «От семьи не убежишь» (2018), в оригинале – “La ch’tite famille”. Дословно “La ch’tite famille” переводится как "Маленькая семья" (провинциальная семья), однако локализаторы сделали название более интересным, придав ему некий подтекст и отсылая к расхожему выражению «От судьбы не убежишь», понятное каждому русскому человеку. Знакомое название, локализованное для российского зрителя, звучит глубже в контексте сюжета фильма и сильнее раскрывает его суть. Комедия повествует о человеке, который, имея самое обычное происхождение, старается выдать себя за другого, того, кто чувствует себя в светской среде, как в своей тарелке, но жизнь расставляет все на свои места и буквально говорит: «От семьи не убежишь». Таким образом, данный случай локализации можно считать чрезвычайно успешным.

Подводя итоги, мы можем сделать вывод, что наиболее удачными примерами являются те заголовки французских комедий, которые совпадают по структурным признакам (принадлежат к одинаковым классам языковых единиц) и по содержанию. Киноназвания этих фильмов переводятся дословно, без изменений, например, «Le jouet» («Игрушка», 1976), «Les fugitifs» («Беглецы», 1986), «Radin!» («Жмот» 2016) и др. А также максимально успешны названия картин, ради которых переводчики-локализаторы, обладающие особыми профессиональными навыками работы с кинотекстом, экстралингвистическими и межкультурными знаниями, не боялись импровизировать, проявляя художественное творчество, искали и нашли новые способы вызвать интерес у публики. Этим обуславливается качество выполненной локализации.

Библиографический список

- Григорьева А.Е. Национальный юмор в контексте мирового кино (на примере анализа французской и американской кинокомедий) / А.Е. Григорьева // Северо-Восточный гуманитарный вестник. – 2017. – № 2 (19). – С. 122-127.

2. Маник С.А., Краснова А.В. Подходы к переводу юмора при аудиовизуальном переводе / С.А. Маник, А.В. Краснова // Современные исследования социальных проблем. – 2021. – №2. – С. 111-128.

3. Ткачева А.Н. Особенности российской локализации французских кинозаголовков/ А.Н. Ткачева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2019. – Том 12. Выпуск 2. – С. 144-148.

N. Reshetnyak, S. Manakhova,
St. Petersburg, Russia

Localization of the titles of the best French comedies: successes and failures

The article examines the titles of the best comedy films of the French film industry in terms of their translation and localization for the Russian-speaking audience. The presented examples reflect all the features of creative adaptation.

Keywords: French comedies, localization, translation transformations, translation of film titles.

Е.Г. Суслова, Д.А. Саакян,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
eksuslova@yandex.ru

УДК 811.11222

Использование диахронических корпусов в работе переводчика

В данной статье рассматриваются теоретические аспекты использования диахронических корпусов в переводческой деятельности, описывается функционал нескольких диахронических корпусов и проводится их сравнение, выявляются преимущества использования диахронических корпусов в работе переводчика и оценивается влияние использования диахронических корпусов на качество перевода.

Ключевые слова: корпусная лингвистика, перевод, диахронический корпус, экономика.

Корпусная лингвистика – это область языкоznания, которая стала активно развиваться сравнительно недавно, но уже привлекает к себе значительное внимание и создает множество технологий, упрощающих работу лингвистов, переводчиков и всех, кто изучает иностранные языки [1]. Ее достижения вывели исследования на новый уровень и позволили по-новому взглянуть на язык, изучение которого значительно ускорилось благодаря корпусам. Корпусная лингвистика обладает большим потенциалом.

Базы данных продолжают совершенствоваться и расширяться, поэтому есть все основания ожидать новых открытий в области языкознания в ближайшем будущем.

Диахронические корпусы играют важную роль в повышении качества перевода. С их помощью переводчики могут более точно передавать смысл и контекст исторических текстов, расширять лексический запас и совершенствовать профессиональные навыки. Благодаря диахроническим корпусам, переводчики получают доступ к важной информации о языковых изменениях и эволюции. Это помогает им адаптироваться к различным языковым и культурным условиям.

Die Mittelhochdeutsche Begriffsdatenbank (MHDBDB) [3] и Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS) [2] – это ценные ресурсы для изучения диахронического развития немецкого языка. MHDBDB содержит тексты на средневерхненемецком языке с XI-XVI вв. В него включены различные типы текстов, такие как литературные произведения, юридические и богословские тексты. Благодаря MHDBDB, появилась возможность изучать термины на средневерхненемецком языке и отслеживать их значения с течением времени.

DWDS, напротив, представляет собой диахронический корпус немецкого языка с ранненововерхненемецкого периода до настоящего времени. В него включены как устные, так и письменные тексты, а также различные жанры, такие как литература, газетные статьи, письма и многие другие. DWDS позволяет исследователям изучать различные языковые явления и анализировать изменения в немецком языке в течение длительного периода.

Еще одним важным отличием между двумя корпусами является их доступность и удобство использования. MHDBDB – это исследовательский проект, и работа с ним требует знания средневерхненемецкого языка. DWDS, напротив, является общедоступным ресурсом, который может использоваться широкой публикой.

Для сравнения был произведен запрос слова «Wirtschaft» в обоих корпусах. Критерии сравнения были выбраны в связи с профессиональным стандартом «Специалист в области перевода».

DWDS показывает несколько значений слова «Wirtschaft». Одно из них относится к области экономики и означает «систему производства и распределения материальных благ в обществе» [2]. Второе значение связано с хозяйством.

Помимо этого, DWDS позволяет нам изучить частотность употребления слова «Wirtschaft» в разные периоды времени. В период с 1750-1850 гг. слово «Wirtschaft» употреблялось сравнительно редко. Однако с 1850 года начинается постепенный рост частотности употребления, и пик достигается в 1950-е годы. В последнее десятилетие частотность слова «Wirtschaft» была относительно стабильной, с небольшими колебаниями.

MHDBDB предоставил доступ к отрывкам из 120 произведений с ис-комым словом. Среди них присутствуют экономические, политические, религиозные и художественные тексты. Больше всего отрывков было предо-ставлено из работы Ehebüchlein 1472 г.

В процессе анализа можно наблюдать за изменением слова. Примеры употребления позволяют сделать вывод, что раньше оно писалось иначе («wirtschafft») и изменило свое значение. Вот некоторые из них – «домашнее хозяйство», «деятельность помещика», «гостеприимство», «трактир» [3]. Следовательно, общий смысл не изменился. Если раньше слово означало, например, совокупность хозяйственных процессов одного человека, то сейчас оно расширилось и означает экономику в целом.

Рассмотрение двух диахронических корпусов позволило выявить их уникальные особенности и преимущества. MHDBDB сосредотачивается на средневерхненемецком языке и предоставляет более подробную информацию о лексических единицах того времени. DWDS же охватывает больший временной период, а также не требует особых умений при использовании корпуса. Использование обоих корпусов сделает работу переводчика намного продуктивнее. Независимо от конкретных исследовательских запросов, эти корпуса дополняют друг друга, обогащая исследование и углубляя понимание развития немецкого языка на различных этапах и в различных контекстах.

Подытоживая все вышеизложенное, можно сделать вывод, что каждый переводчик обязательно должен познакомиться с таким инструментом кор-пусной лингвистики как диахронический корпус, ведь он будет незамени-мым помощником в работе и совершенствовании знаний языка.

Библиографический список

1. Козлова Н.В. Лингвистические корпуса: определение основных понятий и типология / Н.В. Козлова // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2013. – С. 79-88.
2. DWDS – Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.dwds.de> (дата обращения: 26.11.2023).
3. MHDBDB – Die Mittelhochdeutsche Begriffsdatenbank [Электронный ресурс]. – URL: <https://mhdbdb.sbg.ac.at> (дата обращения: 26.11.2023).

E. Suslova, D. Saakyan,
St. Petersburg, Russia

The use of diachronic corpora in the work of a translator

This paper discusses the theoretical aspects of using diachronic corpora in translation work, describes the functionality of several diachronic corpora and compares them, identifies the advantages of using diachronic corpora in translator's work and evaluates the impact of using diachronic corpora on translation quality.

Keywords: *corpus linguistics, translation, diachronic corpus, economics.*

Е.А. Середа, М.П. Ефремова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
elena_sereda@mail.ru

УДК 811.111

Передача сленга при переводе испаноязычных сериалов

В настоящей статье исследуются сленговые единицы, выделенные в современных испанских сериалах «Бумажный дом» и «Элита». В ходе исследования отобранные единицы рассматриваются по двум критериям – тематика и оценка. Также изучаются переводческие приемы, которыми пользуется переводчик при передаче сленговых единиц в процессе перевода сериалов на русский язык.

Ключевые слова: сленг, испанские сериалы, переводческие приемы, «Бумажный дом», «Элита».

Вопрос, касающийся такого лингвистического явления, как сленг, всегда вызывал большой интерес у отечественных и зарубежных исследователей в области языкоznания. Стоит отметить, что споры относительно определения понятия «сленг» ведутся по настоящее время.

Изучив имеющиеся подходы к определению понятия «сленг» в современной лингвистике (В.А. Хомяков, О.Д. Миранаева, Д.Э. Розенталь и М.А. Теленкова, И.Р. Гальперин) [1; 3; 4; 5], а также ориентируясь на определения, предлагаемые в толковых словарях испанского языка («Diccionario de la lengua española de Real Academia Española» и «Diccionario Salamanca de la Lengua Española» [6; 7]), в настоящем исследовании мы рассматриваем сленг как исторически сложившийся слой лексики, характеризующийся подвижностью, нестандартностью, разговорностью (наиболее частотным употреблением в устной речи), нелитературностью, недолговечностью и эмоциональной окрашенностью.

Практической базой исследования послужили испанские молодежные сериалы «Бумажный дом» и «Элита» в оригиналe и дубляже от студии TVShows. В ходе исследования отобрано и рассмотрено 86 сленговых единиц. Помимо уже указанных словарей испанского языка, для обнаружения сленговых единиц использовался Испанско-русский словарь современного сленга и ненормативной лексики [2]. Вычленялись те слова и выражения, которые имеют пометки «*colloquial*» (разговорный); «*vulgar*» (вульгарный, грубый); «*malson.*» (от *malsonante* – непристойный, оскорбительный, грубый) и «*сл.*» (сленг), «*арг.*» (арго), «*разг.*» (разговорный), «*жарг.*» (жаргон).

Для анализа сленговых единиц с целью выявления наиболее частотных видов сленгизмов, употребляемых в сериале, была предложена классификация по тематическому и оценочному критериям. Кроме того, был

проведен анализ переводческих трансформаций, использованных переводчиком студии TVShows, после чего выявлено количество наиболее часто употребляемых переводческих трансформаций при переводе сленговых единиц.

Ссылаясь на результаты проведенного анализа сленговых единиц, можно определить, что сленговые единицы функционируют в обширном разнообразии тематик и аспектах общественной жизни: от объектов действительности до досуга. Кроме того, сленгизмы могут иметь нейтральную, положительную, негативную оценку, а оценка может варьироваться в различных контекстах контекста.

На этапе исследования выявлено, что наиболее часто в сериале употребляются сленговые единицы, характеризующие человека и имеющие отрицательную оценку (17 единиц). Чуть реже употребляются сленговые единицы, обозначающие действие и имеющие нейтральную оценку (16 единиц). Практически в равной степени частотности употребляются сленговые единицы, характеризующие человека и имеющие положительную оценку (8 единиц), а также описывающие объект, действие, отношение к ситуации и имеющие отрицательную оценку (6, 5 и 6 единиц соответственно). За исключением сленговых единиц, характеризующих человека, наименее часто употребляются сленговые единицы, имеющие положительную оценку (от 1 до 3 единиц) и сленговые единицы, которые могут иметь и положительную, и отрицательную оценку (от 1 до 3 единиц).

Исследование показало, что единой модели перевода сленгизмов не существует. В ходе анализа переводческих приемов, применяемых для передачи сленговых единиц было выявлено, что наиболее часто употребляемой лексической трансформацией является подбор аналога (54%). В равной степени частотности сленгизмы переводились посредством деметафоризации и конкретизации (по 12%). Реже при переводе применялись такие лексические трансформации, как: генерализация и транскрипция/транслитерация (по 5%). Наименее часто переводчик прибегал к таким трансформациям, как: калькирование, опущение, реметафоризация и модуляция (по 3%). Наиболее часто при переводе сленгизмов производилась замена части речи (56%), и в равной степени частотности переводчик прибегал к замене формы слова и члена предложения (по 22%). Наиболее часто использовался описательный перевод (53%). Реже применялись такие лексико-грамматические трансформации, как: антонимический перевод (23%) и компенсация (18%). Наименее часто сленговые единицы переводились посредством целостного преобразования (6%).

Таким образом, очевидно, что чаще всего переводчик использовал лексические приемы перевода (70%), значительно реже применялись лексико-грамматические приемы перевода (20%), и только в 10% случаях сленговые единицы переводились посредством грамматических приемов.

Библиографический список

1. Гальперин, И.Р. О термине «сленг» [Текст]. / И.Р. Гальперин. // Вопросы языкоznания. – 1956. – №6. – С. 109 – 111.
2. Испанско-русский словарь современного сленга и ненормативной лексики [Текст]. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2008. – 191 с.
3. Миралаева, О.Д. Современный русский молодёжный жаргон (социолингвистическое исследование) / О.Д. Миралаева / Автореф. дис. канд. филол. наук 10.02.19 / Рос. АН Ин-т языкоznания. – Москва, 1994. – 19 с.
4. Розенталь, Д.Э. Словарь-справочник лингвистических терминов [Текст] / Д.Э. Розенталь, М.А. Теленкова. – М.: Астрель АСТ, 2001. – 623 с.
5. Хомяков, В.А. Введение в изучение сленга – основного компонента английского просторечия: учебное пособие / В.А. Хомяков. – Вологда, 1971. – 103 с.
6. Diccionario de la lengua española de Real Academia Española (Словарь испанского языка Испанской королевской академии) // [Электронный ресурс] – URL: <http://dle.rae.es/?w=diccionario&origen=REDLE> (дата обращения: 10.01.2024).
7. Diccionario Salamanca de la Lengua Española [Text]: – Santillana / Universidad de Salamanca. – 2006. – 1726 p.

E. Sereda, M. Efremova,
St. Petersburg, Russia

Slang in Spanish Series: Rendering into Russian

The article investigates the slang units selected in the contemporary Spanish TV series «Money Heist» and «Elite». The selected units were examined according to two criteria, namely subject matter and evaluation. Also, the translation techniques used by the translator when transferring slang units in the process of translation of the TV series into Russian are studied.

Keywords: *slang, Spanish TV series, translation techniques, "Money Heist", "Elite".*

Ю.Г. Тимралиева, Э.Т. Набиева,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
juliati@yandex.ru

УДК 811.11-112

Перевод устойчивых словосочетаний в учебно-научном тексте (на примере книги Э. Конвея „Wirtschaftswissenschaft. 50 Schlüsselideen“)

В статье рассматриваются примеры перевода с немецкого на русский язык устойчивых словосочетаний в учебно-научном экономическом тексте, выявляются переводческие используемые трансформации, анализируются переводческие ошибки.

Ключевые слова: учебно-научный текст, устойчивые словосочетания, идиомы, клише, переводческие трансформации.

Перевод устойчивых словосочетаний, в том числе клише и идиом, традиционно является одной из ключевых проблем при переводе текста с одного языка на другой, поскольку далеко не всегда в языке перевода представлены эквивалентные идиоматические единицы. В таком случае переводчику приходится подбирать близкий по значению вариант устойчивого выражения, либо использовать описательный перевод. С другой стороны, иногда и при наличии эквивалентной единицы переводчик намеренно прибегает к тем или иным переводческим трансформациям. Рассмотрим на примере книги Эдмунда Конвея „Wirtschaftswissenschaft. 50 Schlüsselideen“ («50 идей, о которых нужно знать») [3], ориентированной на рассмотрение ключевых экономических понятий для студентов экономических специальностей, некоторые особенности перевода устойчивых словосочетаний в учебно-научном тексте.

Таблица 1

	Оригинал	Перевод
1	Als der Internetboom Ende der 1990er-Jahre seinen <u>Höhepunkt erreichte</u> , wurden Milliarden von Dollar in ein neues internationales Glasfaserkabelnetz investiert.	Когда в конце 1990-х интернет-бум <u>достиг апогея</u> , инженерные компании потратили миллиарды на новую международную сеть оптоволоконных кабелей.
2	Dieser Ruhm gebührt vielmehr dem Zeitalter des Viktorianismus, das im ausgehenden 19. Jahrhundert <u>mit der Glanzzeit des Britischen Empire zusammenfiel</u> .	Таковым должна по праву считаться Викторианская эпоха. В конце XIX века Британская империя <u>пребывала в зените</u> .
3	Obwohl der Begriff seit den 1980er-Jahren <u>in aller Munde ist</u> und die Jahrzehnte seit dem Fall der Berliner Mauer und dem Ende des Kalten Krieges weithin als <u>Blütezeit</u> der Globalisierung betrachtet werden, erleben wir heute keineswegs die erste Epoche in der Geschichte, die sich durch weitreichende internationale Wirtschafts- und Handelsbeziehungen und grenzüberschreitende Mobilität auszeichnet.	Сам термин <u>вошел в обиход</u> в 1980-е; 20 лет после падения Берлинской стены и конца холодной войны считаются <u>апогеем</u> глобализации, однако это далеко не первый период масштабной международной торговли, коммерции и миграции.

В таблице 1 приведены примеры перевода предложений с близкими по значению композитами *Höhepunkt*, *Blütezeit*, *Glanzzeit*. В примере 1 автор использует для устойчивого выражения *Höhepunkt erreichen* один из 2-х

принятых в русском языке эквивалентов перевода: «достигать апогея/ достигать пика». В примере 2 автор уходит от дословного перевода выражения *mit der Glanzeit zusammenfallen* – «совпасть с периодом расцвета», используя устойчивое клише «пребывать в зените». Данная замена, во-первых, повлекла за собой существенную трансформацию синтаксической структуры, во-вторых, усилила оценочный потенциал исходного высказывания, поскольку «зенит» является собой высшую точку развития, в то время как «период расцвета» предполагает протяженность во времени. В примере 3 автор снова отказывается от принятых вариантов перевода выражения *in aller Munde sein* – «быть у всех на устах/ быть на слуху», используя русскоязычное клише «войти в обиход», которое не является абсолютным эквивалентом для данного устойчивого сочетания, поскольку в большей степени подчеркивает факт появления того или иного предмета/ явления (в данном случае глобализации) в информационном пространстве, нежели факт его популярности, предполагаемой местоимением *alle*. Термин *Blütezeit* (букв. период расцвета) переводится лексической единицей «апогей», что, как и в случае с лексемой «зенит», усиливает оценочный потенциал высказывания. Кроме того, в примере 1 слово «апогей» уже использовалось при переводе существительного *Höherpunkt*; таким образом, переводчик переводит две разные лексические единицы (*Höherpunkt, Blütezeit*) на русский язык одним словом, игнорируя как наличие семантических нюансов, так и вариативность словоупотребления в тексте оригинала в целом.

Таблица 2

	Оригинал	Перевод
4	Seit der Entdeckung Amerikas durch Christoph Kolumbus im Jahr 1492 <u>hat</u> die Globalisierung zunehmend an Bedeutung gewonnen.	Фактор глобализации <u>весьрьез проявился</u> после 1492 года.
5	Zwei bahnbrechende technische Entwicklungen haben den internationalen Handel stark vorangetrieben.	Колеса международной коммерции были подмазаны двумя революциями.

В таблице 2 приведены примеры трансформаций, повлекших нарушение норм русского языка. Так в примере 4 устойчивое выражение *an Bedeutung gewinnen* (приобретать все большее значение) переводится словосочетанием «весьрьез проявиться», в результате чего, во-первых, происходит незначительное искажение смысла, поскольку в тексте оригинала речь идет о растущем влиянии феномена, а не о степени его проявления, во-вторых, наблюдается нарушение норм сочетаемости слов русского языка. В примере 5 также выявлено несоответствие нормам русского языка: присутствующая в тексте перевода фраза «колеса ... были подмазаны» звучит

неестественно для русскоязычного реципиента (в НКРЯ [2] подобные случаи словоупотребления не выявлены), и в значительной степени выдает неудачно переведенный текст. В данном случае словосочетание *stark vorantreiben* можно было перевести на русский язык словосочетаниями «дать существенный толчок развитию», «существенно продвинуть». Таким образом, если одни переводческие трансформации при переводе устойчивых словосочетаний оправданы, то другие могут привести к искажению смысла и/или нарушению норм языка перевода.

Библиографический список

1. Конвой Э. 50 идей, о которых нужно знать. Экономика / Э. Конвой; пер. с нем. Н. Караева. – М.: Фантом Пресс, 2015. – 208 с.
2. Национальный корпус русского языка. [Электронный ресурс]. – URL: <https://ruscorpora.ru>
3. Conway E. Wirtschaftswissenschaft. 50 Schlüsselideen / E. Conway; „Spektrum. Akademischer Verlag”, 2012. – 208 с.

J.G. Timralieva, E.T. Nabieva,
St. Petersburg, Russia

Translation of stable phrases in an educational and scientific text (using the example of the book by E. Conway "Wirtschaftswissenschaft. 50 Schlüsselideen")

The article examines examples of the translation of stable phrases from German into Russian in an educational and scientific economic text, identifies the translation transformations used, analyzes translation errors.

Keywords: educational and scientific text, stable phrases, idioms, translation transformations.

А.А. Федюковский,
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
fedyukovsky@mail.ru

УДК 81.371

Проблема сохранения оригинальной национально-культурной коннотации переводимого текста

Автор рассматривает культурологическую специфику текста в контексте эквивалентности перевода. Национально-культурная коннотация характеризует не только отдельные лексические единицы, но и текст в целом.

Ключевые слова: коннотация, национально-культурная коннотация, перевод, безэквивалентная лексика, реалия.

При создании любого оригинального текста автор обогащает его различными лексическими и стилистическими средствами родного языка с целью передать свои интенции и эмоции. Текст является своеобразным личным отражением конкретного автора, и данное произведение нельзя воспринимать в отрыве от личности его создателя [2]. Однако, помимо того, что автор вносит в свой текст нечто характерное только ему, нельзя не отметить, что любой текст не существует в отрыве от культуры народа, к которой автор принадлежит.

Тексты русскоязычного и англоязычного авторов отличаются не только потому, что написаны разными индивидуумами, но и потому, что они принадлежат разным национальным культурам. Автор как бы вписывает свое произведение в контекст актуальной ему реальности. Описывая то или иное явление, событие или предмет, автор будет опираться на актуальный опыт, соответственно происходит определенная презентация культуры народа, к которому он принадлежит. Автор намеренно отражает в тексте национально-культурную коннотацию, а именно лексику, в которой содержится особый национально-культурный оттенок значения.

Национально-культурная коннотация текста часто отчетливо проявляется на фоне общеупотребительной лексики. Наиболее ярко такая коннотация заметна при описании условий жизни персонажей, в их речи. Их описание и поступки могут нести в себе национально-культурный компонент лексического значения: лингвистическая импликация национального характера, стиль речи, идиомы и т.д.

Национально-культурная коннотация – «компонент значения слова, соотнесенный с тем или иным культурным кодом» [1]. Данная культурологическая информация содержится в лексическом значении слов и рассматривается исследователями с точки зрения культурного и исторического опыта людей, принадлежащих к конкретной нации. Национально-культурная лексика – современное явление, определение и классификация которого остается в центре внимания лингвистов, педагогов и культурологов. Остановимся, однако, на некоторых наиболее актуальных аспектах.

К национально-культурной лексике относят обычно безэквивалентную лексику; диалектизмы; реалии различных видов; топонимы; историзмы; антропонимы; термины родства; слова, представляющие концепты культуры; фразеологизмы; формулы речевого этикета.

При передаче на другой язык национально-культурной лексики пользуются разнообразными приемами: транслитерация, транскрипция, калькирование, описательный перевод. В относительно редких случаях перевод-

чику удается найти в родном языке соответствующие эквиваленты. Например, для передачи диалектизмов можно использовать просторечную лексику, а при переводе фразеологизмов подойдут пословицы и поговорки родного языка, которые сохраняют и основную семантику, и эмоционально-оценочную коннотацию подобных национально-культурных лексических единиц.

Таким образом, чтобы сохранить оригинальную интенцию автора, переводчик должен крайне внимательно работать с текстами, характеризующимися национально-культурной коннотацией. То, что для оригинальной культуры является привычным и обыденным, для культуры языка перевода может быть абсолютно незнакомым [3]. Часто в переводимом тексте нет полного эквивалента для описываемого явления, в других случаях данное явление может быть абсолютно новым, нехарактерным в культуре принимающего языка. Данные различия могут создавать проблемы при переводе, например, использование национально-окрашенной, чужой для данного языка лексикой.

Библиографический список

1. Денисенко И.Е. Национально – культурная коннотация как элемент культуры в языковом знаке / И.Е. Денисенко // Стимулирование инновационного развития общества в стратегическом периоде: сборник статей Международной научно-практической конференции, Саратов, 25 марта 2018 года. Том Часть 2. – Саратов: Общество с ограниченной ответственностью "Аэтерна", 2018. – С. 115-118.
2. Федюковская М.Г. Психологические и лингводидактические аспекты чтения иностранного профессионального текста / М.Г. Федюковская // Наука и практика глобально меняющегося мира в условиях многозадачности, проектного подхода, рисков неопределенности и ограниченности ресурсов: Сборник научных статей по итогам международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 19-20 июня 2020 года. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – С. 87-89.
3. Шаповалова Е.О. Эквивалентный перевод как приемлемый вариант передачи национально-культурной коннотации фразеологизмов / Е. О. Шаповалова // Studium Juvenis: Межвузовский сборник трудов молодых ученых. Том Выпуск 3. – Челябинск: СИМАРС, 2010. – С. 136-139.

**A. Fedyukovsky,
St. Petersburg, Russia**

The problem of preserving the original national-cultural connotation of the translated text

The author considers the cultural specifics of the text in the context of translation equivalence. The national-cultural connotation characterizes not only individual lexical units, but also the text as a whole.

Keywords: connotation, national-cultural connotation, translation, non-equivalent lexis, reality.

О.А. Фрейдсон, П.Б. Петрова,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

olga-freidson@mail.ru

УДК 811.13

К вопросу о семантической неоднозначности юридических терминов (на примере французского языка)

В статье рассматриваются проблемы многозначности правовой терминологии во французском языке: причины ее возникновения, лингвистические и экстралингвистические факторы.

Ключевые слова: юридическая терминология, семантическое словообразование, многозначность.

Юридическая терминология в любом языке (и французский не является исключением) представляет собой сложную систему, которая, с одной стороны, входит в общеупотребительный словарный фонд, а с другой стороны характеризуется наличием ряда специфических особенностей, которые зачастую делают ее малопонятной простому обывателю.

Процесс формирования юридической лексики на базе французского общего языка стал наиболее активным в конце XVIII в. И в этом процессе наиболее активную роль играло либо семантическое словообразование: термины возникали путем расширения и переосмыслиния значений общеупотребительных слов, либо морфологическое словообразование: аффиксация, словосложение, обратная деривация и т.д. Одним из ярких примеров терминов, образованных семантическим путем, является лексема *acquêt*. В современном французском языке она употребляется в значении *имущества, совместно приобретенного супругами, которое составляет их общую собственность*. Однако, первоначальное (сейчас уже устаревшее) его значение было *приобретение, покупка* [1].

Вопрос семантической неоднозначности юридических терминов во французском языке является актуальным и важным для понимания и корректного использования правовой терминологии. Многозначность – распространенное явление во многих языках, включая французский, и может возникать из-за различных причин, таких как исторические, культурологические, контекстуальные. Юридическая терминология во французском языке особо подвержена многозначности толкования.

Исторические причины лежат в основе множества случаев многозначности терминов, поскольку лексемы в некоторых своих значениях приходят

в язык в разные эпохи и получают различную интерпретацию. Это приводит к тому, что за одним термином закрепляется несколько значений, очевидная связь между которыми утратилась с течением времени. Данный факт создает путаницу и мешает правильному толкованию и переводу данного термина.

Например, термин *acte* как юридический термин *исполнительный акт* был заимствован из латыни в 14 веке, а в 16 веке из той же латыни пришло общее значение этого слова: *действие, поступок*. Чуть позже появилось значение *протоколы*, а также *театральный акт* [1].

Культурологические факторы также могут способствовать семантической неоднозначности. Юридические термины могут отражать особенности правовой системы и культуры определенной страны или региона. Например, термин *contrat* с французского языка переводится как *договор*, но понятие договора в контексте Франции и России могут значительно отличаться.

Контекстуальные факторы имеют неоспоримо большое значение при интерпретации юридических терминов во французском языке. Понимание контекста помогает определить, какой именно смысл приобретает данный юридический термин в конкретной ситуации или тексте. Это особенно актуально во французском языке, где наблюдаются тонкие различия в значениях и использовании юридических терминов в зависимости от ситуации, от правовой области, в которой он используется, а также от специфического контекста и целей его применения. Внимательное изучение каждого термина в соответствующем контексте способствует правильному его толкованию. К примеру, термин *mandat* во французской юриспруденции в зависимости от контекста может обозначать *доверенность, агентство, прокуратуру, президентский срок*.

Для обывателей, не знакомых с юриспруденцией, термины представляются как непонятные, закодированные слова. Во французском языке это усугубляется тем, что зачастую терминосистемы не имеют своих собственных лексических единиц, а используют слова общеупотребительного языка в их узкоспециальных значениях.

Jean –Pierre Gridel в своей книге «*Notions fondamentales de droit et droit français*» отмечает: «Exposez gravement, devant des personnes non averties, que *la grosse* est une expédition particulière de la minute, et l'auditoire se demandera quel est l'établissement psychiatrique le plus adapté à votre cas». (Скажите торжественно несведущим людям, что **полная дама** – это особое скорое послание, аудитория задастся вопросом, в какую бы психиатрическую больницу вас лучше поместить (перевод наш)) [2, с. 291]. Отметим, что во Франции в юридической среде лексемой *une grosse* принято называть бюллетень гражданского судебного решения, представляющий собой

подлежащую исполнению копию решения, выдаваемую аппаратом суда сторонам процесса (сокращение от названия *Une grosse d'un jugement civil*).

Другие так называемые термины «двойного контекста» связаны с общеупотребительными словами, но требуют учета содержания, в котором они используются, для понимания их истинного значения. В зависимости от контекста некоторые юридические термины имеют сходное значение с общей лексикой (например, *divorce – развод*, *témoigner – свидетельствовать, рассказывать*), в то время как другие приобретают совершенно другое значение. Например, во французском законодательстве термин *meuble* означает *движимое имущество*, то есть имущественную и личную неимущественную собственность, не относящуюся к недвижимости (например, акции компании). В общеупотребительном языке *meuble* именует *мебель*: имущество, используемое для хранения, украшения или других функциональных целей.

Таким образом, многозначность, свойственная французскому языку, присуща и многим юридическим терминам. В ее основе лежат семантические процессы развития значений, вызванные как лингвистическими: контекстуальными, так и экстралингвистическими факторами: историческими и культурологическими. Для изучения и понимания семантики юридических терминов французского языка рекомендуется использовать надлежащие источники, такие как юридические словари, комментарии к законодательству и решения судов. Консультации с юридическими экспертами также позволяют устранить возможные расхождения в трактовке и обеспечивают точное понимание юридических терминов в контексте французского права.

Библиографический список

1. Dictionnaire de l'Académie française [Электронный ресурс]. URL: <https://www.dictionnaire-academie.fr> (дата обращения: январь 2024).
2. Gridel J.-P. Notions fondamentales de droit et droit français. Introduction, méthodologie, synthèse / J.-P. Gridel // Revue internationale de droit comparé. Vol. 45 N°1. – Paris, 1993. – С. 291-292.

O.A. Freidson, P.B. Petrova,
St. Petersburg, Russia

On the issue of semantic ambiguity of legal terms (using the example of the French language)

The article examines the problems of ambiguity of legal terminology in the French language: the causes of its occurrence, linguistic and extralinguistic factors.

Keywords: legal terminology, semantic word formation, ambiguity.

1.3. Лингвистика текста и дискурса, когнитивная лингвистика

С.П. Алексеева, Е.А. Шеина,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

katya.sheina.01@inbox.ru

УДК 81.42

Роль коммуникативных навыков в переговорном процессе

В статье рассматривается возрастающее значение владения коммуникативными навыками в межличностном общении, а также роль коммуникационных технологий в выстраивании деловых отношений.

Ключевые слова: коммуникативные навыки, межличностное общение, коммуникационные технологии, переговорный процесс, деловые отношения.

В быстроразвивающемся мире значимость взаимосвязей в межличностном общении и совместной деятельности возрастает с каждым днем. Происходят изменения не только на уровне повседневного общения, но также во взаимодействиях на деловом уровне. Возрастает потребность в специалистах, владеющих коммуникативными навыками, риторическими приемами, посредством которых достигается успех при выстраивании деловых отношений. Данная потребность объясняется не только совершенствованием в профессиональной деятельности, но и внутренней мотивацией, стремлением к успеху и публичному призванию, ведь не каждому дано овладеть коммуникационными навыками. Умение правильно излагать информацию, понимать собеседника и участие в диалоге способствуют созданию дружественной атмосферы, что помогает в достижение поставленных задач [3, с. 14].

Коммуникация – это сложное понятие, без которого невозможно существование человека и общества, прежде всего это обмен информацией, эмоционального и интеллектуального содержания. Любые переговоры – это межличностная коммуникация, где применяются различные коммуникативные навыки. Успех переговорного процесса во многом зависит от коммуникативных навыков участников переговоров и от того, как они их применяют на практике.

Прежде всего к коммуникативным навыкам относится умение четко выражать свои мысли и слушать собеседника. В переговорном процессе важно не только говорить, но и понимать мысли и точку зрения других участников переговоров. Владение невербальным общением помогает с помощью собственной мимики, движений и жестов передать свою точку зрения, в случае если собеседник умеет считывать невербальные знаки. Кроме

того, навыки неверbalного общения помогают понять собеседника, который так или иначе своим поведением будет подавать знаки, это может пойти ему как на пользу, так и нет. С помощью невербальных сигналов можно легко понять, когда собеседник уходит от точного ответа или скрывает достоверную информацию. Навык обратной связи также важен при выстраивании взаимоотношений. Участникам переговоров необходимо всегда подбирать правильные слова, учитывать взгляды другой стороны, проявлять гибкость. В случаях ведения переговоров с зарубежными партнерами особенно важно учитывать культурные особенности не только при ответах, но и при выстраивании всего переговорного процесса [2, с. 146].

В деловой коммуникации происходит обмен информацией, результатами взаимодействия, решаются вопросы и выстраивается траектория дальнейшего общения. Для успешной деловой коммуникации необходимо уметь выстраивать общение с партнерами и конкурентами, с людьми разных культур и национальностей, несмотря на свои личные взгляды и пристязания. При этом важно применять коммуникативные навыки, которые будут способствовать выстраиванию эффективного взаимодействия. Специалист, обладающий различными коммуникативными приемами влияния на партнера в переговорном процессе, быстро меняющий стратегию и тактику поведения при необходимости, сумеет сформировать привлекательный имидж и добиться успеха в своем деле. Сформированность коммуникативной культуры предполагает умение правильно организовывать коммуникативный процесс [1, с. 157].

Кроме того, одновременно с развитием коммуникативных навыков формируются функции, которые также важны при ведении переговоров. Прежде всего это диагностико-прогнозирующая функция, организационно-коммуникативная функция, перспективно-расчетная функция и контрольно-стимулирующая функция. Данные функции выступают в качестве вспомогательного инструмента коммуникативным навыкам, помогая собрать и обобщить информацию, учесть интересы обеих сторон и стимулировать принятие решения.

Таким образом, владение и развитие коммуникативных навыков является важной частью любого переговорного процесса. Данные навыки позволяют эффективно выстраивать взаимоотношения, устанавливать доверительные отношения и достигать договоренностей с партнерами. Необходимо постоянно совершенствовать владение коммуникативными навыками для достижения поставленный целей в переговорном процессе.

Библиографический список

1. Зуенко М.И. Переговорный процесс в деловой коммуникации: типы, структура, актуальность / М.И. Зуенко // Вестник Национального института бизнеса. – 2017. – №28. – С. 155-159.

2. Колесник К.А. Коммуникационные навыки в управленческой деятельности: эффективное общение с подчиненными и вышестоящими руководителями / К.А. Колесник, Н.П. Матыцина // Вестник науки. – 2023. – №12. – С. 145-148.

3. Шарков Ф.И. Коммуникация: деловое общение, коммуникативные техники и технологии / Ф.И. Шарков, Л.В. Комарова // Коммуникология. – 2014. – №4. – С. 13-26.

S. Alekseeva, E. Sheina,
St. Petersburg, Russia

The role of communication skills in the negotiation process

The article considers the increasing significance of communication skills in interpersonal communication and the role of communication technology in building business relations.

Keywords: communication skills, interpersonal communication, communication technologies, negotiation process, business relations.

Е.Ю. Балашова,
Саратовская государственная юридическая академия
balashovaelena@yandex.ru

УДК 811.111

Методология жанрового аннотирования специального корпуса текстов (на примере UN Corpus)

В статье описывается методология жанровой разметки специального корпуса текстов посредством статистического анализа ключевых терминологических сочетаний с помощью программы AntConc и pragma-коммуникативного анализа основных жанровых образцов.

Ключевые слова: электронный корпус текстов, жанровая разметка, pragma-коммуникативные функции, терминологические сочетания, корпус-менеджер AntConc.

В современной корпусной лингвистике жанровое аннотирование считается одним из самых сложных видов корпусной разметки, требующим от исследователя выполнения целого ряда задач:

- 1) проведение статистического анализа корпусных текстов, позволяющего выделить ключевые слова и высокочастотные терминологические сочетания;
- 2) определение базовых морфо-синтаксических паттернов и клише, функционирующих в том или ином корпусе;

3) описание инвентаря основных жанровых образцов аннотируемого корпуса и их прагма-коммуникативный функциональный анализ [1].

Выполнение перечисленных задач может осложняться тем фактом, что исследователь имеет дело не с общеязыковым, а со специальным корпусом текстов, где границы между жанрами нередко размыты, в связи с чем прагма-коммуникативные функции приобретают пограничный характер. Однако при составлении списка ключевых терминологических сочетаний, принадлежащих той или иной сфере употребления, тому или иному подъязыку, применение корпус-менеджер программы *AntConc* на материале специального корпуса может выступать довольно эффективным инструментом.

Так, по данным корпус-менеджер программы *AntConc* специальный корпус юридических и дипломатических документов UN Corpus [4] содержит следующие термины с частотой употребления более 1000: *agreement* (5875), *article* (2045), *European* (1805), *party* (1420), *regulation* (1414), *republic* (1349), *lessor* (1209), *commission* (1194), *parties* (1170), *lessee* (1033).

Жанры указанного корпуса реализуют такие прагма-коммуникативные функции, как *аргументативная / argumentative* (все типы рекомендательных документов), *информационная / informative* (agenda, back-ground paper, leaflet, fact sheet, explanatory note etc.), *директивная / the function of command* (administrative instructions, guidelines, information circular, working paper), *аналитическая / analytical* (analytical report, analytical review, legal analysis, research, legal study), *регулятивная / regulative* (act, amendment, bill, ordinance, protocol, statute, norms).

Однако UN Corpus содержит ряд пограничных жанров, реализующих несколько прагма-коммуникативных функций одновременно и потому вызывающих трудности при жанровом аннотировании упомянутого корпуса. К пограничным жанрам мы относим *an assessment report* (informative and evaluative functions), *a summary report* (analytical and informative functions), *a memorandum* (regulative and informative functions), *a request* (argumentative and appellate functions), *recommendations* (argumentative and regulative functions), *a conference programme* (informative function and the function of command).

Мы полагаем, что анализ экстра- и интратекстуальных свойств [3] пограничных жанровых образцов корпуса, а также их дискурсивных маркеров [2] позволяет создать более эффективную методику жанрового аннотирования специальных корпусов. К экстратекстуальным свойствам того или иного жанрового образца, как правило, относят реализуемый им набор прагма-коммуникативных функций, а также специфичную коммуникативную ситуацию, тогда как интратекстуальные свойства представляют со-

бой собственно лингвистические особенности жанра: его частеречные характеристики, лексические (метафоры и сравнения, официальные клише и специальная терминология, модальные глаголы, принадлежащие различным смысловым группам (*necessity verbs, possibility verbs, suasive verbs*) и др.) и синтаксические свойства (усилительные конструкции, риторические средства аргументации, парентеза как средство логической организации текста, сложные предложения с разными видами связи, авербиональные обороты).

Дискурсивные маркеры, как языковые инструменты структурирования дискурса, также представляют собой важный показатель в процессе определения принадлежности текста к той или иной тематической сфере корпуса и выявления его жанровых характеристик.

Таким образом, разработка приемов жанрового аннотирования входит в комплекс перспективных задач компьютерной лингвистики, ориентированной на создание машинного алгоритма автоматизированной жанровой разметки электронного корпуса текстов.

Библиографический список

1. Балашова Е.Ю. Приемы жанрового аннотирования англоязычного корпуса архивных документов ООН / Е.Ю. Балашова // Языковое сознание. Речевая коммуникация: материалы междунар. науч. конференции, посвященной памяти проф. В.Е. Гольдина (14-16 октября, 2020, СГУ, Саратов). – Саратов: ИЦ «Наука», 2020. – С. 130-136.
2. Молодкин А.М. The semantic-pragmatic features of English multifunctional adverbials in spoken discourse of the courtroom participants: theoretical frameworks and translation strategies / А.М. Молодкин // Язык науки и профессиональная коммуникация. – 2023. – № 1(8). – С. 35-44.
3. Lehberger J. Sublanguage analysis / J. Lehberger // Grishman R., Kittredge R. Analyzing language in restricted domains: sub-language description and processing. – New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1986. – P. 19-38.
4. UN Corpus [Электронный ресурс]. URL: <https://conferences.unite.un.org/UNCorpus>

E. Balashova,
Saratov, Russia

Genre annotation methodology of specialized text corpus (on the example of UN Corpus)

The article considers genre annotation of specialized text corpus by means of statistical analysis of key terminological collocations through corpus analysis toolkit AntConc and pragma-communicative analysis of the main genre samples.

Keywords: electronic text corpus, genre annotation, pragma-communicative functions, terminological collocations, corpus analysis toolkit AntConc.

С.Б. Дугарова, М. К. Рыбаков,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
sveta.sod@gmail.com

УДК 811.581

Историческое и медийное влияние на восприятие красоты в Китае

В статье рассматривается влияние сложившихся исторически и в ходе развития медийной культуры факторов, влияющих на формирование представлений о красоте в Китае. В ходе работы рассматриваются традиционные и современные стандарты китайской красоты, а также степень влияния современных медиа на восприятие красоты китайцами

Ключевые слова: стандарты красоты, влияние медиа, пластическая хирургия, конфуцианство.

Традиционно стандарты красоты в Китае были продиктованы конфуцианством, в котором была явна подчеркнута важность между внутренней и внешней красотой человека. Одним из главных аспектов при определении основных стандартов красоты являлся баланс между «силой» и «слабостью». Концепт «сильной» красоты был применим мужчинам, в то время как концепт «слабой» красоты был применим к женщинам. Западные исследователи нередко отмечали, что идеальный образ китаянки в древности можно назвать «вечным ребенком» или «вечным подростком», что также тесно переплетается с идеей культа почитания предков в конфуцианстве: женщина должна выглядеть младше мужчины и быть покорной ему. Именно поэтому красивая женщина в Древнем Китае должна была обладать следующими чертами: фарфорово-белая кожа, худоба, большие и выразительные глаза, овальное лицо, широкий и высокий лоб, длинные и тонкие шея и пальцы [1]. Отдельно стоит отметить и традицию к бинтованию ног для достижения «ступней-лотосов». В результате этого болезненного процесса нарушалось развитие ступней, их длина сокращалась до примерно десяти сантиметров. Это делало походку женщин шаткой, а порой приводило к полной потере возможности к самостоятельному передвижению, что как раз и придавало образу китаянки еще большую «слабость» [2].

С другой стороны, мужчина в Древнем Китае олицетворял «силу», однако понятие «силы» в Китае не было ограничено физическими ее проявлениями, что характерно, к примеру, для русской культуры. К атрибутам мужской красоты того времени можно отнести: густые брови и большие глаза, высокий рост, сильное тело (однако, тело не должно быть слишком мускулистым, чтобы не контрастировать с лицом), белая кожа и точеное

лицо. Красивый мужчина должен был сочетать в себе изящество, грацию, ум и силу. При описании взглядов на мужскую красоту в Древнем Китае часто используется идея гармонии во внешности мужчины «мужского» и «женского», однако это не является полностью правильной формулировкой, так как в традиционных китайских представлениях редко фигурируют концепции «мужественности» и «женственности», большую роль в образе красивого древнекитайского мужчины играет скорее концепция баланса энергии «ци» [3].

Говоря о современных стандартах китайской красоты, можно отметить их прямую связь с традиционными китайскими представлениями. Все также в моде худоба, белая кожа, тонкие пальцы и длинная шея. Однако присутствует и ряд существенных отличий: в современном Китае практически отсутствуют традиции и обычаи, связанные с «ногами-лотосами», отсутствие четких ограничений, связанных с худобой и объемами тела (в Древнем Китае женщины утягивали грудь и ягодицы, чтобы их тело казалось тоньше, в настоящий момент китаянки стремятся только к достижению тонкой талии), снижение популярности высоких лбов (в настоящее время китаянки довольно часто закрывают лоб челкой). В условиях постоянно растущей глобализации нельзя отрицать некоторой «вестернизации» представлений о красоте в Китае. Китайские девушки и женщины часто прибегают к пластической хирургии чтобы уменьшить нос или сделать губы более пухлыми и выразительными, а при использовании макияжа рисуют себе румянец на щеках. Особой популярностью пользуется блефаропластика, то есть операция по созданию складки на веке, что делает глаза визуально больше на европейский манер. Современные китайские девушки также отдают предпочтения западным брендам одежды, что отдаляет их еще дальше от традиционных китайских представлений о красоте [4].

Сильные изменения претерпел и образ красивого китайского мужчины. Важную роль в этих изменениях сыграли конфуцианские взгляды на мужскую красоту, согласно которым мужчина должен обладать «нежной внешностью и твердым характером». В то время как западные мужчины стремятся к достижению крепкого телосложения, китайские мужчины стараются добиться худого и изящного тела. Китайцы также чаще прибегают к пластической хирургии и пользуются декоративной косметикой, чтобы сделать свою внешность более привлекательной [5].

Огромное влияние на распространение стандартов красоты в Китае оказывают современные медиа. Китайцы активно пользуются соцсетями, такими как WeChat или Weibo, в которых пользователи делятся фотографиями, ведут личные блоги и общаются. Исследования показали, что китаянки, которые часто пользуются соцсетями и за день просматривают большое количество постов и аккаунтов склонны чаще сравнивать себя с другими девушками [6]. Другим важным негативным аспектом частого использования

социальных сетей является создание негативного образа собственного тела. Постоянно смотря за медийными личностями, которые носят модную одежду и аксессуары и пользуются большим количеством косметики, китайцы и китаянки начинают ощущать острую необходимость в корректировке своей внешности, так как они замечают значительные различия между собой и другими и стремятся стать ближе к эталону красоты [7]. Большую роль играет также реклама и СМИ, в которых часто показаны именно люди, которые подходят под общепринятые стандарты красоты, пропагандируют стандарты также телевидение, кинематограф и анимационные фильмы и сериалы, популярные в Азии [5].

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод о том, что отношение ко внешности в Китае было сформировано на основе конфуцианского учения, и хоть большая часть тех стандартов сохранилась и в настоящее время, можно отметить определенную степень «вестернизации» взглядов на красоту в современном Китае, происходящую в ходе глобализации. При этом медиа, такие как социальные сети, реклама и кинематограф постоянно транслируют современные стандарты красоты, что приводит к росту числа жителей Китая, недовольных своей внешностью и стремящихся к ее улучшению.

Библиографический список

1. Eva Kit Wah Man. Female Bodily Aesthetics, Politics, and Feminine Ideals of Beauty in China / Eva Kit Wah Man // Bloomington: Indiana University Press.– 2000. – Р. 169-196.
2. Баранова, А. В. Особенности эстетических представлений о женщинах в традиционном Китае (исследование феномена бинтования ног) / А. В. Баранова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2008. – № 551. – С. 31-44. – EDN JUQNOW.
3. Голованивская М. К., Ефименко Н. А. Представление о мужской красоте в русской и китайской культуре / М. К. Голованивская, Н. А. Ефименко // Философия и культура. – 2022. – №9. – С. 87-98.
4. Васьков Д. А., Занина К. Ю. Идеал женской красоты в Китае вчера и сегодня / Д. А. Васьков, К. Ю. Занина // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества. – 2016. – С. 394-397.
5. Lily Goodman An unattainable ideal: The struggle for beauty in China // Medium, 19 May 2017 [Электронный ресурс] – URL: <https://medium.com/foreign-accent/an-unattainable-ideal-the-struggle-for-beauty-in-china-3086eb9ba71a> (дата обращения 16.02.2024).
6. Shuxiu Laarhoven. Social media, beauty standards and Chinese women/ Shuxiu Laarhoven // Leiden University. – 2018.
7. Jingyi Liu. Social Media and Its Impact on Chinese's Women Body Image: The Effects of Body Comparison and Motivation for Social Media use / Jingyi Liu // Proceedings of the 2021 International Conference on Public Art and Human Development (ICPAHD 2021). – 2022. – Р. 206-210.

S. Dugarova, M. Rybakov,
St. Petersburg, Russia

Historical and media influence on the perception of beauty in China

The article examines the influence of factors that have developed historically and during the development of media culture, influencing the formation of ideas about beauty in China. In the course of the work, traditional and modern standards of Chinese beauty are considered, as well as the degree of influence of modern media on the perception of beauty by the Chinese

Keywords: beauty standards, media influence, plastic surgery, Confucianism.

И.Е. Езан, К.С. Ицкарь,
Санкт-Петербургский государственный университет
ulirina@mail.ru

УДК 811.112.2:82-92

Лингводискурсивная характеристика немецкоязычных интернет-комментариев: интрапекстуальный уровень (на материале дискурса пандемии Covid-19)

В фокусе внимания авторов статьи находится лингводискурсивный анализ немецкоязычных интернет-комментариев, опубликованных в период с 2021 по 2022 годы. Материалом исследования послужил корпус из 100 твитов пользователей социальной сети Twitter (X). В работе применяется многоуровневая модель лингводискурсивного анализа DIMEAN, а именно ее интрапекстуальный уровень, ориентированный на анализ лексики.

Ключевые слова: медиадискурс, лингводискурсивный анализ, модель DIMEAN, лексикология, интернет-лингвистика, интернет-комментарии.

Пандемия коронавируса, а также меры, предпринятые против распространения инфекции, несомненно, являются беспрецедентным феноменом в современной истории, который повлиял на способы коммуникации и на речевое поведение людей в целом. Так, формирование нового общественно-политического дискурса привело к возникновению нового пласта лексики, о чем свидетельствует, например, словарь «Новая лексика периода пандемии коронавируса» (нем. „*Neuer Wortschatz rund um die Coronapandemie*“), составленный в Мангеймском институте немецкого языка [4].

Следует отметить, что «несмотря на отчетливый интерес исследователей к языковым процессам, связанным с пандемией коронавируса, существует дефицит работ, направленных на изучение лингводискурсивных характеристик лексических единиц данного периода, кроме того, ощущается потребность в корпусном анализе лексики с опорой, например, на конкретные СМИ» [1, с. 762].

Основополагающими для настоящего исследования являются публикации немецких лингвистов Г.-Ю. Бухера (2019), М. Клемма (2014) и С. Михеля (2014), которые занимались изучением проблемы формирования политического сознания посредством социальных сетей и телевидения, а также способами усвоения политической информации пользователями интернета (ср. нем. *Politikaneignung*) [3].

В исследовании используется методика многоуровневого анализа дискурса DIMEAN. В рамках интрапекстуального уровня рассматриваются частотные лексемы дискурса пандемии, к которым относятся ключевые слова (нем. *Schlüsselwörter*), стигматизирующая лексика (нем. *Stigmawörter*), имена собственные (нем. *Namen*) и окказионализмы (нем. *Ad-hoc-Bildungen*) [1, 5].

В качестве материала было отобрано 100 немецкоязычных твитов, опубликованных в Twitter в 2021-2022 годах. Для этого использовалась онлайн-программа *Export Comments*, которая производит отбор комментариев, связанных общим хэштегом. Таким образом корпус примеров представлен в виде таблиц со всеми выходными данными публикаций (твитов).

Одной из ключевых особенностей социальной сети *Twitter* является создание так называемых эхо-камер (нем. *Echokammer*), т. е. ситуаций, когда пользователи следят за аккаунтами со схожими убеждениями и ценностями, при этом сообщения другой направленности остаются вне поля зрения [2, с. 6]. Этому способствуют такие функции как *Retweet* и *Hashtag* – поиск тем дискуссий по ключевому слову. К прочим лингвистическим особенностям данной социальной сети можно также отнести ограниченное количество символов в сообщении, гипер- и интертекстуальность, систему адресации посредством @-символа, отклонение от общепринятых грамматических правил и пр.

Рассмотрим несколько примеров интернет-комментариев, содержащих характерные для дискурса пандемии лексемы:

(1) @ESSCONI @maybritillner @BAEKaktuell Und Querdullies sind dumm und asozial. Ende der Geschichte (19.11.21).

(2) @LightwaveG @thedaywedecide @AnneWillTalk @annewill Läuft bei Dir :) #Covidioten #Impfpflicht #Volksverhetzung #Montgomery #Querficker #QuerdenkerSindTerroristen (03.12.2021).

(3) @Bocaine3 @fcschon @AnneWillTalk @alena_buux @annewill Querorrist (24.01.2022).

Одним из самых частотных ключевых слов дискурса пандемии коронавируса является лексема *Querdenker* (прим. 2) (нем. *querdenken*; мыслить оригинально, нестандартно (DUDEN)). За время пандемии данная лексема претерпела существенное изменение семантики, приобрела отрицательную оценочность и используется для обозначения лиц, которые отвергают общепринятые правила поведения, направленные на профилактику и сдерживание пандемии COVID-19. Они ориентируются на мнение узкого круга ученых, пользуются непроверенной и научно неподтверждённой информацией [4].

(4) Kein „*Querdenker*“ hat bisher so überzeugend dargelegt, dass es keinerlei medizinische oder epidemiologische Begründung für eine Impfung gibt, wie @HendrikWuest gestern bei @AnneWillTalk. Danke, Hendrik (24.01.2022).

В данном примере автор твита иронично благодарит немецкого политика Х. Вюста за неосознанно выраженную им поддержку противников вакцинации. Заключая лексему *Querdenker* в кавычки, автор утверждает, что ни один из противников вакцинации не смог так убедительно обосновать отсутствие медицинских и эпидемиологических оснований для прививки, как это сделал Х. Вюст на ток-шоу *Anne Will*, являясь, собственно, сторонником государственных мер по противодействию эпидемии.

В приведенных выше примерах 1 и 2 авторы комментариев используют в качестве основного компонента сложного слова разговорную и вульгарную лексику (*Querdulli*: *ugs. Dulli* (ср. *Dummkopf*, (*eine*) *geistige Null* *ugs.*; *Querficker*: *vulg. Ficker*), характеризующих интеллектуальные и поведенческие особенности участников дискуссий в социальной сети. В примере 3 сторонники отмены ограничений сравниваются с «террористами» (*Querorrist* = *Quer* + *Terrorist*).

В тексте комментариев, авторами которых являются пользователи социальных сетей, прослеживается отношение широких слоев населения к актуальным общественно-политическим событиям, а также их презентации в официальных СМИ. Технические особенности платформы дают возможность пользователям в рамках малоформатного текста кратко и быстро отреагировать на данные события и официальные позиции, обсуждаемые в СМИ. Как правило, такого рода комментарии носят эмоциональный характер, что ведет к нарушению нетикета.

Анализ интернет-дискуссий во время пандемии коронавируса позволяет изучить динамические процессы в лексике современного немецкого языка: семантические трансформации, образование неологизмов, окказионализмов, оценочных номинаций лиц и пр.

Библиографический список

1. Езан И. Е., Ковтунова Е. А., Григорьева Л. Н. Лингводискурсивный корпусный анализ лексики пандемии коронавируса в онлайн-версии журнала *Der Spiegel* /

И. Е. Езан, Е. А. Ковтунова, Л. Н. Григорьева. – Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. – 2022. – 19 (4). – С. 760–779.

2. Burghardt L. Zum Sprachgebrauch von Coronamaßnahmen Gegner:innen – Eine digitale Mediendiskursanalyse von Wortneuschöpfungen auf Twitter / L. Burghardt. – Höstterminen, 2022. – 100 S.

3. Klemm M. Social TV und Politikaneignung. Wie Zuschauer die Inhalte politischer Diskussionssendungen via Twitter kommentieren / M. Klemm, S. Michel // Zeitschrift für angewandte Linguistik. – 2014. – № 60. – S. 3–35.

4. Neuer Wortschatz rund um die Coronapandemie [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.owid.de/docs/neo/listen/corona.jsp> (Дата обращения: февраль 2024)

5. Spitzmüller J. Diskurslinguistik. Eine Einführung in Theorien und Methoden der transtextuellen Sprachanalyse / J. Spitzmüller, I. Warnke. – Berlin; Boston: De Gruyter, 2011. – 236 S.

I. Jesan, K. Itskar,
St Petersburg, Russia

Linguistic and discursive characteristics of German Internet comments: the intratextual level (based on the Covid-19 pandemic discourse)

The focus of the proposed report is a linguodiscursive analysis of German-language Internet comments published between 2021 and 2022. The research material was a corpus of 100 user comments on the social network Twitter (X). The work uses the multilevel model of linguistic discursive analysis DIMEAN, namely its intratextual level, focused on the analysis of vocabulary. The study uses contextual-semantic and corpus analysis, the method of description.

Keywords: media discourse, linguodiscursive analysis, DIMEAN model, lexicology, Internet linguistics, Internet comments.

Т.А. Клепикова, Э.Р. Байбикова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
klepikova.t@unecon.ru

УДК 811.111

Лингвотоксикология, интоксикация и детоксикация или лингвистика здорового человека

В докладе рассматривается неоднозначность терминов токсичность/токсичный в применении к анализу фактов языка и речи в контексте дискуссии об объекте и предмете лингвотоксикологии как лингвистической дисциплины.

Ключевые слова: токсичный язык, лингвотоксикология, лингвоэкология.

Обзор работ в рамках лингвотоксикологии и лингвоэкологии [1, 2, 3, 4, 5] показывает, что в качестве объекта исследования представлены столь отличные друг от друга явления, как:

- 1) сохранность/витальность языка (языки, находящиеся под угрозой исчезновения);
- 2) негативные следствия языковых контактов (неправомерные заимствования)
- 3) исчезновение границы между литературным и нелитературным языком (движение единиц нелитературного субстрата языка «вверх», проникновение сленга в литературный язык, нарушение стилистического баланса, вульгаризация языка, криминализация языка);
- 4) низкий уровень языковой/речевой компетенции (низкая культура языка, деградация устной и письменной речи, языковой нигилизм, языковой цинизм);
- 5) конфликтное поведение, деструктивная коммуникация (использование единиц языка/речи, провоцирующих социальный конфликт, маркирующих агрессию, манипуляции, травлю, газлайтинг, харассмент, угрозы, ликоуещемляющие речевые акты и под.).

Продуктивность лингвоэкологического или лингвотоксикологического подхода в значительной степени зависит от четкой дифференциации объекта и предмета исследования, что предопределит адекватность методов и экспланаторность концепций.

Прежде всего, следует выделить в отдельное направление проблематику, связанную с витальностью языков (языки здоровые и больные, функциональная состоятельность языков, поддержание вымирающих языков, языковая политика и т.д.)

Далее, следует обратиться к одной из базовых диахотомий Ф. де Соссюра ЯЗЫК-РЕЧЬ. Известная категоричность данной диахотомии была благополучно преодолена в рамках концепций, постулирующих не оппозицию ЯЗЫКА и РЕЧИ, а континuum, в котором имеет место не только использование единиц языка в производстве речи, но и обратные эффекты, когда продукты речевой деятельности становятся элементами языка (лексикализация, грамматизация и под.). Кроме того, внедрение термина ДИСКУРС также в определенной степени смягчило категоричность данной диахотомии.

На наш взгляд, понятие *токсичный/токсикология/токсичность* в лингвистической терминологической ипостаси следует дифференцировать в нескольких интерпретационных версиях: системно-структурной, социолингвистической и прагматической. Безусловно, между данными интерпретациями нет жесткой границы и одно и то же явление в ряде случаев

можно трактовать и как проявление системно-структурного плана, и как социолингвистического, и как прагматического. В любом случае речь идет о варьировании, подвижности границы между нормой и не-нормой.

В системно-структурном плане под токсичными понимаются явления, характеризуемые как разрушительные, деструктивные, ведущие к негативным последствиям для системы языка, подсистемы языка (лексика, грамматика, фонология, графика). К этим явлениям следует отнести ненормированный процесс заимствования, неоправданные заимствования, нарушение грамматической, орфографической, орфоэпической нормы. Термин *токсичный* в этом отношении следует использовать с большой осторожностью, поскольку варьирование нормы языка есть внутренний механизм языковых изменений – любые подвижки нормы в результате могут привести к изменению типологического характера языка, что и демонстрируют диахронические исследования.

В социолингвистическом плане термин *токсичный* характеризует факты социолингвистического, стилистического порядка, а также то, что называется речевой культурой: смешения социолектов, «замусоривание» литературной речи, неоправданное использование терминов, жаргонизмов, дистрибуция ненормативных конструкций публичными спикерами, языковой нигилизм, языковой цинизм. К этому же пласту явлений следует отнести случаи проникновения явлений устной или псевдо-устной (онлайн-коммуникация) речи в письменную.

С прагматической точки зрения *токсичность* характеризует явления языка, речи, признаки речевого (верbalного и невербального) поведения, когда в качестве намеренной или ненамеренной цели (объекта?) потенциальной дегенерации, деструкции, виктимизации выступают отношения между говорящими и/или один из участников коммуникации (объект травли, троллинга, газлайтинга, агрессии, харассмента и т.д.).

Библиографический список

1. Полубиченко Л.В. Лингвотоксикология сквозь призму художественного перевода / Л.В. Полубиченко // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2024. – № 1. – С. 123-142.
2. Потеряхина И.Н. Категория "лингвоэкологичность" в контексте современных лингвистических исследований / И.Н. Потеряхина // Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2013. – № 8 (26): Ч. II. – С. 142-147.
3. Лингвистическая экология / А.П. Сковородников // Культура русской речи. Энциклопедический словарь-справочник. – М., 2003.
4. Шаховский В. И., Соловникова Н.Г. Лингвоэкология: объект, предмет и задачи / В. И. Шаховский, Н.Г. Соловникова // Русский язык, литература в школе и вузе. – Киев, 2010. – № 1 (31). – С. 22-29.
5. Haugen E. The ecology of language / E. Haugen // The ecolinguistics reader: Language, ecology and environment. – 2001. – С. 57-66.

T. Klepikova, E. Baibikova,
St. Petersburg, Russia

Linguotoxicology, intoxication and detoxication or linguistics of a healthy human

The report focuses on various interpretations of terms “toxic/toxicity” if applied to the facts of language and speech which relevant to discriminating the object and the subject matter of linguotoxicology as a linguistic discipline.

Keywords: toxic language, linguotoxicology, linguoecology.

И.В. Кононова, З.Г. Аджиева,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
ivkononova-unecon@yandex.ru

УДК 81.22

Аксиологические характеристики жанра англоязычной напутственной речи

В статье на материале корпуса текстов речей, произнесенных на церемонии вручения дипломов в ведущих университетах США с 2013 по 2023 гг., описаны аксиологические характеристики современного жанра англоязычной напутственной речи, установлены инвариантные ценности жанра, составляющие основу его концептуального стандарта.

Ключевые слова: напутственная речь, аксиологическая лингвистика, ценность, эпидейктический жанр.

Исследование дискурса в аксиологическом аспекте представляет собой одно из наиболее активно развивающихся направлений современной лингвистики. В задачи аксиологических исследований жанров, направленных на оказание воздействия на адресата дискурса, может входить установление типичного для дискурсивной практики набора ценностей [4] либо рассмотрение их динамики [3].

Целью настоящего исследования является выявление инвариантных и вариативных ценностей, свойственных современному жанру англоязычной напутственной речи выпускникам университета (*commencement speech/address*), а также способов их дискурсивного конструирования.

Напутственная речь выпускникам является этноспецифичным эпидейктическим жанром, представляет собой монологическое высказыва-

ние и реализуется в условиях устной публичной речи – выступления приглашённого гостя на церемонии вручения дипломов выпускникам университетов [1]. Интерес лингвокультурологов и специалистов в области аксиологической лингвистики к рассматриваемому речевому жанру обусловлен значимостью данных выступлений для формирования ценностных норм и ориентиров общества.

Материалом исследования послужили 15 речей, произнесенных на церемонии вручения дипломов в ведущих университетах США с 2013 по 2023 гг. В число известных личностей, чьи речи включены в исследовательский корпус, входят выдающиеся американские предприниматели (Робер Ф. Смит, Марк Цукерберг), кинорежиссеры (Стивен Спилберг), актеры (Джим Керри, Чедвик Боузман) и др.

В задачи настоящего исследования входит не только выявление ценностей, составляющих своего рода «концептуальный стандарт жанра» (термин С.Н. Плотниковой [4]) напутственной речи выпускникам, но и установление ведущих для данной дискурсивной практики типов ценностей. В аксиологии и лингвокультурологии существует целый ряд подходов к типологизации ценностей. Целям настоящего исследования отвечает классификация ценностей, предложенная В.И. Карасиком в работе «Лингвокультурные ценности в дискурсе» [2]. По содержанию автор предлагает подразделять ценности на: витальные, утилитарные, моральные, духовные, или основополагающие; по количественному охвату субъектов выделяются: общечеловеческие, цивилизационные, этнокультурные, групповые и индивидуальные ценности [2].

С использованием метода количественного подсчета прямых и косвенных номинаций ценностей и последующим интерпретативным анализом контекстов их употребления было установлено, что к инвариантным ценностям, свойственным данному жанру, относятся (цифрой указывается абсолютное количество употребления лексем): **life**, выражаемая лексемами *life* – 190, *live* – 30, *living* – 7, *survive* – 3, *existence* – 2, *lifetime* – 3 (витальная ценность); **friendship**, представленная словами *friend* – 50, *friendship* – 7, *buddy* – 1 (моральная ценность); **family**, репрезентируемая лексемами *family* – 49, *home* – 28, *mother* – 18, *father* – 12, *child (children)* – 38, *son* – 12, *daughter* – 10. (витальная/ духовная ценность); **freedom**, выражаемая словами *freedom* – 11, *free* – 13, *freely* – 1, *freest* – 1, *freed* – 1, *independent* – 2, *will* – 3, *democracy* – 4 (духовная ценность); **success**, представленная словами *success* – 27, *successful* – 16, *succeed* – 4, *achieve* – 10, *achievement* – 6, *progress* – 7, *ambition* – 4, *career* – 13, *develop* – 3, *development* – 7 (духовная/утилитарная ценность); **freedom of choice**, репрезентируемая словами *choice* – 22, *choose* – 18, *decide* – 14, *decision* – 12, *opportunity* – 18, *possibility* – 5, *determination* – 3 (духовная/утилитарная ценность); **education**, передаваемая словами *education* – 23, *educate* – 2, *knowledge* – 14, *training* – 22,

learn (learning – 2, learned – 22) – 42 (духовная/утилитарная ценность); **struggle**, представленная лексемами *struggle – 28, fight (fought – 5, fighting – 1, fighter – 3) – 22, effort – 7, force – 17, risk – 10, challenge – 24; resilience – 5* (витальная ценность).

Данные ценности представлены в каждой из анализируемых напутственных речей и составляют основу концептуального стандарта жанра. Помимо инвариантных, были выделены следующие свойственные жанру вариативные ценности (репрезентированы более, чем в половине речей): **equality** (*equality – 7, equal – 7, equalizer – 1, equity – 2, justice – 9*) – моральная ценность; **faith** (*faith – 18, belief – 6, believe in – 17* и пр.) – духовная ценность; **progress** (*future – 22, tomorrow – 6* и пр.) – духовная ценность; **sense of purpose** (*sense of purpose – 11, purpose – 45, goal – 4, aim – 25, target – 7*) – духовная/утилитарная ценность; **responsibility** (*responsibility – 10, responsible – 5, duty – 5*) – моральная ценность.

Часть ценностей относятся одновременно к нескольким типам, их конкретное осмысление зависит от контекста, представляющего ценность в дискурсе. Так, например, концепт «*education*», будучи, безусловно, духовной ценностью, может осмысливаться и как ценность утилитарная: хорошее образование открывает человеку перспективы успешной карьеры и надежного финансового положения. Ценности могут быть репрезентированы в дискурсе косвенно, не через прямые номинации, а через символы, образы и ассоциации, которые реализуются метафорами, отсылками к прецедентным феноменам и пр. Например, ценность «*struggle*» актуализируется выражениями: *diving into things you are afraid of, picking up the light and daring to be seen* и пр.

Проведенное исследование позволило заключить, что к ведущим аксиологическим ориентирам, представленным в дискурсе напутственной речи выпускникам в США, относятся духовные, моральные и утилитарные ценности, которые служат реализации доминантной для данного жанра персуазивной стратегии.

Библиографический список

1. Галичкина Е. Н. Напутственная речь выпускникам как речевой жанр / Е. Н. Галичкина // Мордовский государственный педагогический институт имени М.Е. Евсевьева: Гуманитарные науки и образование. – 2015. – С. 109-113.
2. Карасик В. И. Лингвокультурные ценности в дискурсе / В. И. Карасик // Иностранные языки в высшей школе. – 2015. – №1. – С.25-35.
3. Кононова И.В., Мельничук Т.А. Аксиологическая составляющая американского предвыборного дискурса в динамическом аспекте / И.В. Кононова, Т.А. Мельничук // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2021. – Т. 20. № 4. – С. 113-125.
4. Плотникова С. Н. Концептуальный стандарт жанра фэтизи / С. Н. Плотникова // Жанры речи: сборник научных статей. Вып. 4. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж». – 2005. – С. 262-272.

**I.V. Kononova, Z.G. Adzhieva,
St. Petersburg, Russia**

Axiological characteristics of the English-language commencement address genre

Based on the texts of commencement speeches delivered at the graduation ceremonies at the leading universities of the United States from 2013 to 2023, the article describes the axiological characteristics of the modern genre of English-language commencement address, identifies the invariant values of the genre that form the basis of its conceptual standard.

Keywords: commencement address, axiological linguistics, value, epideictic genre.

Н.В. Кормилина,
Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева
kormilina@yandex.ru

УДК 811.111'26

Лингвопрагматические особенности употребления сленга и жаргона в англоязычных финансовых журналах

В статье рассматривается роль сленга и жаргона в англоязычных финансовых журналах, таких как Forbes и Moneywise. Выделяются основные лингвопрагматические основания употребления сленга и жаргона в журналах подобного рода.

Ключевые слова: сленг, жаргон, финансовый журнал, лингвопрагматика, английский язык.

Целью данной статьи является изучение специфики использования сленгизмов и жаргонизмов в англоязычных финансовых журналах. Материалом для проведения исследования были выбраны журналы Forbes и Moneywise. Forbes – известный во всем мире американский финансово-экономический журнал, который является одним из самых авторитетных и известных экономических печатных изданий в мире. Каждый номер журнала содержит более 60 аналитических статей о компаниях, их создателях и руководителях. Moneywise – британское цифровое издание о личных финансах, цель которого – создать ценный контент, который поможет людям принимать правильные решения и добиться финансового успеха. Журнал выпускается ежемесячно и содержит от 10 до 12 секций.

Проанализировав статьи в вышеперечисленных журналах, мы выделили основные лингвопрагматические основания употребления сленга и жаргона в них:

1. Для обозначения явлений, для которых не существует определения в стандартном английском языке:

- *Her team developed tools for business to upload logos, insert **buy-now buttons** and add email capture to their videos.* [1]

Жаргонное словосочетание *buy-now button* появилось в языке финансистов и владельцев предприятий сравнительно недавно. Этим жаргонизмом обозначают кнопку на сайте с какой-либо продукцией, которая позволяет пользователям приобретать товары в интернете без перенаправления на веб-сайт розничного торговца. Даже такие социальные сети, как Facebook и Twitter включили эту кнопку в свой функционал, что делает пользование этими сайтами (приложениями) проще. Жаргонизм появился в языке вместе с появлением нового явления.

2. Для цитирования или передачи чей-то устной речи:

- *"It was everything from **mom-and-pops** to tech startups to the marketing department of large corporations", she says.* [1]

Mom-and-pops – это общеупотребительный сленгизм, которым обозначают небольшие частные магазины на углу, владельцами которых часто являются супружеские пары. Сленговая единица применяется по отношению к явлению, термина для определения которого не существует в литературном английском языке.

3. Для стилистического насыщения текста, придания ему выразительности:

- *It was impossible to compete against **deep-pocketed** giants like Amazon Prime Video and Netflix, which were plowing billions into movies and shows.* [1]

Deep-pocketed – общеупотребительная сленговая единица, которую используют по отношению либо к людям из богатой семьи, либо к тем, кто много зарабатывает на своей работе. Сленгизм также может встречаться в вариации *to have deep pockets*. В данном примере сленгизм *deep-pocketed* употребляется для того, чтобы подчеркнуть, какое огромное преимущество имеют крупные компании вроде Amazon перед другими предприятиями.

4. Для построения коммуникации с аудиторией с определенными интересами в области финансов или экономики:

- *If you don't specify your intentions by nominating beneficiaries, the trustees of your scheme (in the case of employment pension) and the provider (in the case of personal pensions) have discretion over who, if anyone, will receive any **lump-sum** death benefits.* [3]

Выражение *lump-sum* относится к финансово-экономическому жаргону и знакомо тем, кто интересуется финансами. Жаргонизм обозначает единовременный платеж, зачастую это крупная сумма, которая выплачивается одним платежом, вместо того, чтобы выплачивать ее небольшими частями. Употребление сленгизма обосновывается темой журнальной публикации, а также намерением показать, что пособие в случае смерти выплачивается одним большим платежом.

5. Для выражения отношения автора к чему-либо:

- *RBS has been dogged by several scandals since it was bailed out during the financial crisis, including the mistreatment of small businesses and mis-selling of PPI.* [2]

Сленгизм *dogged* придает высказыванию негативную стилистическую окраску. Обычно этим сленгизмом выражают плохое обращение к чему-либо или кому-либо без веской причины. Однако, в данном примере, причина отрицательного отношения существует.

Таким образом, можно сделать вывод, что сленг – довольно пластичный уровень языка и может приобретать новые значения в зависимости от контекста, в котором он употреблен. С другой стороны, такая пластичность не обязательно является положительной, поскольку новые значения засоряют и без того забитый речевыми выражениями язык.

Библиографический список

1. Bertoni S. Contrarian, Innovation / S. Bertoni. Forbes. 2021; 204, 2 : 48-49 [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/doc134097956_598692286 (дата обращения: 18.04.2021).
2. Little S. Britain's worst financial firms revealed / S. Little. Moneywise. 2019; 203, 5: 67 [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/doc134097956_598765455 (дата обращения: 28.04.2021).
3. Thornhill J. 10 Financial chores you need to tackle now / J. Thornhill. Moneywise. 2019; 203, 5: 68-71 [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/doc134097956_598765455 (дата обращения: 28.04.2021).

N. Kormilina,
Cheboksary, Russia

Linguopragmatic features of the use of slang and jargon in English-language financial magazines

The article examines the role of slang and jargon in English-language financial magazines such as Forbes and Moneywise. The main linguopragmatic grounds for the use of slang and jargon in such magazines are highlighted

Keywords: slang, jargon, financial magazine, linguopragmatics, English language.

М.Н. Орлянская,
Санкт-Петербургский государственный электротехнический
университет «ЛЭТИ»
mariyaorl@mail.ru

УДК 811.161

Лингвостилистическая организация дискурса экологической безопасности в британских СМИ

В статье рассматривается стилистическая организация текстов, образующих дискурс экологической безопасности. Дискурсивный тезаурус экологической безопасности содержит общепотребительную лексику; терминологические единицы, представленные в том числе научно-техническими терминами, а также разговорную лексику. Гибридный характер стилевых характеристик лексических единиц, образующих дискурсивный тезаурус экологической безопасности, отражает информирующую и воздействующую функции медийного дискурса.

Ключевые слова: медийный текст, экологическая безопасность, стилистическая организация, лексические единицы.

Экологическая безопасность стала одной из наиболее обсуждаемых тем в современном медийном дискурсе. В условиях угрозы изменения климата, истощения природных ресурсов и загрязнения окружающей среды общественное внимание к проблемам экологии достигло своего пика. Медийный дискурс играет ключевую роль в формировании общественного мнения и поведения, что делает его важным инструментом для продвижения экологической безопасности. То, как медиа представляет ту или иную информацию своей аудитории, а конкретно – pragmaticальный аспект транслируемого текста, влияет на требуемое восприятие читателем серьёзности, причин и последствий проблем окружающей среды [2, с.132].

Цель статьи выявить черты системной стилистической организации дискурсивного тезауруса медийной презентации экологической безопасности. Работа проводилась на основе специализированного корпуса текстов, являющегося эмпирической базой исследования (МКЭБ). Данный корпус состоит из 291 текстов, опубликованных в качественных и популярных британских СМИ в 2023 и начале 2024 года. Общий объем корпуса составляет 212 066 слов. Настоящий анализ связан с исследованием дискурсивного тезауруса медийных текстов на тему экологической безопасности в аспекте его лингвостилистической организации. Исследование проводилось с применением *LancBoxX* (version 3.0.0), позволяющего проводить загрузку собственного корпуса.

Анализ показывает, что дискурсивный тезаурус экологической безопасности включает терминологические единицы, относящиеся к сфере инженерии, экологии и политики. Так, в предложении: *We've socially engineered ourselves the way we geoengineered the planet.* – глаголы *engineered* и *geoengineered* относятся к специфической сфере деятельности – инженерии. Субъект высказывания подобным образом проводит аналогию между социальной инженерией и инженерной деятельностью, связанной с изменением экосистемы нашей планеты – геоинженерией. Так называемая социальная инженерия здесь имеет переносный смысл, подразумевая воздействия на социальные отношения и структуры. Здесь проведена параллель между влиянием человека на социум и нашим влиянием на окружающую среду планеты, в чём выражается сходство как вмешательства в обе сферы, так и вытекающих из него последствий.

Среди терминологических единиц, относящихся к сфере экологии, выделим следующие: *energy farms, climate crisis, the planet's biocapacity, regenerate, climate change, carbon emissions, waste output, the Earth's biosphere, sustainable world, extinction, renewables, efficiency, overconsumption* и т.п.

Другой пласт дискурсивного тезауруса представлен формальной лексикой: *tackle demand/problem, crisis, to claim, to manipulate, research, to propose solutions, underdiscussed, to explore, to affect, to highlight, discussion, to center, to exploit, to redefine, norms, herein, a difficult topic to broach, share a narrative of decline, commitment* и другие.

Изучив тексты британских новостных газет в тематическом разделе *climate crisis*, мы обнаружили изобилие использования метафор, сравнений и эпитетов наряду с формальной лексикой, присущей текстам данного жанра. Исходя из этого можно сделать следующий вывод: несмотря на серьёзность тем новостных статей, в которых так или иначе затрагивалась проблема климата, климатических изменений и катастроф, авторы применяют разнообразные стилистические приемы, привлекающие внимание читательской аудитории. Кроме того, поскольку метафоры являются инструментом концептуализации окружающей действительности, таким образом они позволяют провести в сознании адресата семантические параллели – на основе культурных реалий и устоявшихся представлений, – что позволяет целевой аудитории лучше воспринимать транслируемую информацию.

Тексты новостных газет, отобранных для нашего исследования, содержат как нарратив авторов статей – редакторов и журналистов, – так и прямые цитаты политиков и других немалоизвестных людей, принимающих участие в экологическом дискурсе. И те, и другие характеризуются присутствием яркой эмоционально-окрашенной лексики. В качестве одного из таких примеров рассмотрим метафорическое значение существительного *heart* («сердце»): *So when politicians start saying it's Environment*

Agency advice or decisions that are to blame, they need to realise that it's in fact government rules – laid down by successive governments, Labour and Tory – that are at the heart of the problem. Текст представляет «правила, установленные государством» как «сердце проблемы», что является центральным органом, от которого отходят «вены», т.е. другие проблемы.

В следующем тексте метафорическое значение лексемы *heart* также имеет негативную коннотацию: *Our staff have worked their hearts out in order to protect as many people as possible in the face of extreme weather.* Группа специалистов, осуществлявшая работу по обеспечению безопасности людей несмотря на тяжёлые погодные условия, словно «истощила свои сердца» ради этого дела. Обращение к такому сравнению позволило автору высказывания возвратить к состраданию читателя, и более того, убедить в непременно эффективной и усердной работе своих коллег.

Yet, to my generation, these words fall flat. В приведённом предложении можно проследить, как автор сокрушается по тому, как его поколение не разделяет высказываемых им мыслей. Слова как бы «упали и расплюшились», «сравнялись с землёй» и не доступны пониманию адресатов. *Young people will not seek to conserve a system that is not working for them.* Следующее высказывание этого автора содержит одушевление системы как живого организма, который наделён способностью осуществлять определённую деятельность. И как заявлено, деятельность такого организма не удовлетворяет потребностей тех, на кого она направлена.

Наряду с метафорами нередко используются эпитеты, которые так же позволяют придать сообщению привлекательную яркую стилистическую окраску. *WineGB said that this year's minimal spring frost, warm flowering weather in June and warm spells in September and October made for a "near perfect year", despite the wet and dull July and August.* В данном примере прослеживается поэтическая черта в описании погоды трёх сезонов, а именно, в эпитетах *warm, flowering, wet and dull* и словосочетании *warm spells*.

Таким образом, стилистическая организация дискурсивного тезауруса экологической безопасности носит гибридный характер и образована различными стилистическими пластами лексики, что позволяет сообщениям быть не только информативными, но и развлекательными. В противном случае, это привело бы к тому, что получатель такой информации «заскучал» бы, читая «сухой» текст, наполненный лишь формальной терминологией, чаще не поддающейся моментальной расшифровке, которая зависит от уровня образования индивида и имеющихся знаний в специфической области.

Библиографический список

1. Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А.А. Данилова. – «Добросвет», «Издательство "КДУ"», 2011. – 346 с.

2. Gulyamova M.A. The Role of Media in Covering Environmental Issues: A Comprehensive Analysis / M.A. Gulyamova // Texas Journal of Multidisciplinary Studies. – 2023, №20. – C. 131-134.

M.N. Orlanskaiia,
St. Petersburg, Russia

Linguistic and stylistic specificity of discourse on environmental security in British media

The article examines the stylistic organization of texts that form the discourse of environmental security. The discursive thesaurus comprises commonly used vocabulary; and terminology, including scientific and technical terms as well as colloquial lexical items. The hybrid nature of the stylistic characteristics of the lexical units that form the discursive thesaurus of environmental security reflects the informative and persuasive functions of media discourse.

Keywords: media text, environmental safety, stylistic organization, lexical units.

Т.А. Прутких, К.А. Уфимцева,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
pruta@mail.ru

УДК 811.581

Элементы вэньянь в китайских заголовках текстов СМИ

В статье представлен анализ элементов стандартного классического литературного китайского языка вэньянь в китайских заголовках интернет статей на тему Российско-китайского сотрудничества. Авторы успешно решают задачу изучения лексических, грамматических и стилистических особенностей вэньяня в публицистическом дискурсе.

Ключевые слова: вэньянь, китайский язык, СМИ, публицистический дискурс, заголовок, российско-китайские отношения.

Российско-китайские отношения стратегического сотрудничества находятся на новом этапе динамического развития, что отражается во всех сферах взаимодействия между нашими странами. Актуальность проведенного исследования с одной стороны заключается в значимости, востребованности и важности тематики языкового материала, а с другой стороны, в определении роли и сложности использования элементов вэньяня в средствах массовой информации.

Вэньянь (文言 wényán, букв. «культурная речь») – это нормативный традиционный китайский литературный язык, начавший складываться на рубеже н.э. на основе классических текстов 5–3 вв. до н.э.: канонических, философских и исторических [1]. Китайцы свято чтят свои языковые традиции, бережное сохраняют древнюю иероглифическую письменность и передают богатый лингвокультурологический опыт из поколения в поколение. Именно поэтому до сих пор так велико влияние вэньяня на современный китайский язык. Изучение вэньяня в рамках публицистического дискурса дает возможность определить особенности использования традиционного китайского языка в повседневной современной жизни.

Целью работы стало изучение употребления элементов вэньянь в китайской современной публицистике на материале заголовков статей из китайских СМИ. Для решения данной цели были использованы методы сплошной выборки, сопоставления, классификации и анализа. Объектом исследования выступили заголовки статей китайских СМИ на тему российско-китайских отношений, общим объемом 52 шт.

Рассматривая публицистический дискурс как вид электронного дискурса, и признавая, что «предметом публицистики является жизнь в обществе, политика, экономика и это касается интересов каждого человека» [2, с. 110], авторы приходят к выводу, что публицистический дискурс играет важную роль в современном обществе, а элементы вэньяня являются отличительной особенностью китайского языка, которая, может быть, не сразу заметна, но она придает тексту изысканный стиль и заинтересовывает читателя.

Данное исследование проводилось в рамках изучения истории китайского языка, в качестве источников языкового материала выступили заголовки статей с электронных сайтов 人民日报 Жэньминь жибао, 中华网 Чжун Хуа Ван, 中华人民共和国商务部 Чжунхуа Жэньъиньгун хэ Гуошабанбу. По результатам исследования именно употребление служебных слов как представителей вэньянизмов составило более 82% примеров, что подтверждает консервативность и преемственность традиций китайского языка. Большое количество и разнообразие служебных слов является одной из основных особенностей китайского языка. Фразеологизмы также относятся к вэньянизмам, использование чэньюй придает заголовкам более эмоциональный и выразительный характер, отражает специфику китайской культуры. Их количество в заголовках СМИ оказалось значительно меньшим, составило 11%, но это убедительный показатель активного употребления чэньюй.

Перспектива данной темы заключается в возможности изучить и понять, какая значимость у вэньяня до сих пор в китайском современном публицистическом дискурсе. Результаты этого исследования позволяют структурировать информацию и определить, какие элементы вэньяня актуальны в наши дни.

Библиографический список

1. Карапетьянц А.М. Тань Аошуан / А.М. Карапетьянц / Учебник классического китайского языка вэньянь. Начальный курс. – М.: «Муравей», 2001 г. – 432 с.
2. Семашко Н.В. Особенности публицистического дискурса китайского языка. Перевод неологизмов в современных публицистических текстах / Н.В. Семашко // Russian Linguistic Bulletin. 2021. – №2 (26). – С. 110-113. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-publisisticheskogo-diskursa-kitayskogo-yazyka-perevod-neologizmov-v-sovremennyh-publisisticheskikh-tekstah> (дата обращения: 14.02.2024).

T. Prutskikh, K. Ufimtseva,
St. Petersburg, Russia

Wenyan elements in Chinese media text headlines

The article presents an analysis of the elements of the standard classical literary Chinese language wenyan in Chinese headlines of Internet articles on the topic of Russian-Chinese cooperation. The authors successfully solve the problem of studying the lexical, grammatical and stylistic features of wenyan in journalistic discourse.

Keywords: wenyan, Chinese language, media, journalistic discourse, headline, Russian-Chinese relations.

Н.Ю. Сороколетова,

Волгоградский государственный университет
sorokoletovanat@mail.ru

УДК 81.22

Прагмалингвистические параметры речевого акта пожелания в английском языке

В статье рассматриваются прагмалингвистические особенности функционирования речевого акта пожелания в современно английском языке. Представлена типология исследуемого речевого акта, описаны наиболее характерные способы его вербализации в процессе интеракции между коммуникантами.

Ключевые слова: речевой акт, пожелание, интеракция, типология, вербализация.

Теория речевых актов – это концепция в лингвистике и философии языка, которая изучает отношения между языковыми высказываниями и коммуникативными функциями, которые они выполняют в процессе общения между людьми. Основатель этой теории, британский философ Джон Л.

Остин, считает, что язык представляет собой не только средство для описания действительности, но и инструмент воздействия на нее посредством речевых актов [1].

Речевой акт пожелания является одним из видов речевых актов в системе общения и выполняет особую функцию в коммуникации между людьми. Пожелание – это речевой акт, который осуществляется говорящим для выражения внимания, симпатии по отношению к адресату. Пожелания обычно имеют позитивный характер и направлены на пожелание благополучия других людей, выражение надежды на успех, радость и счастье, на успешное разрешение определенных событий.

В ежедневной интеракции речевой акт пожелания может выполнять несколько ключевых прагматических функций: создание дружелюбной и поддерживающей атмосферы; выражение заботы и поддержки; поддержание социальных связей и этикетных норм, принятых в определенном лингвосообществе.

Речевой акт пожелания достаточно редко реализуется как отдельный, самостоятельный речевой акт. Как правило, он функционирует в цепочке других речевых актом (часто этикетных). Проведенное исследование позволило составить типологию речевого акта пожелания, характерную для межличностного общения.

Пожелание-приветствие реализуется устойчивыми конструкциями приветствия (с обращением или без). Прагматика данного вида пожелания – установление контакта, поддержание социального взаимодействия:

– *Good morning. Excuse me, – Dr. Shirley told his friends and asked a worker at the hotel to let him through.*

– *Morning, – friend answered.*

Пожелание-поздравление часто вербализуется устойчивыми выражениями, конструкциями с глаголами *wish* и *want*:

– *Merry Christmas, – Tony's father said joyfully as he met his son on the threshold.*

– *What a Christmas! – Tony exclaimed.*

– *Tony, god bless you, – Tony's mother said to him.*

Пожелание-совет/предостережение. В данной форме общения человек выражает свои добрые пожелания и одновременно предлагает совет или рекомендацию по определенному поводу. Речевой акт «пожелание» в постпозиции к речевому акту «совет» может передавать значение быть осторожным и заботиться о своем здоровье. Кроме того, они помогают установить и поддерживать доверительные отношения между людьми. Основные способы вербализации – конструкции с глаголом «want» и императивные конструкции:

– *I heard that you are going on vacation. Be careful on the way!*

В отличие от обычных пожеланий, обосабленное использование которых не подразумевает обязательного исполнения, осуществления, реализация пожелания-просьбы предполагает желание совершения чего-либо в (ближайшем) будущем. Способы вербализации – сложное дополнение с глаголом «want» и императивные конструкции:

- I want you to prepare and pass the exam well.

Пожелание-прощание характерно для ежедневной межличностной коммуникации и вербализуется устойчивыми конструкциями прощания, императивными конструкциями:

– Sleep well, Max, – said father and covered his son with a blanket.

Пожелание-поддержки используется для выражения сочувствия и поддержки в трудных ситуациях. Вербализуется устойчивыми выражениями (+обращение), конструкциями с глаголом «hope/wish», конструкциями с модальным глаголом «would».

– Well, that's bad luck, – the dresser said to Katniss sadly exhaling.

– Yeah, it is, – answered Katniss him mentally gathering herself before entering the Arena.

– And I wish you all the best of luck, – the dresser hugged her.

– Thank you, – answered Katniss.

Таким образом, проведенное исследование позволило выделить наиболее характерные типы речевого акта пожелания и основные модели его вербализации в современном английском языке. Выбор типа и модели будет зависеть от pragматической интенции говорящего, контекста интеракции и определяться социальным и коммуникативным статусом участников интеракции, которые требуют дальнейшего изучения и уточнения.

Библиографический список

1. Остин Дж.Л. Слово как действие / Дж. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1986. – С. 22–129.

**N. Sorokoletova,
Volgograd, Russia**

Pragmalinguistic parameters of the speech act of wish in English

The article examines pragmalinguistic features of the speech act of wish in modern English. The typology of the speech act under study is presented; the most typical ways of its verbalization in the process of interaction are analyzed and described.

Keywords: speech act, wish, interaction, typology, verbalization.

Е.Г. Суслова, А.А. Теплякова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
eksuslova@yandex.ru

УДК 811.112.22

Реализация временных значений в книгах жанра *Hausväterliteratur XVII в.*

*В статье рассматриваются способы реализации категории времени в руководствах по ведению хозяйства XVII в. Книги жанра *Hausväterliteratur* содержат богатый материал для исторического, социологического и лингвистического анализа. Особый акцент в них делался на календарных датах и счете времени, на том, как рационально распределять время.*

Ключевые слова: экономика, специальная литература, немецкий язык, темпоральность.

В XVII в. экономика становится объектом изучения. Исследования в области права и бухгалтерского учета способствовали росту понимания экономических процессов и их регулированию. Отдельные регионы Германии развивали собственную экономическую политику, включая налоговую систему, ведение торговли и развитие промышленности.

В целях упорядочивания и распространения знаний печатались руководства по ведению хозяйства, они же книги в жанре *Hausväterliteratur* (букв. «чтение для главы дома»). В контексте немецкоязычной культуры XVI-XVII вв. термин используется для обозначения литературы, которая была адресована владельцам поместий и управляющим. Эти книги содержат богатый материал для исторического, юридического, культурного и лингвистического анализа. В основном в них освещались сельскохозяйственные темы: земледелие, садоводство, виноделие, животноводство, пчеловодство, а также производство лекарств, уход за детьми и больными. Кроме того, внимание уделялось религиозно-нравственному наставлению членов семьи.

Иллюстрации в книгах служили не только украшением текста, но и учебным материалом. Гравюры показывали различные аспекты быта, способы приготовления еды, выращивание растений, уход за животными, ремесленные занятия, организацию домашнего пространства и многое другое. Они передавали важные знания и информацию по хозяйственным навыкам, делая их доступными даже тем, кто не мог читать или имел ограниченный доступ к образованию.

В книгах жанра *Hausväterliteratur* делался особый акцент на календарных датах и счете времени, на том, как оптимально использовать время и

планировать повседневные занятия. Даты могли быть приблизительными, например, в пределах одного сезона или месяца, или точными до недель.

Категория времени является неотъемлемой частью любого языка, так как все явления окружающего мира, предметы или люди, существуют как в пространстве, так и во времени. Темпоральность – это семантическая категория, отражающая восприятие и осмысление человеком времени обозначаемых ситуаций и их элементов по отношению к моменту речи говорящего или иной точке отсчета [4]. Темпоральность выражается с помощью морфологических, синтаксических и лексических средств. В рамках когнитивной лингвистики темпоральность также рассматривается в контексте понимания времени как отображения прошлого, настоящего и будущего. Это включает в себя представление о временных отношениях, упорядочении событий во времени, причинно-следственные связи и т. д.

Немецкий язык располагает богатым набором языковых средств выражения темпоральных отношений, категория «время» выражается разными частями речи, включая формы глагола, существительные и др. [1; 2]. Наличие временных лексических показателей способствует локализации действия, образовывая благоприятный контекст для грамматических форм. Посредством обстоятельных слов, содержащих временные уточнители, происходит конкретизация положения события во времени. Темпоральные лексические указатели могут обозначать временную точку события, его длительность, временную рамку события, повторяемость и временную характеристику способа действия [3, с. 141].

В книгах-«экономиках» описания дат и времени встречаются в следующих контекстах: 1) описание сезонных сельскохозяйственных работ; 2) календарные церковные праздники, ярмарки, семейные праздники; 3) управление временем для отдыха и работы; 4) деловые обязанности и управление финансами, включая учет срочных доходов и расходов.

Даты и основные события подробно описывались и заносились в календарь в книге. Описание в календарях было шаблонным и часто заимствовалось из ранее опубликованных руководств. В календаре книги Кристофа Фишера «Fleissiges Herren-Auge» на двенадцати гравюрах представлены сезонные сельскохозяйственные работы. Следующий за ними текст посвящен каждому из двенадцати месяцев и содержит большое количество временных указателей, среди которых преобладают:

а) временные глагольные формы;

Глаголы и глагольные формы играют ключевую роль в понимании времени в немецком языке. В текстах руководств глаголы выражают различные аспекты времени, такие как начало, продолжительность, окончание, повторение и завершение событий. В руководстве «Fleissiges Herren-Auge» временные отношения выражены формами Präsens и Perfekt: 1. «Die Alten

haben darfür gehalten...» [5, с. 58]. 2. «Wann es einen schönen Herbst gibt / so folget ein wintiger Winter...» [5, с. 102].

б) союзы с временным значением;

Временной ход событий, их начало и завершение обозначаются союзами с временным значением. Среди них можно выделить часто повторяющиеся союзы *sobald* («как только») и *nachdem* («после того как»): 3. «*Soll man derowegen / sobald der Boden offen / und der Schnee hinweg...*» [5, с. 61].

в) наречия времени;

Чаще всего для описания последовательности действий используется наречие *dann* в значении «тогда», «затем»: 4. «*Dann wie kan einer einen Nutzen und Gewinn...*» [5, с. 48]. В тексте руководства также встречается наречие *alsdann* («затем», «тогда»), которое в современном литературном немецком языке считается устаревшим и используется в южных регионах: 5. «*Wann der Mond in dem Zeichen der Jungfrau ist / und Donner alsdann entstehen / so folgen viel und grosse Regen*» [5, с. 96]. Наречие *wieder* («снова», «опять») употребляется в контексте действия, которое повторяется ежегодно, ежемесячно или после определённых событий: 6. «*Wann der geschnittene oder abgemähte Haber ein und andermal / ehe man ihn bindet / beregnet / nachgehends von der Sonnen wieder abgetrocknet wird...*» [5, с. 93]. Часть наречий приобрели в современном немецком языке иную форму написания и произношения, но не изменили значения, например, наречие *darnach* («затем»).

г) имена существительные.

Для выражения темпоральности используются имена существительные, например, названия месяцев. Само слово *Monat* («месяц») используется в тексте как синоним конкретного месяца или контекстуальная замена прошедшего или последующего календарного периода. Отдельное внимание стоит уделить слову *Jahr* («год»). Рекомендации в книгах-«экономиках» направлены на улучшение результатов работ, торговли и увеличение урожайности, а для достижения цели в календаре сравнивается предыдущий и следующий годы.

Библиографический список

1. Габдракипова Р.З. Темпоральность и таксис в немецком языке / Р.З. Габдракипова // Вестник Башкирского университета. 2009. Т. 14, № 3. – С. 824-827.
2. Гулыга Е.В. Грамматико-лексические поля в современном немецком языке / Е.В. Гулыга, Е.И. Шендельс. – Москва: Просвещение, 1969. – 184 с.
3. Подтелкова М.А. Классификация лексических средств немецкого языка с различной временной экстенцией / М.А. Подтелкова // Вестник ВолГУ. Серия 2. 2008. № 1 (7). – С. 138-142.
4. Теория функциональной грамматики: Темпоральность. Модальность / А.В. Бондарко, Е.И. Беляева, Л.А. Бирюлин и др.; АН СССР, Ин-т языкоznания. – Ленинград: Наука: Ленингр. отд-ние, 1990. – 262 с.
5. Fischer Ch. Fleissiges Herren-Auge, Oder Wohl-Ab- und Angeführter Haus-Halter. Zweiter Theil des Land-Lebens und Wirthschafft. – Nürnberg, 1696. – 339 S.

E. Suslova, A. Tepliakova,
St. Petersburg, Russia

Realization of temporal meanings in the household books of the 17th century

The article discusses ways to implement the category of time in manuals for housekeeping in the 17th century. The household books contain rich material for historical, sociological and linguistic analysis. Particular emphasis was placed on calendar dates and time counting, on how to rationally allocate time.

Keywords: economics, specialized literature, German language, temporality.

Ю.Г. Тимралиева, А.И. Становихина,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
juliati@yandex.ru

УДК 811.112

Взаимодействие верbalных и невербальных элементов в поликодовом тексте (на примере монографии Т. Саррацина „Deutschland schafft sich ab: Wie wir unser Land aufs Spiel setzen“)

В статье рассматриваются особенности научно-популярного поликодового текста, определяется связь верbalных и невербальных компонентов, выявляются способы их интеграции в книге, анализируется воздействие текста и изображения на реципиента.

Ключевые слова: поликодовый текст, вербальные элементы текста, невербальные элементы текста.

Монография Т. Саррацина „Deutschland schafft sich ab: Wie wir unser Land aufs Spiel setzen“ является образцом поликодового научно-популярного текста, поскольку демонстрирует факт взаимодействия различных кодов, условных обозначений, символов, знаков и правил их комбинации между собой для передачи, обработки и хранения информации в наиболее приспособленном для этого виде. Наряду с вербальными знаками, несущими в себе с большей или меньшей степенью очевидности сведения обо всех процессах, задействованных при порождении соответствующего коммуникативного продукта, в поликодовом тексте также активно используются невербальные элементы – как рисуночно-графические (линейная графика, различные виды диаграммных материалов, графики), так и табличные материалы [1]. По соотношению объема передаваемой информации и

по функциям невербальных компонентов, выделяет различные виды связи текста и изображения: репетиционные, аддитивные, выделительные, оппозитивные, интегративные, изобразительно-центрические [2].

В подавляющем большинстве случаев в поликодовом тексте вербальные и невербальные элементы интегрированы друг в друга, что усиливает слитное восприятие иконического и вербального средства. Например, в приведенном фрагменте (рис. 1) вербальный текст содержит основной тезис: Германия хотя и остается в списке богатых стран, но уже не располагается на вершине «рейтинга благосостояния» – экономические последствия объединения и демографическое старение способствовали смещению Германии с лидерских позиций. Данный тезис подтверждается таблицей с данными ВВП на душу населения, где Германия располагается лишь на 6 месте, уступив верхние строчки рейтинга странам с более высоким индексом. Ключевым коннектором, отражающим связь компонентов передачи информации, можно считать ссылку автора в тексте на таблицу: (*siehe Tabelle 2.1*). Кроме того, связь вербальных и невербальных компонентов реализуется на основе соотнесенности лексических единиц, в частности, через дублирование в таблице таких лексем как *Deutschland*, *BIP*, *Wohlstand*, представленных в тексте. Этот способ передачи связи прослеживается на уровне семантического согласования слов, которое обусловлено принципом повтора лексем, образующих единую функционально-текстовую парадигму, что позволяет удостовериться, что статистические данные относятся к обозначенному тезису. Таким образом, таблица не просто аргументирует утверждение автора, но и дополняет его, демонстрируя аддитивную функцию невербальных элементов.

Deutschland ist immer noch ein reiches Land, es ist aber nicht mehr Weltspitze. Die wirtschaftlichen Folgen der Einheit und die allmählich einsetzenden wirtschaftlichen Auswirkungen der demografischen Alterung haben es in der Wohlstandsrangfolge zurückfallen lassen (siehe [Tabelle 2.1](#)). Folgende Kräfte wirken auf das BIP ein:

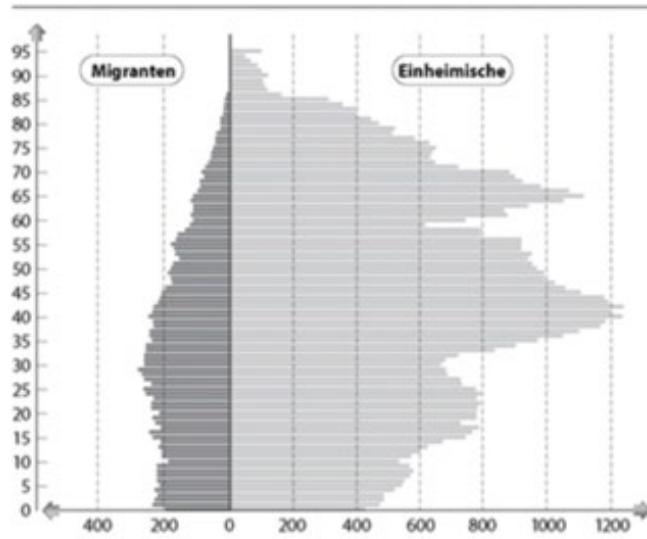
- der technische Fortschritt und die Investitionsintensität
- die Entwicklung der Arbeitsproduktivität
- die Zahl der Erwerbspersonen und ihr Beschäftigungsgrad
- die Entwicklung der Nachfrage des Staates, der Privaten und des Auslands.

[Tabelle 2.1](#) Wohlstand bei kaufkraftbereinigtem BIP pro Kopf der Bevölkerung

	BIP pro Kopf (Dollar 2008, kaufkraftbereinigt)	Index (Deutschland = 100)
Vereinigte Staaten	46859	132
Schweiz	42 783	121
Niederlande	40 431	114
Schweden	37 245	105
Großbritannien	36 523	103
Deutschland	35 442	100
Frankreich	34 208	97
Japan	34 100	96
Italien	30 581	86
Polen	17 482	49
Russland	15 922	45

Рисунок 1 [3]

Следующий фрагмент можно считать примером реализации выделятельной функции при взаимодействии текста и изображения (рис. 2). Данная диаграмма строится на статистических данных из таблицы 3.1 оригинального текста Т. Саррацина и неразрывно с ней связана. В свою очередь, текущий пример невербального компонента используется для более наглядного представления фрагмента текста, посвященного этническому составу населения Германии. Средствами когезии в данном случае выступают компрессирующие знаки препинания и ссылка на диаграмму: (*Schaubild 3.1*). Лексическая соотнесенность реализуется через повтор слов *Migranten* и *Einheimische*. В данном примере изображение подчеркивает ключевой аспект верbalной информации, которая по своему объему значительно превосходит невербальную: согласно данным Берлинского Института развития народонаселения, в последние десятилетия на фоне роста количества мигрантов доля коренного населения сокращается. Ссылка на авторитетного эксперта (*Berlin-Institut für Bevölkerungsentwicklung*) усиливает аргументативный потенциал теста, а графическое представление данных способствует компрессии текста и влияет на процесс его восприятия, делая текст более привлекательным для аудитории и оптимизируя усвоение материала.



Vgl. Berlin-Institut für Bevölkerungsentwicklung (Hrsg.) *Ugenutzte Potenziale. Zur Lage der Integration in Deutschland*, Berlin 2009, S. 28.

Unter den Immigranten aus Südeuropa sind die Bildungsindikatoren für Spanier und Griechen günstiger als bei Einheimischen, bei Italienern und Portugiesen ungünstiger. Im Falle Italiens mag das damit zusammenhängen, dass die ursprünglichen Gastarbeiter überwiegend aus Südtalien eingewandert sind.

Die Migranten aus dem ehemaligen Jugoslawien haben auch in der zweiten Generation deutliche Integrationsprobleme im Bildungsbereich: 14 Prozent bleiben ganz ohne Schul- oder Berufsabschluss, und die Quote derer, die das Abitur ablegen oder ein Studium abschließen, ist nur

Рисунок 2

Таким образом, в поликодовом тексте вербальные и невербальные элементы находятся в тесной взаимосвязи, которая, как правило, эксплицируется в тексте через выступающие в роли коннекторов ссылки на невербальные элементы и дублирование лексических единиц. Графика и прочий иллюстративный материал могут выполнять различные функции (аддитивную, выделительную и др.) и позволяют облегчить восприятие материала реципиентом, что также отвечает задачам научно-популярного текста.

Библиографический список

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. ин. яз. вузов / Е.Е. Анисимова. – М.: Academia, 2003. – 128 с.
2. Пойманова О.В. Семантическое пространство видеоверbalного текста: дис... канд. филол. наук/ О.В. Пойманова. – М., 1997. – 237 с.
3. Sarrazin T. Deutschland schafft sich ab wie wir unser Land aufs Spiel setzen / T. Sarrazin. – Deutsche Verlags-Anstalt, 2010. – 464 S.

J.G. Timralieva, A.I. Stanovikhina,
St. Petersburg, Russia

Interaction of verbal and non-verbal elements in a polycode text (on the example of T. Sarrazin's monography „Deutschland schafft sich ab: Wie wir unser Land aufs Spiel setzen“)

The article considers the features of popular scientific polycode text, determines the connection between verbal and non-verbal components, identifies ways of their integration in the book, as well as the combined effect of text and image on the recipient.

Keywords: polycode text, verbal elements of the text, non-verbal elements of the text.

Н.Ю. Шугаева

Чувашский государственный педагогический университет
им. И. Я. Яковлева
nat-shugaeva@yandex.ru

УДК 811.111'42

Экономические эвфемизмы как вуалирование потенциально кризисных финансовых ситуаций в англоязычном политическом дискурсе

В статье рассматривается роль эвфемизмов и стратегии их использования в англоязычном политическом дискурсе как средства вуалирования кризисных ситуаций в экономике.

Ключевые слова: эвфемизмы, общественно-политический дискурс, прагматика, вуалирование информации

В общественно-политическом дискурсе эвфемизмы являются мощным средством коммуникации, позволяющим политическим деятелям уклоняться от прямого выражения неприятных или нежелательных истин. Это стратегия, которая позволяет сохранить политическую дипломатию, формировать определенное впечатление на аудиторию и влиять на общественное мнение. Сфера использования эвфемизмов в общественно-политическом дискурсе разнообразны и их роль в риторике политических деятелей представляет собой актуальную проблему для исследования. Эвфемизмы в общественно-политическом дискурсе не столько передают референтную информацию, сколько скрывают или вуалируют содержание высказывания. Они являются прагматически маркированными и служат достижению определенного коммуникативного эффекта. В выступлениях политических деятелей наиболее часто упоминаются ключевые экономические факторы и институты, включая изменения в мировой экономике, национальные вызовы и меры по стимулированию экономического роста. Это свидетельствует о важности экономической сферы в общественно-политическом дискурсе и стремлении политических деятелей формировать положительное восприятие экономической ситуации и принимаемых мер по улучшению экономики и качества жизни граждан.

В обращении экс премьер-министра Великобритании Лиз Трасс, касающегося большого притока мигрантов в страну, была затронута тема их финансового обеспечения. В современной Великобритании проблема неблагоприятных жилищных условий не становится менее актуальной. Статистика говорит о том, что четыре из десяти жителей Великобритании проживают в плохих жилищных условиях: “*Shocking figures show four in 10 Britons living in substandard homes*” [1].

Экс премьер-министр подчеркивает, что перед правительством стоит задача позаботиться о «наиболее уязвимых слоях населения», вуалируя трудности, с которыми сталкиваются иммигранты, прибывающие в Великобританию: “*It is crucial to prioritise the needs of the most vulnerable population, those who are forced onto streets, ensuring their safety and well-being*” [1].

Этот пример иллюстрирует, как недостаточность информации оставляет пространство для более благоприятной трактовки, что дает эвфемизму его потенциал уклонения от истины. Фраза “the most vulnerable population” не несет положительных коннотаций, однако она звучит более мягко и приемлемо, чем более прямые выражения, такие как “the destitute” или “the

“homeless”. В таких случаях эффективность эвфемизма заключается в возможности сохранения эмоционального отстранения от жесткой реальности бедности.

Речь Джозефа Байдена, посвященная улучшениям в сфере инфраструктуры в Конвингтоне, штат Кентукки. начинается с подведения экономических итогов: “*And you know, we have to find common ground – common ground – to get major legislation done in any circumstance ever, but particularly, the circumstances we've been in the last few years have been less than cooperative*” [1].

Особой формой эвфемизации в данном контексте является литота. Литота ослабляет отрицательную силу высказывания, выражая утверждение через отрижение его противоположности. Далее Дж. Байден дает обоснование сложившейся ситуации: “*You all saw what happened 2 years ago – 2 years ago – when the bridge was closed for weeks because of the damage from a crash: lost revenues of local businesses, congestion on alternative routes, nightmare commutes*” [2].

Использование эвфемизма “lost revenues of local businesses” в данном контексте помогает Президенту обойти прямое упоминание о фактическом ущербе, который понесли местные предприятия из-за закрытия моста. На самом деле, возникшие пробки на дорогах нанесли серьезные убытки местным предприятиям. Они испытали значительное снижение своих доходов в результате ограниченного доступа и сокращенного потока клиентов. Однако, при использовании эвфемизма, Дж. Байден уклоняется от прямого указания на эти потери и использует более нейтральную формулировку. Продолжая рассуждения об этой теме, Президент снова упоминает негативные последствия разрушения моста, но напрямую не называет случившееся кризисом: “*Think about why the recession got so bad 2 years ago*” [2].

Такое использование эвфемизма помогает уклониться от прямого упоминания о тяжелых экономических последствиях и создает более приемлемое и менее пугающее описание ситуации. Эвфемизмы “lost revenues” и “recession” направлены как на скрытие тревожной темы от общественного мнения, так и на защиту имиджа политика. Президент стремится не столько проявить заботу о тех, кто пострадал от разрушения моста, сколько уменьшить критику по поводу отсутствия эффективных мер, принятых правительством по предотвращению кризисной ситуации. Финансово-экономические проблемы, с которыми сталкивается население, политики стремятся смягчить с помощью эвфемизма “low-income”: “*A recent Federal study revealed that over 40 percent of renters in northern New Jersey with limited income are allocating at least half of their earnings towards housing expenses*” [2].

Пытаясь минимизировать тяжесть экономического кризиса и его последствия для населения, политики, как правило, выбирают вуалирование

истинного положения дел посредством эвфемизации: *assistance* – ‘money given to the poor’, *needs* – ‘debts’, *recession* – ‘crisis’, *supplemental spending* – ‘excessive expense’. Таким же образом, рабочие семьи – *working families* – и наиболее уязвимые слои населения – *the most vulnerable (population)* – это ярлыки, которые политики используют для обозначения людей, живущих в бедности или испытывающих экономические трудности.

Приведенные примеры иллюстрируют использование эвфемистических замен, которые базируются на неопределенности и смягчении категоричности при выражении факта. Цель такого подхода заключается в том, чтобы не привлекать чрезмерное внимание слушателей к неприятной реальности, которая скрывается за эти эвфемистические выражения. Политические деятели осознают, что использование более прямых и откровенных формулировок может создать угнетающую атмосферу и вызвать недовольство слушателей. Этот подход также может быть связан с желанием политических деятелей избежать прямых конфликтов или споров. Использование эвфемистических выражений позволяет сгладить резкость высказываний и предоставить возможность для более мягкого и конструктивного обсуждения проблем. Таким образом, эти замены помогают сохранить более дипломатическую и тактичную атмосферу в общественно-политическом дискурсе. Однако, следует отметить, что использование эвфемизмов может вызывать недоверие у слушателей, особенно если они осознают, что за эти замененные выражения скрываются проблемы или негативные факты.

Библиографический список

1. Gov.uk [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gov.uk/> (дата обращения: октябрь 2022).
2. U.S. Government Information [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.govinfo.gov/> (дата обращения: октябрь 2022).

N. Shugaeva,
Cheboksary, Russia

Economic euphemisms as veiling of potentially crisis financial situations in English-language political discourse

The article examines the role of euphemisms and strategies for their use in English-language political discourse as a means of veiling crisis situations in the economy.

Keywords: euphemisms, socio-political discourse, pragmatics, information veiling.

1.4. Актуальные вопросы лингвопоэтики

В.А. Григорьева, М.В. Семенихина,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
адрес euphemia@mail.ru

УДК 821.111

Рецепция образов античной мифологии в графическом романе (на примере романа «Persephone: Hades torment»)

В статье рассматриваются особенности рецепции распространенного греческого мифа об Аиде и Персефоне в графическом романе XXI века на примере комикса Аллисон Шоу «Persephone: Hades torment», в котором данный миф получает постмодернистскую трактовку, превращаясь в современный любовный роман.

Ключевые слова: *рецепция античной культуры, греческая мифология, постмодернизм, графический роман, комикс.*

Обычно под рецепцией античности понимается «эпизодическое, в большей или меньшей степени социально обусловленное, сознательное заимствование идей, материалов, мотивов из греко-римского культурного наследия, ... с целью поставить его на службу собственным эстетическим, этическим... и другим интересам» [2, с. 484]. Как отмечают А.В. Ашаева и Е.Н. Чиглинцев [1, с. 63], в современности исследование рецепции античности стало одним из самых востребованных направлений ряда гуманитарных дисциплин. Исследование рецепции античности предполагает изучение диалога античной и культуры и культуры более поздних эпох, отражение как реальной античности, так и представлений о ней не только в литературе и изобразительных искусствах, но и в таких современных видах искусства (элитарного и массового), как кинематограф, компьютерные игры, комиксы и т.д.

Миф о похищении богом подземного царства и царем мертвых Аидом Персефоны, дочери богини плодородия Деметры – один из самых широко известных и неоднократно интерпретируемых в искусстве греческих мифов. Изложенный наиболее полно в т.н. гомеровском гимне к Деметре, происхождение и содержание которого связаны с Элевсинскими мистериями, – празднествами в честь Деметры и Персефоны, – сюжет мифа включает похищение Персефоны и ее брак с Аидом, безуспешные поиски Персефоны матерью, угрозы Деметры истребить все живое, если ей не вернут дочь, путешествие посланца богов Гермеса к Аиду с повелением вернуть Персефону и решение Аида отпустить жену к матери (после того, однако, как Персефона съедает несколько зерен граната и после этого не может остаться на земле навсегда, и вынуждена каждый год осенью возвращаться

к мужу) [3, с. 70-75]. С течением времени Аид и Персефона стали одним из символов любви – их брак принято считать одним из самых крепких на Олимпе. Оригинальный миф, по одной из версий, создавался не только для объяснения возникновения смены времен года, но и для утешения девушки, для которых вступление в брак приравнивалось к «социальной смерти», и разлученных с ними членов их родной семьи. В этой интерпретации Персефона олицетворяла надежду на воссоединение после разлуки – ведь она могла видеться с матерью несколько месяцев (когда на земле наступает весна, а затем лето, и Деметра радуется возвращению дочери). Обе трактовки – и аграрно-календарная, и социальная – неоднократно получали воплощение в искусстве более позднего времени («Элевсинский праздник» Ф. Шиллера, «Прозерпина» Д.Г. Россетти).

В графическом романе «Persephone: Hades Torment» современной американской художницы Эллисон Шоу, неоднократно обращавшейся в своем творчестве к античным, восточным и другим мифам, сюжет о похищении Персефоны получает постмодернистскую интерпретацию в стиле литературы *young adult* (девушка освобождается из-под контроля гиперопекающей матери и начинает строить собственную жизнь), а сами персонажи выступают в сниженно-травестиированном виде, больше напоминая современных людей с их психологическими мотивациями и особенностями поведения, чем героев мифа. У себя в блоге Шоу писала о комиксе как о «недопонятом романе» между Аидом и Персефоной [4]. Завязка сюжета противоречит исходному мифу: Персефону приглашают посмотреть на состязание по стрельбе из лука боги Аполлон и Эрос. Аид приходит не за самой Персефоной, а чтобы забрать убитую Аполлоном птицу в свое царство, однако Персефона воскрешает птицу прежде, чем он успевает это сделать. Эрос, убегая от Аида, выпускает в него стрелу и этим влюбляет его в прекрасную Персефону. Аид старается противостоять магии стрелы, тогда как Персефоне нравится то, насколько он силен, и ей любопытно узнать о жизни в подземном царстве. Так начинается их общение, со временем перерастающее в роман – и когда Аид получает возможность отменить действие стрелы Эроса, он не пользуется ею, тем самым демонстрируя, что сознательно выбирает Персефону как свою пару.

Аполлон выступает если и не злодеем, то малоприятным персонажем: он импульсивен, легкомыслен, безответствен, пытается активно навязывать свое общество женщинам. В этом можно видеть пародию на образ Аполлона в мифологии и культурном сознании: с одной стороны, идеал мужской красоты, с другой – агрессивного и жестокого божества, насыщающего болезни и приносящего внезапную и преждевременную смерть. Аполлону противопоставляется Аид, который уводит к себе Персефону только после ее согласия (не лишенного кокетства), а также беспокоится по поводу того, что не подходит ей (что особенно видно в диалогах с Эросом и Зевсом). Аид показан уравновешенным, сильным правителем, честно заслужившим

уважение окружающих, и выступает как судья подземного мира, что остается «за кадром» во многих других интерпретациях.

Сюжетный эпизод с зернами граната, ключевой в истории брака Аида и Персефоны (гранат – символ счастливой семейной жизни, но также в фольклоре многих народов присутствует запрет что-либо есть в потустороннем мире, который Персефона по незнанию нарушает, оказываясь навсегда привязанной к царству Аида), в комиксе также получает современную, несколько комичную, трактовку. Историю о магических свойствах съеденного граната Персефона придумывает сама, чтобы прогнать Гермеса и создать себе причину не расставаться с Аидом. О том, что миру без ее присутствия грозит смерть, девушка не знала вплоть до визита богини луны и колдовства Гекаты – которая и предложила влюбленным встречаться и расставаться на полгода.

Визуальный ряд комикса строится во многом на колористическом противопоставлении мира живых (ограниченное количество теплых цветов, в основном различные оттенки рыжего/оранжевого и желтого) и мира мертвых (черный), что не противоречит основной идеи исходного мифа.

Таким образом, Аллисон Шоу в своем комиксе не деконструирует полностью классический миф, оставляя в целом за персонажами их роли и функции, а пересказывает его изобразительным языком, понятным для подростков и молодежи, давая поступкам героев осовремененную, романтизированную и при этом несколько юмористическую психологическую мотивацию.

Библиографический список

1. Ашаева А.В., Чиглинцев Е.А. Рецепция античности: Актуальные исследовательские тенденции в современном зарубежном антиковедении (опыт историографического обзора) / А.В. Ашаева, Е.А. Чиглинцев. // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. Том 154, кн. 3. – 2012. – С. 162–170.
2. Ирмшер Й., Йоне Р. Словарь античности / Й. Ирмшер, Р. Йоне. – М.: Прогресс, 1989. – 704 с.
3. Рабинович Е.Г. Мифотворчество классической древности: Hymni Homerici. Ми-фологические очерки / Е.Г. Рабинович. – СПб.: Изд.-во Ивана Лимбаха, 2007. – 472 с.
4. Alli Draws Comics [Электронный ресурс]. URL: <https://allidrawscomics.tumblr.com/> (дата обращения: 18.02.2024).

V. Grigoryeva, M. Semenikhina,
St. Petersburg, Russia

Reception of images of Classical mythology in a graphic novel (on the example of the novel "Persephone: Hades torment")

The article considers the widespread Greek myth of Hades and Persephone and its reception in the graphic novel of the XXI century on the example of Allison Shaw's comic "Persephone: Hades torment", in which the myth receives a postmodern interpretation, turning into a contemporary love story.

Keywords: reception of antiquity, Greek mythology, postmodernism, graphic novel, comic.

М.Н. Коннова, А.В. Эпова

Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта
mkonnova@kantiana.ru

УДК 811.111

Гипербола как средство экспликации ценностей в произведениях У. Шекспира

На примере произведений У. Шекспира анализируются особенности передачи аксиологических смыслов посредством фигуры преувеличения – гиперболы. Демонстрируется, что гипербола, позволяя актуализировать ценностное значение в художественной, эстетически запоминающейся форме, широко используется английским драматургом для выражения аксиологических установок героев.

Ключевые слова: ценность, гипербола, мейозис, У. Шекспир.

Цель настоящего доклада – рассмотреть особенности преломления ценностных смыслов в фигуре преувеличения, гиперbole, на примере произведений У. Шекспира.

Гипербола (греч. ὑπερβολή «чрезмерность, избыток») возникает в речи как средство усиления выразительности высказывания. В текстах У. Шекспира наиболее простой формой преувеличения является количественная гипербола, выраженная субстантивной конструкцией с числительным *thousand* («тысяча»), напр., *a thousand victories* («тысяча побед»). Количественные гиперболы многочисленны и разнообразны. Лексема *thousand* сочетается с существительными самого широкого семантического спектра, в том числе именами лиц (напр., *brothers, sons, friends, Yorks*), действий (*pranks, businesses, harms, groans, shocks*), событий (*deaths*), состояний (*dolours, shames, vices, cares*), явлений (*errors*), предметов (*daggers, salads*), единиц времени (*years*). Ср.:

(1) A thousand knees/ *Ten thousand years together, naked, fasting, / Upon a barren mountain, and still winter/ In storm perpetual, could not move the gods/ To look that way thou wert* (Winter's Tale Act III, Sc. 2, 1611) – рус.: Коленопреклоненный и нагой,/ Бессонницей и голодом терзаясь,/ Под бурями, на ледяном утесе/ Стой десять лет, нет, *десять тысяч лет* –/ Ты у богов не вымолишь прощенья (пер. В. Левик).

Темпоральная гипербола в словах Паулины из «Зимней сказки» подчеркивает в (1) тяжесть последствий совершенной Леонтом трагической

ошибки, неспособность его даже максимальным напряжением всех своих сил – символом которого становится гипербола *ten thousand years [naked, fasting]* – загладить свою вину перед отверженной супругой.

Напряжение чувства может передаваться количественным «усиление» гиперболы за счёт сочетания числительных:

(2a) A *hundred thousand welcomes!* I could weep, And I could laugh; I am light and heavy. Welcome (The Tragedy of Coriolanus; Act II, Sc. 1; 1608) – рус.: Нет, тысяча приветов! И смеяться/ И плакать я готов, а на душе/ И тяжко и легко. Привет вам всем! (пер. Ю.Корнеева);

(2б) I will die a *hundred thousand deaths!* Ere break the smallest parcel of this vow (Henry IV, Part I, Act III, Sc. 2; 1597) – рус.: А лучше я сто тысяч раз умру в сраженье, чем нарушу эту клятву (пер. Б. Пастернака).

В (2а) гипербола *hundred thousand welcomes* (букв. «сто тысяч приветов») и параллельные антитезы *weep – laugh* («рыдать – смеяться»), *light – heavy* («лёгкий – тяжелый») оттеняют спонтанность искренней, неподдельной радости, которую испытывает Менений при встрече возвращающегося с победой Кориолана. В (2б) гипербола в плеоназме *die a hundred thousand deaths* (букв. умереть сотней тысячью смертей) подчеркивает решимость принца Уэльского оставаться верным отцу-королю.

Изменчивость, «гибкость» преувеличения как экспрессивного средства в ряде случаев приводит к нивелировке границ между гиперболой и её логической и психологической противоположностью – мейозисом (др. греч. μείοσις «уменьшение»). Ср. следующее высказывание в комедии «Как вам это понравится», где метафорическая гипербола *divide a minute into a thousand parts* (букв. «разделить минуту на тысячу частей») является одновременно и предельной степенью преуменьшения:

(3) Break an hour's promise in love? He that will *divide a minute into a thousand parts*, and *break but a part of the thousand part of a minute* in the affairs of love, it may be said of him that Cupid hath clapped him o' the shoulder, but I'll warrant him heart-whole (As you like it Act III, Sc. 2; 1599) – рус.: Влюбленный – и опоздать на час? Да разделить он минуту на тысячу частей и опоздай хотя бы на частичу этой одной тысячной – и ясно, что Амур тронул его за плечо, но сердца даже не коснулся (пер. О. Сороки).

Основанием гиперболы становится в (3) каламбур. Упрекая своего друга в опоздании, Розалинда намеренно меняет валентные зависимости при интерпретации элементов глагольного сочетания *to break an hour's promise* («опоздать на час», букв. «нарушить / сломать обещание [на/ длиною в] час»). Зависимым определением при глаголе *to break* становится не его фразеологический коллокат *promise* («обещание»), но предшествующее последнему определение, атрибутивное существительное *hour* («час»). Одновременно с заменой привычного коллоката (*promise*) новым (*hour*) происходит актуализация внутренней формы фразеологизма. В следующем

предложении – гиперbole – буквальное значение слова *to break* («ломать») раскрывается синонимичным глаголом *to divide* («делить, разделять»), а затем повтором самого глагола *to break* в прямом, не фразеологически связанным значении. Глагольные дополнения сменяют друг друга по модели мейозиса: *[an hour] – [a minute] – a minute [divided] into a thousand parts – a part of the thousand part of a minute*. Высвечивая значимость мельчайших частиц темпоральной ткани бытия – буквально, каждой «части тысячной части минуты», гипербола свидетельствует об обостренном внимании У. Шекспира и его современников к времени. Несмотря на присущий ей элемент комического, гипербола-мейозис самим своим логическим строем, контрастом огромного (*thousand*) и малого (*minute*), подчеркивает ценность времени как «вещества» – неосознанного ресурса, который человек тратит, но не имеет возможности восполнить.

Формы гиперболы, как средства выражения силы говорящего, различны. «Нижняя» и «верхняя» границы гиперболы не маркированы. Максимальная напряженность переживаний может выражаться стилистически неотмеченными языковыми единицами, и в этих случаях гипербола оказывается «скрыта» в парадоксе. Ср. слова Джулietты в сцене прощания с Ромео:

(4) Art thou gone so? Love, lord, ay husband, friend, / I must hear from thee *every day in the hour*, / For *in a minute there are many days*. / O, by this count I shall be *much in years*! Ere I again behold my Romeo (Romeo and Juliet, Act III, Sc. V; 1595) – рус.: Ты так уйдёшь, мой друг, мой муж, мой клад? Давай мне всякий раз всё это время/ Знать о себе. В минуте столько дней, / Что, верно, я на сотню лет состарюсь,/ Пока с моим Ромео свижусь вновь (пер. Б. Пастернака).

Актуализируя внутреннюю форму стертых метафор с пространственным предлогом *in* (*in the hour – in a minute – in years*), У. Шекспир эксплицирует контраст календарного и психологического времени. Нарушение привычного соотношения временных длительностей в окказиональной метафоре *in a minute there are many days* (букв. «в минуте много дней») указывает на своеобразный «разворот изображения в объективе». Насыщенность внутренней жизни души героини столь велика, что её малейшая единица – «одна минута» (*a minute*) – многократно превосходит по напряженности множество больших отрезков – «много дней» (*many days*) – в их естественном течении. Значимость, ценность времени определяется здесь «выделенностью» наполняющих его переживаний.

Краткий анализ формально-содержательных особенностей гиперболы в произведениях У. Шекспира свидетельствует о широких возможностях реализации данной фигурой речи аксиологических смыслов. Формальное несоответствие между буквальным значением гиперболы и внеязыковой

реальностью уравновешивается прямой зависимостью между экспрессивностью слова и силой чувства говорящего. Языковая «избыточность» указывает на особую значимость, ценность для говорящего описываемого гиперболой явления. В парадоксальности гиперболы проявляется общность механизмов познания мира – субъективного и объективного знания, эмоции и когниции, естественной и аксиологической категоризации.

M. Konnova, A. Erova,
Kaliningrad, Russia

Hyperbole as a means of value manifestation in William Shakespeare

Drawing on the corpora of W. Shakespeare's works we analyze axiological meanings as realized by the figure of exaggeration – hyperbole. We demonstrate that hyperbole, allowing for the value meaning actualization in an artistic, aesthetically memorable form, is widely used by the English playwright to express the axiological attitudes of the characters.

Keywords: value, hyperbole, meiosis, W. Shakespeare.

И.Ю. Размашкин,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
igor.razmashkin@yandex.ru

УДК 811.161.1'42
81-116.3

Представление о доминанте идиостиля

Развивается функционально-доминантный подход к идиостилю не только в лексико-семантическом или трансформационно-семантическом аспектах, но и в композиционно-синтаксическом аспекте. Подчёркивается преемственность филологической парадигмы, идущей от исследований членов ОПОЯЗа. Посвящается 130-летию Ю. Н. Тынянова и 225-летию А. С. Пушкина.

Ключевые слова: идиостиль, доминанта, Тынянов, композиционно-синтаксический аспект.

Отправной точкой для функционально-доминантного подхода к идиостилю послужило высказывание Ю. Н. Тынянова в статье «Ода как ораторский жанр» (1922): «Произведение представляется системой соотнесённых между собой факторов. Соотнесённость каждого фактора с другими есть его функция по отношению ко всей системе. Совершенно ясно, что каждая литературная система образуется не мирным взаимодействием всех факторов, но главенством, выдвинутостью одного (или группы), функционально подчиняющего и окрашивающего остальные. Такой фактор носит уже при-

вившееся в русской научной литературе название доминанты... Это не значит, однако, что подчинённые факторы неважны и их можно оставить без внимания. Напротив, этой подчинённостью, этим преображением всех факторов со стороны главного и сказывается действие главного фактора, доминанты» [5, с. 227].

Понятие доминанты может быть осмыслено широко, по отношению к «литературной системе», но может быть употреблено и в более узком значении, по отношению к композиционно-сintаксической организации текстового фрагмента. Например:

Зорю бьют.

Ещё рассветало. День ещё не наступил. Всё было как всегда, Пущин за стеной ещё не просыпался.

Зорю бьют.

Первый звук трубы, унылый, живой, и сразу потом – тонкий, точный, чистый, голосистый звук сигнального барабана.

Зорю бьют.

Из его рук выпал ветхий том, который ночью он листал, – Данте.

Этот год миновал – как не было.

Зорю били. (Ю. Тынянов, «Пушкин», ч. III, 29)

Здесь всё подчинено аналитической тенденции в организации текстового пространства: малые абзацы, короткие синтагмы в составе высказываний. Выделенный малыми абзацами повтор «Зорю бьют» – «Зорю били» не только делимитирует фрагмент, но и интегрирует его, создавая ритм и рифму в прозаическом тексте. Именно стиховое начало в романе о Пушкине становится доминантой, «деформирующей» синтаксическую композицию данного фрагмента прозаического текста.

Доминанта может проявляться не только комплексно, всеохватно, но и частно: в «окрашивающем» действии повтора или в преобладании определённого типа высказываний на протяжении текстового фрагмента.

Композиционно-сintаксическая организация следующего фрагмента подчинена монтажному принципу изображения наблюдаемого как доминанте текстового развертывания:

И он очнулся. [Грибоедов. – И. Р.]

Стояла ночь. На всём протяжении России и Кавказа стояла бесприютная, одичалая, перепончатая ночь.

Нессельрод спал в своей постели, завернув, как голошней петух, оголтелый клюв в одеяло.

Ровно дышал в тонком английском белье сухопарый Макдональд, обнимая упругую, как струна, супругу.

Усталая от прыжков, без мыслей, спала в Петербурге, раскинувшись, Катя.

Пушкин бодрыми маленькими шажками прыгал по кабинету, как обезьяна в пустыне, и присматривался к книгам на полке.

Храпел в Тифлисе, неподалёку, генерал Сипягин, свистя по-детски носом.

Чумные, выкатив глаза, задыхались в отправленных хижинах под Гумри.

И все были бездомны. (Ю. Тынянов, «Смерть Вазир-Мухтара, гл. V, 24)

Подчиняющим фактором монтажа обусловлены: абзацное членение фрагмента; смена объектов изображения в каждом из них; метафоричность изображения наблюдаемого; актуализация композиционной роли инициального союза *и*. В результате доминирования монтажа создаётся эффект одновременности нескольких референтных ситуаций.

Понятие доминанты, разработанное Ю. Н. Тыняновым, весьма плодотворно для современной лингвистики. Оно отразилось в теории функциональной грамматики (А. В. Бондарко и его последователи) с её идеей функционально-семантических полей, устроенных иерархически. Также понятие доминанты получило развитие в коммуникативном направлении современного синтаксиса. С понятием доминанты соотносится, например, понятие информационного (коммуникативного) центра высказывания [1].

Г. А. Золотова, исследовав тема-рематическую цепочку, возникающую в тексте, обнаружила, что именно ремы соположенных высказываний определяют доминанту текстового фрагмента. Ею выявлены шесть основных видов рематической доминанты в соответствии с типовыми значениями текстовых фрагментов: предметная (описание места); качественная (характеристика персонажа, предмета); акциональная (динамика действия); статальная (состояние природы, среды, лица); статально-динамическая (изменение состояния или переход от состояния к действию); импрессивная (субъективно-оценочное восприятие действительности) (см.: [2, с. 129]). Для лингвистики текста особое значение имеет сопряжение понятия рематической доминанты и типового значения текстового фрагмента, так как это сопряжение позволяет отойти от традиционной интерпретации типов речи (описание, повествование, рассуждение).

Функционально-доминантный подход к изучению идиостиля складывался постепенно, в течение прошедшего века: как в исследованиях "ОПО-Язовского круга" (О. М. Брика, Ю. Н. Тынянова, В. Б. Шкловского, Б. М. Эйхенбаума, Р. О. Якобсона), так и в трудах учёных, разделявших их теоретические воззрения в большей или меньшей степени (М. М. Бахтина, В. В. Виноградова, Г. О. Винокура, В. М. Жирмунского, В. Я. Проппа, Б. В. Томашевского, Л. В. Щербы и др.). Их идеи "проросли" в трудах Ю. М. Лотмана и всех представителей его "школы".

В концепции функционально-доминантного подхода к идиостилю доминанта понимается не только как фактор динамического развёртывания текста, но и как характеристика индивидуального стиля. Делается вывод, что идиостиль может быть описан «... как система связанных между собой доминант и их функциональных областей» [3, с. 139]. Такой подход может быть учтён при изучении идиостиля не только в лексико-семантическом или трансформационно-семантическом аспектах, которые были избраны

почти во всех работах ранее, но и в композиционно-синтаксическом аспекте, определяющем исследование идиостиля различных авторов, в частности Ю. Н. Тынянова (см. об этом: [4] и др. работы).

Однако индивидуальный стиль какого-либо автора не может быть явлением изолированным и рассматриваться вне контекста литературной эпохи или конкретного литературного направления – так же, как и одно произведение невозможно оценить и понять обособленно от всего творчества его создателя, от контекста современной ему эпохи. На этом всегда настаивал Ю. Н. Тынянов, последовательно развивая теорию литературной эволюции.

Таким образом, представление об идиостиле как о динамической системе, «окрашенной» несколькими возможными доминантами («выдвинутыми конструктивными факторами») с перемещающимися функциональными областями языковых средств, позволяет наиболее адекватно охарактеризовать индивидуальный стиль автора и приблизиться к разрешению проблем, связанных с внутренней эволюцией идиостиля.

Библиографический список

1. Лаптева О. А. Русский разговорный синтаксис / О. А. Лаптева. – М.: Наука, 1976. – 399 с.
2. Золотова Г. А. Роль ремы в организации и типологии текста // Синтаксис текста: Сб. статей / Отв. ред. Г. А. Золотова. – М.: Наука, 1979. – С. 113 – 133.
3. Золян С. Т. К проблеме описания поэтического идиолекта (на материале поэзии Л. Мартынова) / С. Т. Золян // Изв. АН СССР: Сер. лит. и яз. – Т. 45. – 1986, № 2. – С. 138 – 148.
4. Размашкин И. Ю. Кинематографичность идиостиля Ю. Н. Тынянова: композиционно-синтаксический аспект: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.01 Рус. яз. / И. Ю. Размашкин. – СПб., 2001. – 18 с.
5. Тынянов Ю. Н. Поэтика. История литературы. Кино / Ю. Н. Тынянов. – М.: Наука, 1977. – 574 с.

**I. Razmashkin,
St. Petersburg, Russia**

The idea about the dominant of idiostyle

The functional-dominant approach to idiostyle develops not only in lexical-semantic or transformational-semantic aspects, but also in the compositional-syntactic aspect. The continuity of the philological paradigm based on the studies by the members of the OPOYAz is emphasized. The article is devoted to the 130th anniversary of Yu. N. Tynyanov and the 225th anniversary of A. S. Pushkin.

Keywords: *idiostyle, dominant, Tynyanov, compositional-syntactic aspect.*

М.А. Раскова, О.В. Герасименко,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
mraskova812@gmail.com

УДК 811.133.1

Социолингвистические факторы в поэтическом тексте как инструмент анализа творческого пути автора

В статье рассматриваются социолингвистические факторы как мера индикации личностной составляющей автора поэтического текста. Также представлены примеры их применения в анализе творческого пути и выявления причинно-следственных связей в отношении событий реальной жизни, личностных преобразований самого автора и лирического героя.

Ключевые слова: социолингвистические факторы, поэзия, творческий путь, личностный анализ.

Творчество – неотделимая составляющая жизни того, кто избрал путь свободы чувства. В этом случае труды становятся своего рода летописью, что запечатлевает наиболее яркие мгновения жизни, повлиявшее на формирование личности автора.

Поэзия – прежде всего является отражением чувственного, важно отметить, что основополагающую роль в работе с поэтическим текстом играет социолингвистический фактор, так как социолингвистика, как наука о языке в контексте социума, служит ориентиром в вопросе выбора оттенков речи, лексики, в некоторых случаях оборотов речи, речевых особенностей и т.д. В ходе анализа поэзии важно ссылаться на языковой портрет автора в конкретный период времени, так как тот будет меняться в зависимости от жизненного этапа, переживаний конкретного среза времени, веяний эпохи; уровня образования, культуры; социального положения и местонахождения; настроения в конкретный момент и многих других факторов вплоть до пола самого автора. Более того, речь меняется в зависимости от языковой ситуации и стилистики времени. В зависимости от того, что является повседневной заботой автора и его лирического героя конкретного сборника или даже стихотворения, будет меняться с языковым портретом в целом замысел, его глубина, а значит лексический состав и чувственная составляющая стихотворения. Социолингвистические факторы как таковые позволяют также учитывать субкоды (стиль, диалект), выбираемые автором лексемы, передающие оттенок и стиль конкретной эпохи.

Сравнение оригинала с переводом, но по большей части именно осознание влияния личности автора перевода на сам перевод, открывают величайший простор исследования авторской души. Стихотворение Шарля Бодлера «Le voyage» в сравнении с переводом Цветаевой обнаруживает, что социолингвистический фактор во многом благоволит анализу произведения более точному, ясному и глубинному. Цветаева, как и сам Бодлер, берется за

перевод в переломный момент жизни, на стыке упокоения творческой души и квинтэссенции творчества. И так как поэзия не имеет ни смысла, ни места быть без чувственного начала, пускай и в отношении переводчика, это оставляет отпечаток на исходном варианте Цветаевского «Плавания».

Само стихотворение вещает о несоизмеримости с реальным миром мира грез. Бодлер пишет о неких путешественниках, у каждого из которых свой путь, однако лишь истинный из них, приверженец души просторов, способен познать, что есть путешествие ради путешествия, а не ради поиска новых земель или избегания несчастий.

Уже во второй строфе Бодлер сталкивает бесконечность грез с конечностью реального мира, однако Цветаева придает ясности образу, воплощая его будто в явственности картин. Мы видим начало пути человека как отправление в плавание – весьма ярка «нечеловечья» тоска в отношении Бодлеровского «пламени», что придает чуть большей выразительности слогу. Именно это прилагательное, выбранное Цветаевой, отсылает к мысли о том, что языковой портрет личности состоит из множества аспектов, включающих в себя также и чувственное – состояние души, мироощущение, влияние самой жизни. Тогда как слог Бодлера все еще содержит основную цель написания сборника «Цветы Зла», строфы его выверены в некотором роде, образы в нем композиционно правильны. Это «нечеловечье» прилагательное приближает Цветаеву к читателю. Бодлер проникает в душу величием красоты и образов, тогда как Цветаева пронзает близостью и остротой.

Далее у Цветаевой «Плавание» все более походит на дыхание морей – строки в ритме образуют волнообразные рифмы, она использует все чаще лексический повтор, отдаляясь от текста оригинала. Важно понимать, что у двух поэтов были хоть и схожие цели в отношении поэзии, но разные пути воплощения. Понять это и отследить в творчестве помогает именно обращение к социолингвистике. Анализируя такие аспекты как языковой портрет автора в определенный срез жизни, политическую и эмоциональную обстановку, мы отчетливо видим, как проявляют посредством лирического героя авторы себя. Бодлер в полноте чувства, однако в силу особенностей жизненного пути, чуть более отдаленно от читателя, тогда как Цветаева, для которой поэзия являлась жизнью и через которую она ее проживала, является те же строфы еще более чувственными и проникновенными.

«Le voyage» – заключительное стихотворение Шарля Бодлера в сборнике «Цветы Зла», который является собой некую летопись жизненного и творческого путей поэта. В ходе социолингвистического анализа оно обличает последовательность и значимость определенных этапов преобразования души, сама хронология стихотворений всего сборника, вкладываемый в них смысл – буквально запечатлевают то, как автор приходил к итоговым постулатам жизни, как переосмыслил некогда непоколебимые истины, как переживал все волне-

ния судьбы. Если в первых главах сам слог его бурлит остротами и беспринципностью мыслей, то к концу сборника сильно заметны перемены в темпе, выборке рифмовок, лексической составляющей. «Le voyage» становится подведением итогов, в нем излагаются все осознанные и принятые истины.

Таким образом мы приходим к выводу, что обращение к социолингвистике способствует более детальному и глубинному анализу личности автора, раскрывая завесу тайны происхождения строф и рифм, отсылая переживания лирического героя к герою реальному – к самому автору, его эпохе, мировоззрению и срезу наиболее ценных и ярких на момент написания произведения идей.

Библиографический список

1. Арутюнова Н.Д. Языковая метафора: Синтаксис и лексика / Н. Д. Арутюнова // Лингвистика и поэтика. – М., 1979. – С. 147-173.
2. Вальтер Беньямин. Бодлер / Беньямин Вальтер. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. – 224с.
3. Гаспаров М. Л. Брюсов и буквализм / М. Л. Гаспаров // Поэтика перевода. – М., 1988. – С. 29-62

M.A. Raskova, O.V. Gerasimenko,
St. Petersburg, Russia

Sociolinguistic factors in a poetic text as a tool for analyzing the author's creative path

The article considers sociolinguistic factors as a measure of the indication of the personal component of the author of a poetic text. Examples of their application in the analysis of the creative path and the identification of cause-and-effect relationships in relation to real-life events, personal transformations of the author and the lyrical hero are also presented.

Keywords: *sociolinguistic factors, poetry, creative path, personal analysis.*

М.В. Семенихина,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
euphemia@mail.ru

УДК 821.111

Образ огня в поэзии Ф.Г. Томпсона

В статье рассматриваются основные метафорические модели поэзии Ф.Г. Томпсона, использующие образ огня (в основном в качестве области источника), их классификация, особенности структуры, а также их место в общей художественной картине мира автора, связанной с его философскими и религиозными взглядами.

Ключевые слова: английская поэзия, католическая литература, метафора, метафорическая система, Ф.Г. Томпсон.

Ф.Г. Томпсон, в своей поэзии стремившийся описать реальный мир как «скрытую метафору Бога» [1, с. 12], немало внимания уделял стихиям, из которых складывается этот мир (вода, огонь, воздух, земля), и их символическому смыслу. Одна из этих стихий – огонь – привлекает особое внимание Томпсона своей двойственностью, как дающая свет и тепло и одновременно могущая приносить муки, страдания и гибель. В поэзии Томпсона можно выделить следующие метафорические модели, характеризующие образ огня.

1. Группа моделей BODY PART OF LIVING CREATURE IS FIRE (часть тела живого существа – это огонь).

1.1. Модель HAIR IS FIRE (волосы – это огонь). Волосы реального человека у Томпсона с огнем не сравниваются никогда. В поэме «*Sister Songs*» в видениях лирического героя появляются волшебные девы, – создания воздуха, – волосы которых струятся, «как бледное гоблинское пламя»: «hair a-stream like pale and goblin flame» [2, p. 91], то есть, видимо, напоминают болотный огонь, в фольклоре связанный с феями и гоблинами. Там же лучи солнца сравниваются с пылающими, словно чаша рождественского пунша, волосами, в которых запутались бутоны – планеты Солнечной системы: «*Starry buds tangled in the whirling hair that flames round the Phoebean wassailer*» [2, p. 103], то есть HAIR здесь относится к области источника другой соматической метафоры – SUNLIGHT IS HAIR (солнечный свет – это волосы).

1.2. Модель HEART IS FIRE (сердце – это огонь), наиболее традиционная. В стихотворении «*Love's Almsman Plaineth His Fare*» возлюбленная героя наделена «сердцем, замешенным из меда и огня» («heart all kneaded out of honey and fire»), то есть любовь к ней одновременно дарит радость и причиняет боль [2, p. 277]. Сердце как средоточие жизненной силы может быть уподоблено огню не только у человека, но и у животного – так, в «*Ode to the Setting Sun*» Солнце дает жизнь гигантской первобытной фауне, раздувая «горны их сердец»: «Who lit the furnace of the mammoth's heart?» [2, p. 209].

2. Группа моделей NATURAL OBJECT IS FIRE (природный объект – это огонь).

2.2. Модель FLOWER IS FIRE (цветок – это огонь). В стихотворении «*The Poppy*» с разгорающимся огнем сравнивается распускающийся мак: «Like a yawn of fire from the grass it came, And the fanning wind puffed it to flapping flame» [2, p. 76]. В поэме «*Sister Songs*» одно из проявлений оживющей весенней природы – кисти бобовника (laburnum), рассыпающие «веселый огонь» и «дикое пламя» цветения («jocund spilth of fire», «honey of wild flame») [2, p. 85]; [2, p. 122].

2.3. Модель CELESTIAL BODY IS FIRE (небесное тело – это огонь) представлена в основном двумя разновидностями: более традиционной и распространенной SUN IS FIRE (солнце – это огонь) и более редкой и необычной MOON IS FIRE (луна – это огонь). Так, в стихотворении «The Last Judgement» облако на ночном небе напоминает огнедышащее чудовище, чья ужасная пасть («a grisly jaw») изрыгает луну: «congest with fire, and suddenly spit forth the moon» [2, p. 59]. В стихотворении «Love Declared» отражение луны в волнах ночной реки кажется «сполохом сливочного пламени»: «the moon Is shattered to a creamy flicker of flame» [2, p. 196].

3. Группа моделей ARTIFACT IS FIRE (изделие – это огонь) встречается крайне редко. Например, в стихотворении «The Last Judgement» фигурирует сложная метафора, в которой сочетаются природные образы и артефакты: колышущиеся знамена ангельского воинства сравниваются с волной огня («Over the bickering gonfalons... Went a waver of ribbed fire»), напоминающей, в свою очередь, светящийся морской прибой, похожий на веер с огненными перьями («a flame-plumed fan») [2, p. 59].

4. Группа моделей ABSTRACT IDEA IS FIRE (отвлеченная идея – это огонь).

4.1. Модель LOVE IS FIRE (любовь – это огонь), сближающаяся с моделью HEART IS FIRE. В стихотворении «Love Declared» от взгляда возлюбленной в груди лирического героя вспыхивает пламя: «like a wind-blown flame Came bosom and mouth to mine!» [2, p. 195], – и ночь окутывает влюбленных «трепещущим огнем» («night ...wrapt us round in vibrant fire») (там же). Упомянутая ранее модель MOON IS FIRE встраивается здесь в более расширенный контекст, в котором реализуется модель LOVE IS FIRE: «вспышка» луны на темной воде уподобляется любви, трепещущей в глазах влюбленных, которые стараются ее скрыть: «Our eyes' sweet trouble were hid, save that the love Trembles a little on their impassioned calms» [2, p. 196]. При этом с огнем сравнивается не только любовь- страсть, не всегда законная и порой опасная, причиняющая боль и страдания, но и Божественная любовь, спасающая душу. Так, герои стихотворения «To the English Martyrs» – католики, не отрекшиеся от веры во время гонений со стороны государства и официальной церкви – находят поддержку в Боге, питающем их «сладким и священным огнем» своей любви и не дающем погибнуть, подобно растениям во время заморозка: «heat Of central love which fed with sweet And holy fire i' the frozen sod Roots that had ta'en hold on God» [2, p. 355].

4.2. Модель LIFE IS FIRE (жизнь – это огонь) тоже сближается с моделью HEART IS FIRE, а также с SUN IS FIRE – например, солнечные свет и тепло, подобно крови и материнскому молоку, поддерживают жизнь на Земле: «The earth was suckled at thy shining breast, And in her veins is quick thy milky fire» [2, p. 208]. Зеркально противоположна ей и диалектически

связана с ней модель DEATH IS FIRE (смерть – это огонь), также сближающаяся с SUN IS FIRE. В оде «Orient Ode» Солнце возвеличивается как «очистительный, жизнетворный и смертоносный огонь»: «The terror, and the loveliness, and purging, The deathfulness and lifefulness of fire!» [2, p. 150].

4.3. Модель POETRY/MUSIC IS FIRE (поэзия/музыка – это огонь) наиболее интересна и сложна. В стихотворении «Her Portrait», посвященном поэтессе и художнице Элис Мэнелл, говорится об эволюции поэтического дара героини, в котором сначала слишком много от музыки серафимов, воспевающих небесный огонь и свет, и поэтому он непонятен людям: «But the superior seraphim do know None other music but to flame and glow» [2, p. 27]. Когда же героиня черпает вдохновение в собственных чувствах («from her own harpings taking fire»), ее поэзия наполняется подлинной жизнью и любовью (там же). С этой же творческой задачей – транспонировать музыку огненных небесных арф в тональность, доступную смертным ушам – сталкивается и лирический герой «Orient Ode»: «My fingers thou hast taught to con Thy flame-chorded psalterion, Till I can translate into mortal wire... The heavenly harping harmony» [2, p. 151]. При этом поэтическому дару надо дать созреть и не позволить сжечь своего носителя раньше времени – так, лирический герой поэмы «Sister Songs» предостерегает юную поэтессу Мэделин, дочь Элис, чтобы та пока не давала разгораться «огню, опаляющему ее крылья», чтобы потом можно было «вознести выше»: «Your plumes but bicker at the tips with fire. Tarry their kindling – they will beat the higher» [2, p. 113].

Таким образом, в творчестве Томпсона образ огня связан с ключевыми мифологемами художественного мира поэта (солнце, любовь, жизнь, страдание, поэзия), манифестирующими присутствие Бога в материальном мире.

Библиографический список

1. Казакова О.В. Поэтика Фрэнсиса Томпсона: Дисс. на соиск... канд. филол. наук / О.В. Казакова. – М., 2003. – 122 с.
2. Thompson F.H. The Collected Poetry of Francis Thompson / F.H. Thompson. – London: Hidder & Stoughton, 1913. – 414 p.

M. Semenikhina,
St. Petersburg, Russia

Image of Fire in the Poetry of F.H. Thompson

The article deals with the main metaphorical models of F.H. Thompson's poetry, in which the image of fire (mainly as the source area) is used, their classification, structural features, as well as their place in the general world picture of Thompson's poetry, associated with author's philosophical and religious views.

Keywords: English poetry, Catholic literature, metaphor, metaphoric system, F.H. Thompson.

М.С. Фомкин,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
fomkin2000@mail.ru

УДК 821.51
821. 512

Литературное наследие тюркоязычных народов

В статье рассматриваются самобытные особенности главных этапов в истории развития словесного искусства тюркоязычных народов, освещается современное состояние тюркского мира и связанные с ним вызовы нашего времени. Раскрывается содержание культурных феноменов тюркского мира.

Ключевые слова: тюркский мир, классическая тюркоязычная литература.

Наша Родина, страна Россия, расположена в Евразии и её значительную часть занимает тюркский мир. Элементарные знания о его истории, о культуре и литературе тюркских народов нужны каждому гражданину России, поскольку русский и тюркский мир веками соседствовали, имели теснейшие социальные, культурные и экономические связи, составляли огромный союз народов, создав при этом новую историческую общность людей – советский народ. Сейчас русский и большая часть тюркских народов являются частями новейшей исторической общности, которую Президент России называет многонациональный народ России. Именно потому, что тюркский мир являлся и является частью России, на него направлена деятельность спецслужб западных стран, задача которых – внедрить в тюркский мир вредоносные, губительные для него идеи пантюркизма, пантуранизма, панисламизма. Конечной целью такого внедрения является раскол внутри самих тюркских народов, разжигание вражды между русским и тюркскими народами, отрыв тюркских регионов от России, установление над ними западного контроля, т. е. разрушение исторической России. Указанные идеи являются русофобскими, они изначально были искусственно созданы как тараны для борьбы с Россией.

В этих условиях гуманитарные науки могут и должны помочь бороться с указанными идеями. Нужно в широкой аудитории правильно, правдиво и доступно рассказывать об истории тюркских народов, их культуре, эпосе, литературе, о тех морально-нравственных ценностях, на которых строилась и строится жизнь этих народов. Нужно показывать и разоблачать деятельность западных спецслужб и их агентов, которые стремятся извратить народное сознание внутри тюркского мира, залить его ложными сведениями и клеветническими измышлениями. В какой-то мере с этим связана задача предлагаемой статьи.

Тюркские народы. Сейчас это – 35 этнических групп в Центральной и Средней Азии, в Сибири и Восточной Европе. Это семья тюркских языков, которая включает 35 документированных родственных языков, на которых говорят примерно 180 млн человек. Таким образом, тюркские народы – этноязыковая общность народов, говорящих на тюркских языках и имеющих тюркское происхождение. Этнические корни тюрков тесно связаны с алтайскими племенами и Монголией.

Надо отметить, что историческая Россия не потеряла ни одного малочисленного тюркского народа, ни один тюркский язык не исчез с языковой карты мира. Наоборот, были предприняты все меры для сохранения тюркских этносов, для разработки современной письменности для прежде бесписьменных тюркских народов. Для них специально печатали буквари очень малыми тиражами, что делало их просто «золотыми».

Это выгодно отличает историю малых тюркских народов в составе России от истории малых народов в составе Европы. Куда, например, делился малый народ гасконцы, из которого вышел самый знаменитый гасконец д'Артаньян?

Рунические памятники. Самыми ранними письменными памятниками на тюркском языке являются рунические надписи. Первые из них были найдены на Енисее ещё при Петре I. Главные памятники были найдены на реке Орхон в Монголии и на Енисее в конце XIX в. В прошлом году научный мир отмечал 130 лет со дня их дешифровки. Так произошло второе рождение древней тюркской цивилизации и пришествие к нам древне-туркской литературы.

Тюркский эпос. Это – уникальное в масштабах мировой культуры явление, которое выделяется в культурном наследии тюркских народов. Географический центр тюркского мира занимают узбеки, уйгуры, казахи, каракалпаки и киргизы. Их эпические традиции составляют ядро тюркского эпоса. Именно в их эпосе наиболее полно отображен мир кочевников Средней и Центральной Азии. Тюркский эпос отражает огромный временной период – с XIII по XVIII в.

В российской науке и культуре всегда существовало и существует и сейчас очень уважительное и заинтересованное отношение к тюркской культуре, в частности, к тюркскому эпосу. В его изучении важную роль сыграли петербургские востоковеды-туркологи. Полномасштабное изучение и издание эпического творчества тюркских народов началось в советский период. В 1969 г. в АН СССР была основана специальная серия «Эпос народов СССР» для научной публикации эпических произведений устной поэзии народов СССР, в том числе – всех тюркских народов. В постсоветской России и в бывших советских республиках продолжается работа по изучению эпоса тюркских народов, о чем свидетельствует большое количество диссертаций по этой тематике.

Классическая тюркоязычная литература. Это – ещё одно грандиозное культурное явление в тюркском мире. Эту литературу составляют поэтические произведения тюркоязычных авторов XIII – XX вв. – представителей различных тюркских народов. Вся эта поэзия создавалась на близкородственных тюркских языках тюркскими поэтами, которые в своём творчестве в той или иной мере сохраняли самобытную тюркскую культурную и литературную традиции, сохраняли и развивали тюркскую языковую картину мира. Их поэтические произведения составили некую культурную и литературную общность, аналогов которой в мировой культуре не существует. Ощущение этой литературной общности позволяет нам уже в наше время соединять под одной книжной обложкой произведения тюркоязычных поэтов разных эпох из разных регионов тюркского мира.

Библиографический список

1. Кононов А.Н. История изучения тюркских языков в России: Дооктябрьский период / А.Н. Кононов. – Л.: «Наука», 1982.
2. Свиток столетий: Тюркская классическая поэзия XIII – XX веков: Сб. произведений. Перевод С.Н. Иванова. – Л.: Изд-во Ленинградского университета, 1991.
3. Фомкин М.С. Сокровищница восточной мудрости / Вступительная статья // Юсуф Баласагуни. Благодатное знание / Перевод С.Н. Иванова. Вступительная статья М.С. Фомкина. – Л.: «Сов. писатель», 1990. – С. 5-59.

M.S. Fomkin,
St. Petersburg, Russia

Literary heritage of Turkic-speaking peoples

The article examines the original features of the main stages in the history of the development of verbal art of the Turkic-speaking peoples, highlights the current state of the Turkic world and the associated challenges of our time. The content of cultural phenomena of the Turkic world is revealed.

Keywords: Turkic world, classical Turkic literature.

М.В. Ходинская,
Белорусский государственный университет
sitnikova77@mail.ru

УДК 82.311.9

«Лондон времен Елизаветы» Лайзы Пикард как пример геобиографии

В статье рассматриваются популярные историко-социологические исследования Л. Пикард, посвященные жизни Лондона разных эпох и воссоздающие детали быта типичных представителей среднего класса. Особое внимание в статье уделяется книге о жизни Лондона времен королевы Елизаветы.

Ключевые слова: биография; геобиография; биография городов; биография Лондона; жанр; художественно-документальная литература.

Среди ярких современных британских авторов страноведческой геобиографической литературы выделяется Лайза Пикард. В отличие от многих исследователей, писавших о жизни выдающихся личностей и представителей высших слоев общества, она рассказывает о деталях быта «заурядных» представителей среднего класса. Опираясь на архивные документы (счета, выписки из церковных книг, фрагменты дневников, писем, газетных и журнальных статей), писательница продемонстрировала, что даже самые прозаические стороны жизни могут быть невероятно увлекательными. Как заметила Л. Пикард в одном из интервью, «у меня практический ум. Меня всегда интересовало, как живут люди. В книгах по социальной истории редко рассказывается о разных бытовых подробностях. ... поэтому пришлось написать книгу самой» [1].

Лайзе Пикард было 70 лет, когда в 1997 году вышла ее первая книга, посвященная Лондону эпохи Реставрации. Через три года последовала книга «Лондон доктора Джонсона» (2000), затем «Лондон времен Елизаветы» (2003), «Викторианский Лондон» (2005) и наконец «Герои Чосера» (2017). Эти захватывающие историко-социологические исследования можно, на наш взгляд, отнести к популярному в последнее время геобиографическому жанру: из мельчайших бытовых штрихов, особенностей жизненного уклада вырисовывается образ города, его характер. Каждая из книг представляет собой определенный фрагмент из биографии города. Рассмотрим один из этих биографических фрагментов, посвященный жизни Лондона времен королевы Елизаветы [2].

Повествование выстраивается не по хронологическому, а по тематическому принципу. Композиционно книга делится на две большие части: «город» и «люди». Первая часть охватывает внешнюю организацию жизни, городскую географию: улицы и дороги, сады и парки, здания и интерьеры и, конечно, реку, с которой все началось, – Темзу. Вторая часть книги посвящена людям и их занятиям и заботам, предметам быта, одежде и украшениям, болезням и медицине, образованию и развлечениям и многим другим аспектам.

Каждая глава делится на подразделы. Так, например, говоря о Темзе, Пикард информирует читателей о том, как во времена Елизаветы можно было добраться до Лондона водным путем, рассказывает про курсирующие по Темзе лодки и лодочки, про настроения реки, про то, как люди ловили рыбу и боролись с наводнениями, и даже про ручных лебедей, которые в изобилии там водились и являлись такой же неотъемлемой составляющей Лондона, как всем известные в наши дни голуби на Трафальгарской площади или вороны в Тауэре.

Л. Пикард смотрит на ту эпоху взглядом современного лондонского жителя и как будто «примеряет» на себя разные жизненные обстоятельства того времени. Она выступает как остроумный и обаятельный рассказчик, и читатель получает удовольствие даже от знакомства с «неромантическими» подробностями сбора мусора или работы канализации.

Описывая причудливую моду того времени, Л. Пикард отмечает, каким, например, кошмаром (с точки зрения современного человека, привыкшего к комфортной одежде) были большие накрахмаленные воротники: как они, жесткие и неудобные, порой натирали шею и сковывали движения, как их долго прикалывали многочисленными булавками, чтобы они живописно топорщились.

Не без иронии и черного юмора рассказывает Л. Пикард о варварских методах лечения в Лондоне времен Елизаветы, когда больным ампутировали ноги и руки, изуверским пыткам подвергали несчастных, страдающих от различных инфекционных заболеваний. Автор перечисляет инструкции из медицинских книг и рецепты снадобий, которые как будто собраны из записной книжки ведьмы: «мозги зайца помогают при воспалении десен», а проверенным средством при отравлении является стертый в порошок рог единорога [2, с. 99-100]. Читателю понадобится некоторое мыслительное усилие, чтобы осознать, что все эти сказочные рецепты и невероятные истории – реальные случаи, зафиксированные в сохранившихся документах.

В эпилоге Л. Пикард пишет: «Теперь вы, вероятно, можете представить себе жизнь типичного лондонца в середине XVI века, во времена правления королевы Елизаветы» [2, с. 280]. Блеют овцы. Ночью кто-то играет серенаду на лютне под окнами возлюбленной, а кто-то погибает в пьяной драке в пабе. Множество детей умирает в младенчестве, но каждый (чудом выживший) ребенок может научиться читать (а некоторые даже писать). В 1588 году одержана великая победа над испанцами – и для лондонцев XVI века это служит подтверждением того, что «Бог любит Англию», а Лондон ожидает доброе будущее [2, с. 280].

Последующие века покажут, что не всегда Лондон процветал – но в нем всегда кипела жизнь, а в его характере были цепкость и напористость, стойкость и жизненная сила.

Следить вместе с Л. Пикард за развитием Лондона от века к веку невероятно увлекательно. Фрагменты геобиографии Лондона полны цифр и фактов, однако все эти кропотливо собранные детали быта не утяжеляют повествование и не превращают его в сухой отчет, интересный разве что узкому кругу специалистов: книги написаны живым и легким языком. С другой стороны, живость и непосредственность повествования ничуть не умаляют научной ценности и добросовестности проведенных исследований.

Библиографический список

1. Buchan B. Social historian of London keen to explore the practical details of how people lived in centuries past. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/books/2022/jun/10/liza-picard-obituary> (дата обращения: 17.01.2024).
2. Picard L. Elizabeth's London: Everyday Life in Elizabethan London / L Picard. – London: Weidenfeld & Nicolson, 2003.

M.V. Khadzinskaya,
Minsk, Belarus

"Elizabeth's London" by Liza Picard as an example of geobiography

The article examines the popular historical and sociological research works of L. Picard, dedicated to London's life on different historical stages. The writer's investigations recreate the life details of typical representatives of the middle class. Particular attention in the article is paid to the writer's study of London's life during the time of Queen Elizabeth.

Keywords: biography; geobiography; biography of cities; biography of London; genre; fiction and non-fiction.

И.А. Шипова,
Московский педагогический государственный университет
shipowa@mail.ru

УДК 821.112.2

Литературный ремейк: опыт краткого анализа

В статье рассматривается понятие литературного ремейка и приводится краткий анализ общности и различий между двумя немецкими текстами: "Германия. Зимняя сказка" Г. Гейне и В. Бирманна.

Ключевые слова: литературный ремейк, метафорика, стилистический прием, стилевой слом.

Ремейк как термин ни в литературоведении, ни в лингвистике не имеет большого распространения, что понятно, поскольку его появление во второй половине XX века было ограничено сферой кино и музыки в основном в США. Сейчас о ремейках много пишут в связи с созданием компьютерных игр [2]. Однако определение этого явления показывает, насколько терминологически емко оно отражает значение хорошо известного в различных областях искусства, получившего особое распространение в XX и в первую четверть XXI веков. Ремейк или римейк (от англ. *remake* – букв.

переделка) – более новая версия или интерпретация ранее изданного произведения, которая не цитирует и не пародирует источник, а наполняет его новым актуальным содержанием, может повторять сюжетные ходы оригинала, типы характеров, но изображает их в новых исторических, социально-политических условиях [ср. 1]. Следовательно, все произведения, написанные с опорой на предшествующие, можно определить словом ремейк, если для них характерны названные свойства.

В немецкой (и не только) художественной литературе примеров подобного рода очень много. Приведем только несколько: варианты интерпретации легенды о Фаусте, написанные Г.Э. Лессингом, И.В. Гёте, Г. Гейне, Т. Манном и др., сюжеты древнегреческих трагедий "Ифигения" и "Антигона", переданные в интерпретациях И.В. Гёте и Б. Брехта, его пьеса "Мать" по роману М. Горького и др. В данной публикации мы сосредоточим свое внимание на двух текстах, названия которых повторяются словно, что не так часто встречается в ремейках. Речь идет о сатирическом эпосе Г. Гейне "Германия. Зимняя сказка" (1844) и одноименном стихотворном тексте Вольфа Бирманна (1965/1972). Заметим, что и название Гейне было заимствовано из поздней пьесы В. Шекспира "Зимняя сказка" (1623), с дополнением, меняющим не только географию и эпоху, где и когда развиваются события, но и характер действия, сохраняя внутреннюю метафорику.

История возникновения обоих произведений связана с биографиями их авторов. Г. Гейне, эмигрировавший в 1830 г. во Францию, приезжает в 1843 г. Германию и едет через Аахен, Кёльн, Мюнстер, Ганновер и др. в Гамбург для встречи с матерью и своим издателем. По впечатлениям от путешествия и была написана поэма из 27 глав в виде своеобразных путевых заметок с очевидной критикой политических и социальных условий тогдашней Германии.

В. Бирманн (1936), известный немецкий лирик и бард, создает свой текст в свою очередь после гастрольной поездки из Восточного Берлина, куда он переселился из Западной Германии в 1953 году как приверженец коммунистической идеологии, в Западную Германию в 1964 г. Его критика авторитаризма ГДР, политическое инакомыслие, негативное отношение к раздвоенной Германии и оценка связанного с этим трагизма нашли выражение в 16 главах "Германии. Зимней сказки". В 1965 году этот текст был частично опубликован без его согласия, а в 1972 издан отдельной книгой.

С точки зрения содержания написанные очевидные параллели прослеживаются на нескольких уровнях: общность жанровой принадлежности, стихотворная форма, сходство биографических фактов: переезд из одной части страны в другую. Оговоримся, что раздробленность Германии XIX века в определенном смысле можно рассматривать как ту же политическую разобщенность, о чем свидетельствует издание поэмы "Германия.

"Зимняя сказка" в Гамбурге в 1844 и её запрет в Пруссии Фридрихом Вильгельмом IV в том же году. Идеологическая связь обоих произведений несомненна: внутренний конфликт с идеологией государства, критика отсутствия свободы слова, острая сатирическая позиция по отношению к актуальной ситуации, эмоционально болезненная реакция на несправедливость окружающей действительности.

С лингвистической точки зрения очевидна и схожая стилистическая образность обоих текстов, общность используемых приемов, модели метафорических переносов и перекличка мотивов. Без сомнения, В. Бирманн включил эти элементы в свой текст сознательно и сделал это талантливо в соответствии с новым историческим и идеологическим контекстом, расширением языковых трансформаций, включая ассоциации культурного и социального плана. Приведем примеры:

(1) *Im traurigen Monat November war's, /Die Tage wurden trüber, ...*

(1a) *Im deutschen Dezember floss die Spree / Von Ost- nach Westberlin*

(1) и (1a) демонстрируют схожесть первых строк обоих произведений.

Эпитеты, определяющие месяцы – время начала путешествия, приобретают характеристики, несвойственные календарю: в (1) печаль последнего месяца осени, в (1a) особенность немецкой реальности в виде границы, разделяющей один город и один народ.

В следующих двух фрагментах видно, что оба автора использует прием контраста:

(2) *Und als ich die deutsche Sprache vernahm, /Da ward mir seltsam zumute;*

(2a) *Das ging mir so seltsam ins Gemüt / Und bitter auch durch den Sinn*
(Это так странно поразило меня / И с горечью пронзило мой разум)

В (2) несоответствие представлено стилем словом (сочетание высокого стиля *vernehmen* – *внимать* со стилем повседневного *общения* – *zumute sein* – *быть в... настроении*), порождающим иронию, а в (2a) антитезой (странны – болезненно). В обоих отрывках базовым является слово *das Gemüt* – *нрав, душа*, семантика которого отражает внутренние переживания обоих авторов.

В 1 главе поэмы Гейне выступает как политически ангажированный автор, мечтающий о революции, которая должна принести людям свободу, создать рай на земле. Его аллегории возвышены и порой перегружены пафосом:

(3) *Wir wollen hier auf Erden schon / Das Himmelreich errichten.*

(4) *Die Jungfer Europa ist verlobt / Mit dem schönen Geniusse /Der Freiheit, sie liegen einander im Arm, / Sie schwelgen im ersten Kusse.*

Критика Гейне сосредоточена на представителях светской и религиозной власти:

(5) Ich kenn auch die Herren Verfasser; /Ich weiß, sie tranken heimlich Wein / Und predigten öffentlich Wasser.

Аллегория Бирманна в (6) иная, обычно саркастическая:

(6) Ich dachte auch kurz an meinen Cousin /Den frechen Heinrich Heine / Der kam von Frankreich über die Grenz / Beim alten Vater Rheine.

Для ремейка тон Бирманна не совсем почтительный, его фамильярность (*мой нахальный/наглый кузен Генрих Гейне*) в отношении предшественника можно объяснить несколькими моментами: Гейне – еврей, как и погибший в Освенциме в 1943 году отец Бирманна, хотя национальность в данном случае не столь важна, как жесткая ирония Гейне по отношению к властям Германии его времени.

Бирманн не стесняется в выражениях, критикуя правительство как ГДР (7) так и ФРГ (8):

(7) Die DDR, mein Vaterland / Ist sauber immerhin / Die Wiederkehr der Nazizeit /

Ist absolut nicht drin / So gründlich haben wir geschrubbt /Mit Stalins hartem Besen /

Dass rot verschrammt der Hintern ist /Der vorher braun gewesen

(8) Der größte Teil ist Westdeutschland / Mit gutem Grund, ich weiß.

Die deutschen Exkremeante sind / Dass es uns nicht geniert / In Westdeutschland mit deutschem Fleiße / Poliert und parfümiert.

Таким образом, мы видим, что литературный ремейк несет на себе ряд важных черт "первоисточника", перенос определенных идеиных черт шекспировского текста на текст Г. Гейне (его метафоричность), а затем развитие его базовых мотивов в ремейке В. Бирманна. Идейная направленность обоих текстов – выражение авторской позиции относительно социально-политической ситуации в Германии XIX века, личные переживания и эмоциональная реакция на увиденное на Родине созвучны тому, что думает и чувствует протагонист-повествователь в разделенной Германии второй половины XX века с её недостатками в обеих частях, с чувством глубокой боли относительно того, что приходится испытывать гонимому В. Бирманну, сыгравшему свою немаловажную роль в том, что граница между двумя частями страны все-таки была разрушена.

Библиографический список

1. Белокурова С.П. / Словарь литературоведческих терминов под редакцией С.П. Белокуровой. – 2005. [Электронный ресурс] – URL: <http://gramma.ru/> (дата обращения: 15.09.2016).
2. Любимцева-Наталуха А.Н. Драматургический ремейк в литературе XX-XXI веков: жанр, типология, поэтика / А.Н. Любимцева-Наталуха // Дисс... докт. филол. наук. – Горловка, 2020 – 371 с.

I.A. Shipova,
Moscow, Russia

Literary remake: experience of brief analysis

The article examines the concept of literary remake and provides a brief analysis of the commonalities and differences between two German texts: "Germany. The Winter's Tale" by G. Heine and W. Biermann.

Keywords: literary remake, metaphors, stylistic device, stylistic breakdown.

Ю.В. Ястребова,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
julieautour@gmail.com

УДК 82-92

Образ Прованса в мемуарах Натальи Кончаловской

Образ Прованса – сложная и уникальная субъективная картина мира автора. Путешествуя по Провансу, литературовед Наталья Кончаловская знакомится с обычаями и традициями южного региона Франции, наблюдает гармоничный уклад жизни местных жителей, рассказывает о своей работе над переводами поэм провансальских писателей.

Ключевые слова: литература, образ, Прованс, природа, культура, перевод.

Наталья Кончаловская (1903-1988) – советская писательница, поэтесса, переводчица, знавшая несколько иностранных языков, внучка Василия Сурикова и дочь Петра Кончаловского, известных художников. С детства была погружена в творческую атмосферу, много путешествовала с родителями по Европе, благодаря чему имела возможность познакомиться с произведениями искусства мировых мастеров и развить свой художественный вкус. Позже это помогло ей заняться переводами трудов зарубежных писателей. Так, например, в 1977 году в России появилось первое официальное издание поэмы французского провансальского писателя Фредерика Мистраля «Мирей» на русском языке [3], перевод которой был сделан Натальей Кончаловской. Она прекрасно знала историю и культуру Франции, много раз посещала эту страну, и особенно ей полюбился Прованс – южный регион со своим гармоничным укладом жизни, культурным наследием, тесно взаимосвязанным с природными образами данной местности.

В книгах-воспоминаниях («Кладовая памяти», «Волшебство и трудолюбие», «Трубадуры и святые Марии») Кончаловская подробно описывает

свои путешествия в Прованс, знакомит с обычаями, традициями и богатой провансальской жизнью, рассказывает о встречах не только с простыми местными жителями, но и с видными деятелями региона в области искусства и культуры. Они благодарны поэтессе за проявленный интерес к произведениям местных писателей. Ее переводческий труд поэмы Мистраля был по достоинству оценен на самом высоком уровне. Для любого провансальца имя поэта Фредерика Мистраля (1830-1914) неразрывно связано с его малой родиной, ведь в своих поэтических работах автор воспевал красоту родного региона, а также он создал огромный словарь провансального языка, на котором до сих пор общаются местные жители.

Передвигаясь от города к городу, Кончаловская восхищается потрясающими зрелищными пейзажами: дремлющее в отливе море, вечернее мерцание могучих крепостных стен, фиолетовые цветы вересковых деревьев, темные кипарисы, аллеи платанов, пучки трав, выбивающиеся из-под известковых камней и источающие благовонный аромат в прозрачный воздух предгорий, визг провансальских стрижей в небе с лавандовым колоритом. В это природное великолепие гармонично вписываются веселые, стрекочущие на провансальском языке, напевающие старинные мелодии деревушки с их узкими улочками [1, с. 295, с. 186].

Писательнице завораживают местные праздники («Праздник девиц» в Арле, «Праздник гардианов» в Сент-Мари де ля мер), на которых можно увидеть смуглых от загара молодых людей и девушек в национальных костюмах и украшениях, веселящихся на улицах древних городов и воспевающих жизнь простых пастухов, крестьян и рыболовов.

Проезжая мимо провансальских домов – мас, как их называют местные, – Кончаловская отмечает, насколько жители хозяйственны. «И хозяйства их традиционны, по заведенным предками обычаям» [1, с. 186]. В уютных домах царит порядок, комнаты по-современному комфортабельны. Мас строили таким образом, чтобы все подсобные помещения, включая загоны для животных, находились под одной крышей. Таким образом хозяйству не грозил мистраль – сильный осенне-зимний ветер, сносящий легкие крыши и разрушающий ветхие постройки.

Каждый день поэтесса принимает участие в местных застольях и отмечает, насколько важна трапеза для провансальцев – неспешная, простая, длящаяся чуть ли не целый день. Обязательный атрибут застолья – оживленная свободная беседа, в которую вовлечены все присутствующие. Вино (Прованс знаменит своими винодельческими хозяйствами на весь мир) льется рекой, национальные блюда сменяют друг друга, распространяя одуряющие ароматы – перед ними не устоять и приходится дегустировать все местные деликатесы.

Местные краеведческие музеи рады познакомить каждого посетителя с историей Прованса, рассказать о культурном наследии юга Франции – греческом, римском, галльском и современном периодах.

Наталья Кончаловская проезжает по всему региону, знакомится с разными людьми и приходит к выводу, что Прованс – это «что-то удивительно естественное, благородное по стилю и очень радушное и веселое» [1, с. 194]. Здесь себя чувствуешь спокойно, умиротворенно. Люди гостеприимны, приветливы, разговорчивы. Они гордятся своей национальной историей и культурой, живут в гармонии и тесной связи с природой, что позволяет им ценить и видеть красоту родного Прованса.

Библиографический список

1. Кончаловская Н.П. Кладовая памяти / Н.П. Кончаловская. – М.: Советская Россия, 1980. – 304 с.
2. Кончаловская Н.П. Волшебство и трудолюбие / Н.П. Кончаловская. – М.: Молодая гвардия, 2004. – 437 с.
3. Мицталь Ф. Мирей [Текст]: поэма / Ф. Мицталь. – М.: Художественная литература, 1977. – 368 с. (пер. с фр. Н. Кончаловской, предисл. и comment. В. Левика).

Y. Yastrebova,
St. Petersburg, Russia

The image of Provence in the memoirs of Natalia Konchalovskaya

The image of Provence is a complex and unique subjective picture of the author's world, which he creates in the story. Traveling around Provence, literary critic Natalya Konchalovskaya gets acquainted with the customs and traditions of the southern region of France, observes the harmonious way of life of local residents, and talks about her work on translations of poems by Provençal writers.

Keywords: literature, image, Provence, nature, culture, translation.

РАЗДЕЛ II. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПЕДАГОГИКИ И ЛИНГВОДИАКТИКИ

Б.М. Абубакарова, А.В. Набирухина,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

brilliant1957@mail.ru

УДК 378.147

Метод проектов как образовательная технология формирования системы компетенций специалиста-экономиста на занятиях по иностранному языку

В статье рассматривается метод проектов в качестве инновационного инструмента обучения профессиональному иностранному языку с целью формирования системы универсальных и общепрофессиональных компетенций студентов. Отмечаются преимущества использования метода в смешанном формате обучения.

Ключевые слова: метод проектов, профессионально-ориентированный иностранный язык, универсальные компетенции, профессиональные компетенции, социальные компетенции, смешанный формат обучения.

Преподавание иностранного языка в рамках ФГОС З+++ приобрело профессионально-ориентированную направленность, предполагающую тесную связь универсальных и профессиональных компетенций, получаемых специалистами при обучении в вузе. Задача высшей школы состоит в том, чтобы обеспечить подготовку выпускников, соответствующих требованиям профессиональных стандартов и ожиданиям работодателей, что предполагает формирование, с одной стороны, корпуса языковых знаний, связанных с будущей специальностью, а с другой, навыков и умений, позволяющих использовать их для решения профессиональных задач в реальной ситуации с применением современных коммуникативных технологий на иностранном языке в условиях расширения международных связей.

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (бакалавриат) по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» [2] определяет две категории универсальных компетенций, которые формируются непосредственно в ходе занятий по иностранному языку: иноязычная коммуникативная компетенция и успешное межкультурное взаимодействие. На основании перечня общепрофессиональных компетенций, указанных в образовательном стандарте, мы можем выделить те профессиональные задачи, которые специалист должен решать с помощью иностранного языка:

- осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач;

- предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности;
- использовать современные информационные технологии и программные средства при выполнении заданий.

Одним из методов обучения иностранному языку, наиболее эффективно обеспечивающих интегрированное формирование как универсальных, так и профессиональных компетенций, является метод проектов, применение которого в сочетании с другими инновационными образовательными технологиями, такими как обучение в сотрудничестве, обучение через предмет, коммуникативно-интерактивные методы, использование новых информационных технологий, способствует эффективному достижению поставленной задачи [1]. Метод проектов способствует интеграции практико-ориентированного подхода в обучение иностранному языку в условиях моделирования реальных ситуаций профессионального общения, когда решение конкретных задач требует знания иностранного языка.

Практическое применение метода проектов в процессе обучения иностранному языку на кафедре иностранного языка №1 СПбГЭУ показало высокую эффективность метода, особенно на примере международных телекоммуникационных проектов, особенность которых состоит в применении смешанного формата обучения, открывающего новые возможности для взаимодействия студентов из разных стран. Благодаря применению смешанного формата студенты имели возможность работать над проектом как самостоятельно, так и в группах, синхронно и асинхронно, письменно – по электронной почте, в чатах, на форумах, и устно – в режиме телеконференций и в аудитории. На всех этапах проекта формирование иноязычной коммуникативной компетенции и ее межкультурной составляющей происходило взаимосвязанно во всех видах речевой деятельности в ходе аутентичной профессиональной коммуникации с зарубежными коллегами в рамках своей специализации и предстоящих профессиональных обязанностей. При выполнении проблемно-поисковых и творческо-исследовательских задач студенты активно применяли свои общепрофессиональные навыки, что позволило в комплексе формировать систему компетенций будущих специалистов.

Особую значимость на современном этапе приобретают профессионально-ориентированные проекты, результаты которых имеют реальную практическую значимость для компаний и организаций. Так, например, сбор и анализ определенной информации на английском языке по заказу компании и представление этой информации в устной или письменной форме, анализ сайтов зарубежных и отечественных компаний с последующим представлением результатов и их обсуждением, дают нашим студентам возможность применять английский язык именно в тех видах деятельности, которые моделируют реальные трудовые функции, заложенные в профессиональных стандартах.

Среди социальных компетенций, развитию которых способствует проектная работа, следует отметить навыки работы в команде, умение правильно распределять роли лидера и исполнителей внутри команды, совместно подводить итоги и разделять ответственность между собой.

Таким образом, опыт подтвердил высокую эффективность использования метода проектов для успешного интегрирования в учебный процесс. Формируемые при этом универсальные, профессиональные и социальные компетенции открывают новые возможности для продуктивной деятельности специалистов в сфере экономики и менеджмента.

Библиографический список

1. Полат Е. С. Метод проектов: история и теория вопроса / Е. С. Полат // Современные педагогические и информационные технологии в системе образования. – М.: изд. центр «Академия», 2010. – С. 193-200.
2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат – по направлению подготовки 38.03.01 Экономика [Электронный ресурс]. URL: <http://fgosvo.ru/fgosvo/142/141/16/88> (дата обращения: январь 2024).

B. Abubakarova, A. Nabirukhina,
St. Petersburg, Russia

Project method as an educational technology for developing a system of competences for an economist at foreign language classes

The article considers the project method as an innovative tool for teaching professional foreign languages with the aim of forming a system of universal and general professional competencies for students. The advantages of using the method in a blended learning format are emphasized.

Keywords: project method, professionally-oriented foreign language, universal competences, professional competences, social competences, blended learning format.

К.Н. Антонова, В.А. Маевская, Н.Э. Горохова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
ksana-a@mail.ru

УДК 372.881.111.1

Профессиональный иностранный язык: асpekты личности и организации учебного процесса

В статье рассматриваются некоторые аспекты качества языкового образования в неязыковом вузе, раскрываются особенности работы в смешанных группах студентов с разным уровнем подготовки по английскому языку, а также причины неуспеваемости студентов при обучении профессиональному иностранному языку; намечены пути решения этих проблем.

Ключевые слова: профессиональный иностранный язык, уровневое обучение, неуспевающие студенты.

Чтобы быть хорошим преподавателем, нужно любить то, что преподаешь и любить тех, кому преподаешь.

В.О. Ключевский

Феномен настоящего преподавателя, о котором писал профессор В.О. Ключевский [1] заключается в том, что в нем органически сочетаются любовь не только к предмету, но и к студенту. Любить студента – значит видеть в каждом личность с ее сильными и слабыми сторонами. Возможно, неуспевающие студенты появляются в результате того, что мы не учтываем их уровень владения языком: даем «слабому» студенту объем материала выше его возможностей, в то время как хорошо успевающий студент получает гораздо меньше.

Неуспевающие студенты представляют собой серьезную проблему в образовательной системе вуза. Решение вопроса слабоуспевающих студентов – очень сложная работа, которая не всегда зависит от преподавателя, будучи связанной с целым рядом других негативных факторов.

В научно-исследовательских психолого-педагогических работах представлены как внешние, так и внутренние факторы, которые являются основными причинами низкого уровня языкового образования в неязыковых вузах.

Социальный спрос, отсутствие или ограниченность социального выбора профессии является одной из внешних причин. Результаты проведенных нами опросов в начале курса обучения на кафедре английского языка №2 СПбГЭУ – яркое тому подтверждение. Большая часть студентов (45%) выбрали направление подготовки «Торговое дело», «Товароведение» не по своему желанию. Лишь 24% из опрошенных студентов-первокурсников осознанно подошли к выбору сферы деятельности товароведа и связывали свои жизненные интересы с этой областью.

Однако существует еще множество внутренних причин, по которым студенты могут не усваивать учебную программу. К ним относятся: личные проблемы (неустроенность быта у иногородних студентов, проблемы в семье, здоровье); непонимание учебного материала, отсутствие мотивации, недостаток поддержки со стороны преподавателей. Кроме того, финансовые проблемы и недружественное социальное окружение, также могут оказать негативное влияние на успеваемость студентов.

Очевидно, что неуспеваемость может иметь серьезные последствия для самих студентов. Это источник стрессовых ситуаций, ведущий к незачетам, непреодолимым трудностям в контрольных точках, потере стипендии, или исключению из учебного заведения.

Для решения проблем, связанных со «слабым» (неуспевающим) студентом, нам кажется необходимым осуществлять работу в трех основных направлениях. Важно:

- 1) создать оптимальные условия для обучения таких студентов, восполняя пробелы школьного воспитания и выявляя причины снижения мотивации. Большое значение на этом этапе приобретают тесные отношения студент-преподаватель как основа индивидуализации в обучении;
- 2) создать и обеспечить студентов учебными материалами, соответствующими их уровню владения иностранным языком;
- 3) разработать формы контроля личной успеваемости студентов и оценки их академических достижений.

Наша многолетняя практика преподавания иностранного языка в неязыковом вузе показывает, что в процессе работы преподаватель пытается облегчить жизнь таким «слабым» студентам, опираясь на законы психологии, педагогики и методики.

Основным принципом работы, которую предлагают авторы, является индивидуализация процесса обучения в целом и использование многоуровневых заданий в смешанных группах обучения, в частности.

Обучение видам речевой деятельности и языковым аспектам строится на разных степенях доступности обучающего материала для успевающих и неуспевающих студентов.

Поскольку у «слабоуспевающих» студентов низкий уровень осведомленности о профессии, предмете, которому их обучают, очень маленький запас слов и значительные отставание в иноязычной грамотности, целесообразно поэтапно вводить новые понятия, используя возможные ресурсы: картинки, видео и аудио фрагменты, отрывки жанровых текстов, делая материал доступным для понимания с первого предъявления, нацеливаясь на развитие их интереса и когнитивных функций. На этапе активизации хорошие результаты дают поисковые задания. Они развивают у неуспевающих студентов внимание, память, сосредоточенность, которые не были сформированы в школьный период.

Для успевающих студентов даются творческие домашние задания, они предполагают самостоятельные трансформации с языковым материалом и его смысловую обработку. Полутворческие задания с опорой на образец выполняют «слабые студенты». Контрольные упражнения нацелены на выявление прочности закрепления полученных знаний в процессе обучения на соответствующем курсе.

В нашей практике экономического университета большое значение придается воспитанию средствами иностранного языка. С этой целью подбираются и адаптируются художественные тексты, задача которых заключается не в расширении вокабуларя, а в возможности получить больше информации о предмете изучения и сфере, в которой студент будет работать.

Авторы убеждены, что восполнение пробелов в знаниях, индивидуализация процесса обучения в смешанных группах, убеждающее общение и партнерство преподавателя и студента, создание зоны комфортного обучения, внеаудиторные мероприятия (совместное посещение культурных объектов) будут

способствовать повышению мотивации к обучению у слабоуспевающих студентов и, соответственно, повышению уровня полученных ими результатов.

В заключение следует отметить, что, исходя из опыта работы авторов, пожалуй, наиболее эффективным способом преодоления неуспеваемости при обучении иностранному языку является использование принципа доступности и посильности, позволяющего дифференцированно подходить к студентам в смешанных группах. Дифференциация на основе «всем по способностям» может оправдать усилия преподавателя в группах с различной языковой подготовкой.

Библиографический список

1. Цитаты об образовании [Электронный ресурс] <https://www.poznaysebia.com/2012/10/12/zolotye-tsitatyi-ob-obrazovanii-i-aforizmyi-ob-obuchenii/> (дата обращения 25.01.2024).
2. Щукин А.Н. Лингводидактический энциклопедический словарь / А.Н. Щукин. – М.: Астрель: ACT: Хранитель, 2008. – 746 с.

K. Antonova, V. Mayevskaya, N. Gorokhova,
St. Petersburg, Russia

Professional foreign language: aspects of personality and educational process organization

This article deals with some aspects of the effective language education in non-linguistic universities; it reveals the peculiarities of studying in a mixed-ability student group with different language proficiency levels and the reasons for students' failure to perform while being teaching them a professional foreign language. The ways to solve these problems are outlined.

Keywords: professional foreign language, levelled training underachieving students.

О.И. Баранова, И.Н. Воскресенская,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
oska_1965@mail.ru

УДК 378.147

Важность развития навыка чтения у студентов неязыкового вуза

В статье обсуждается один из важнейших навыков владения иностранным и родным языком – чтение. Совершенствование навыков чтения рассматривается как творческий процесс, всесторонне способствующий развитию когнитивных способностей школьников студентов, и умению осознанно воспринимать информацию.

Ключевые слова: чтение, когнитивные способности, метасмыслы, метафоричность, стилистика, творческое мышление.

В данной статье мы бы хотели уделить внимание такому навыку, как чтение. Дело в том, что чтение в настоящий момент является, как нам кажется, и как следует из опыта общения со студентами, наиболее «страдающим» видом языковой деятельности. Количество читающих учеников значительно уменьшилось, а количество «осознанно читающих» учеников измеряется единицами. Причины этому вполне очевидны.

Одна из них- развитие интернет-технологий, в результате чего школьники и будущие студенты, и затем уже студенты, оказываются под непрерывным влиянием информационного поля, причем качество получаемой информации зачастую оставляет желать лучшего, а фильтровать получаемую информацию дети не умеют ввиду, во-первых, отсутствия времени на фильтрацию и, во-вторых, отсутствия методик, которые могли бы обучить их определять качество и степень достоверности информации.

Еще одной причиной является воздействие на школьников и студентов электронных средств коммуникации, в результате чего они практически круглосуточно находятся в коммуникативной среде и зачастую вынуждены общаться принудительно. Это ограничивает возможности их творческого развития, поскольку такая вынужденная и бедная в языковом плане коммуникация не способствует расширению их языковой и когнитивной базы.

Третья причина, хотя и связана с предыдущими двумя, все же может быть выделена в отдельную проблему. Она связана именно с отсутствием навыка чтения и имеет уже довольно долгую историю. Не секрет, что в настоящее время ученики при подготовке к урокам литературы опираются зачастую не на оригинальные произведения великих писателей, а либо на краткие описания сюжета, которые они с радостью находят в интернете, либо на экранизации данных произведений. Причем, в последнем случае, это могут быть действительно шедевры мирового кино и телевидения, однако это самостоятельные произведения, и они не способствуют ни развитию навыка чтения, ни восприятию через чтение языковой и стилистической базы, что значительно ограничивает интеллектуальные возможности ученика и студента.

В результате у учеников и далее студентов развивается клиповое сознание, которое приводит к следующим последствиям:

- 1) угасание функции памяти и неспособность запоминать относительно большие объемы информации.
- 2) неразвитость устной речи, а именно выражение своих мыслей с применением исключительно ограниченного корпуса лексических единиц и простых грамматических конструкций.

3) неспособность как организовать собственный процесс чтения, так и понимать сложный текст и извлекать из него максимум информации.

4) способность извлекать только общую, поверхностную информацию.

Все это приводит к угасанию когнитивных способностей, несмотря на то, что на данном этапе развития у человека есть все необходимые предпосылки для разностороннего и творческого использования своих когнитивных возможностей.

Поэтому, развитие клипового сознания значительно обедняет и познавательную, и социальную жизнь студента, поскольку затрудняет понимание метасмыслов.

Известно, что язык любой культуры метафоричен, как и метафоричен любой текст на этом языке. Современные лингвисты выяснили, что 40% информации, которая сопровождает устную или письменную речь – не высказывается, а подразумевается, то есть не передается средствами прямой коммуникации. В этом заключается метафоричность языка, а сами тексты полны метасмысла [1]. Значение слова – это одна из загадок. Именно метафоричность делает текст понятным для представителей одной культуры / или субкультуры и непонятным для представителей другой.

В настоящее время, когда межкультурная коммуникация приобретает решающее значение в установлении и поддержании международных контактов, осуществлении обмена научной информацией и развитии сотрудничества, именно способность понимания метасмыслов, заключенных в тексте на родном и иностранном языках, может оказать решающее значение.

Кроме того, неверное восприятие метасмыслов может привести к неадекватному пониманию текста и искажению информации, что порождает проблему ее недостоверности. С другой стороны, это могут быть сознательно примененные потаенные, скрытые средства, которые могут воздействовать на психику – и тогда человек оказывается не защищенным от манипулирования и намеренного распространения ложной информации или фейков. Такие техники применения метасмыслов широко используются и в политике, и в журналистике, и в науке.

В своей работе авторы предлагают творческий подход к развитию навыка чтения, а именно, междисциплинарную методику [3], посредством которой можно использовать чтение для получения параллельно дополнительной информации, которая могла бы пополнить когнитивную базу студента, а также для выхода на самые разнообразные виды деятельности, включая научные и творческие проекты [2].

Таким образом, развитие навыка чтения будет способствовать – через восприятие языкового корпуса – лексических, грамматических, стилистических структур – развитию когнитивных способностей студентов, а также может помочь научиться осознанно воспринимать информацию. Кроме

того, чтение развивает творческое мышление, творческий подход к обработке информации, помогая создавать новые нейронные связи.

Библиографический список

1. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Лакофф Дж., Джонсон М. – Москва: Едиториал УРСС, 2004 – 256 с.
2. Якаева, Т. И. История возникновения и развития CLIL за рубежом / Т. И. Якаева // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016 (№ 7-2). – С. 120-123.
3. Marsh. D. (2012). Content and Language Intergrated Learning (CLIL). A developmet Trajectory. Cordoba: University of Cordoba;

O. Baranova, I. Voskresenskaya,
St. Petersburg, Russia

Reading as an essential skill of non-linguistic university students

The article discusses reading as one of the most essential cognitive skills aimed at conscious perception of information. Consolidation of the reading skills is considered as a creative process contributing to development of an intellectual and resourceful personality.

Keywords: reading, cognitive skills, metaphorical meaning, metaphorical language, stylistics, creative thinking

С.К. Видишева, Т.В. Ситникова,
Белорусский государственный университет
sitnikova77@mail.ru

УДК 372.881.111.1

Дистанционное обучение в вузе: технологии и модели

В статье рассматривается роль дистанционного обучения на современном этапе. Также приводятся примеры используемых технологий в процессе данного обучения. Кратко излагается описание моделей при обучении дистанционно.

Ключевые слова: дистанционное обучение, ИКТ, технологии, методы, модели

В процессе развития и модернизации информационно-коммуникативных технологий (ИКТ) в современном обществе огромное внимание уделяется и их использованию в образовательном процессе [1, с. 58]. По мере совершенствования данных технологий, происходят определенные измене-

ния и в образовании. Следует отметить, что в настоящее время дистанционное обучение набирает популярность при обучении иностранному языку в неязыковых вузах.

Дистанционное обучение – это специализированные образовательные услуги, ориентированные на специальном образовании для населения в целом и основан на дистанционном обмене образовательной информацией посредством интернета. При таком виде обучения можно использовать различные технологии.

Репродуктивная технология. Данная технология больше ориентирована на преподавателя и основана на модели обучения. Главной целью здесь является передача информации. Для внедрения репродуктивной методологии, необходимо использовать учебные материалы и сетевые технологии для пополнения материалов и для взаимодействия преподавателей и студентов посредством электронной почты, либо других мессенджеров.

Интерактивные технологии. Такие технологии дистанционного обучения основаны на личностно-ориентированной модели обучения и направлены прежде всего на приобретение определенных знаний и навыков. Примером интерактивности являются кейс-технологии.

Технологии совместного обучения. Данные виды работ направлены на развитие рассуждений (анализ, синтез, оценку) и применяются при обучении в группах или подгруппах студентов. Сетевые технологии позволяют создать многофункциональную, виртуальную обучающую среду с разнообразной интерактивностью и подачей информации. В этой виртуальной среде совместная работа студентов контролируется преподавателем с помощью различных платформ.

Сегодня технические платформы для дистанционного обучения можно разделить на асинхронные технологии и синхронные сетевые технологии. Синхронные сетевые технологии – это современные технологии дистанционного обучения, позволяющие участникам удаленно участвовать в процессе обучения с использованием видео инструментов таких, как конференцсвязь, что позволяет студентам одновременно и эффективно интегрировать различные модели обучения в течение одной сессии.

Существуют различные модели дистанционного обучения. При основной модели обучение проходит удаленно. Однако, студенты находятся в постоянном контакте с преподавателями, которые локально оказывают их консультирование и готовят к сдаче выпускного экзамена. При этом формы и методы образовательного процесса свободно выбираются обучающимися, расписание и время обучения не ограничено. Многие открытые университеты основываются на данной модели обучения.

Двойная модель обучения проходит как очно, так и заочно. Расписание, и программы обучения одинаковы для студентов, а контроль оценивания осуществляется по одинаковым критериям. Такая модель применяется в австралийских университетах.

Смешанная модель охватывает различные формы дистанционного обучения, или, скорее, интегрирует практические/семинарские или лекционные занятия в виртуальную среду. Такие формы обучения осуществляются в Новой Зеландии.

Модель-консорциум основана на взаимодействии двух образовательных учреждений, которые базируются на междисциплинарной функции: одно учреждение занимается разработкой обучающих материалов для дистанционного обучения, другое учреждение обеспечивает внедрение для виртуальных обучающихся групп образовательные инструменты или программы дистанционного обучения. Это могут быть институты, университеты или образовательные центры, факультеты и даже предприятия или государственные организации. Консорциум будет эффективным при строгой централизацией управления, при соблюдении права собственности и авторских прав. Данная модель обучения активно используется в Канаде.

На современном этапе развития общества дистанционное образование эффективно интегрируется в процесс обучения и имеет реализацию в различных сферах. Широкое распространение и внедрение этих технологий в образование поможет решить многие проблемы, с которыми сталкиваются университеты на данном этапе. Современные информационно-коммуникационные технологии в среде обучения способствуют развитию новых форм, помимо традиционных методов обучения.

Библиографический список

1. Видишева С.К. Использование квестовых технологий на практических занятиях по английскому языку / С.К. Видишева, Т.В. Ситникова // Проблемы лингвообразования в незыковом вузе: материалы VI Республиканской научно-практической конференции (с международным участием), 27-28 января 2022. – Минск: БГУ, 2022. – С. 58-61.

**S. Vidisheva, T. Sitnikova,
Minsk, Belarus**

Distance learning in higher education: technologies and models

The article considers the role of distance learning in the modern world. The types of distance learning technologies are given here as well. Different models of this kind of learning are described in the article.

Keywords: distance learning, technologies, methods, models, ICT

Е.А. Войлокова, С.В. Агеев, Е.С. Курукалова, В.В. Тепкеева,
 Санкт-Петербургский государственный экономический университет
 elena.voilokova@mail.ru

УДК 378.147

Преимущества использования метода взаимного оценивания в высшей школе

В статье рассматриваются исторические предпосылки развития метода взаимного оценивания. Описаны основные преимущества метода и условия его эффективного применения.

Ключевые слова: метод взаимного оценивания, Peer Assessment, критическое мышление, универсальные компетенции.

Метод взаимного оценивания (анг. Peer Assessment) берет свое начало в Великобритании XIX века. В то время учителя в Англии были в дефиците, и их роль выполняли старшие ученики, что позволяло обучать большее количество детей. Такой метод обучения получил название «Ланкастерская система» по имени британского учителя Джозефа Ланкастера. В России «Ланкастерская система» способствовала распространению грамотности среди населения в 1820-х годах, но вскоре была упразднена в связи с развитием образования и появлением большего количества учителей.

Широкое применение метода Peer Assessment в США и Великобритании связано с появлением дистанционного обучения и массовых открытых онлайн-курсов (анг. MOOC). В настоящее время метод находит применение не только в дистанционном обучении и оправдано вызывает интерес многих исследователей, чему способствуют многочисленные достоинства метода. Например, Филипп Сандлер и Эдди Гуд [3] в своем исследовании выделяют четыре основные преимущества метода:

- **логистическое** (при должной подготовке студентов значительно позволяет экономить время преподавателя);
- **педагогическое** (оценка чужих ответов дает возможность более глубоко изучить материал);
- **метакогнитивное** (сравнение своих ответов с ответами других студентов способствует пониманию студентами своих сильных и слабых сторон, а также выявляет пробелы в знаниях);
- **эмоциональное** (повышается интерес к изучаемому предмету, группы становятся более продуктивными, дружелюбными и склонными к сотрудничеству, и, таким образом, усиливается чувство общей сопричастности к учебному процессу).

Г.В. Третьякова называет этот метод «инновационной формой контроля знаний, где преподаватель или инструктор выступает не в качестве источника нового знания, а в роли создателя и фасilitатора образовательной среды» [2].

Наиболее успешно метод взаимного оценивания может применяться среди студентов высших учебных заведений, так как они уже обладают некоторыми навыками критического мышления и способны давать аргументированную оценку ответам своих сверстников. Согласно исследованиям О.В. Мещеряковой, «данний прием при регулярном применении позволяет формировать и развивать критическое мышление обучающихся во время оценивания работ других студентов с использованием заранее заданных критериев» [1]. Как известно, критическое мышление является первой универсальной компетенцией согласно ФГОС ВПО 3+++. Помимо развития навыков критического мышления метод позволяет значительно повысить мотивацию к изучаемому предмету. Изучение и анализ работ сверстников дает дополнительные возможности для закрепления изученного материала. Студент берет на себя ответственность за оценку знаний и навыков других учащихся, таким образом повышается его самооценка и вовлеченность в процесс обучения.

Но применение метода сопряжено с некоторыми трудностями. Любое оценивание предполагает наличие определенных критериев оценки и соблюдение определенных принципов. Для того чтобы метод работал эффективно должен быть соблюден ряд условий:

- критерии оценки должны быть тщательно разработаны преподавателем с учетом оцениваемого вида деятельности (презентация, доклад, тестирование и т.д.), уровня подготовки группы и учебных целей;
- студенты должны иметь четкое представления о критериях оценки и уметь применять их при оценке чужих работ;
- при использовании метода взаимного оценивания преподаватель должен работать над минимизацией влияния личностного компонента в оценивании, акцентируя внимание студентов на эффективности именно объективной оценки;
- преподавателю необходимо обеспечить обратную связь со стороны студентов. В процессе обсуждения студенты должны иметь возможность дать свои комментарии по возможным расхождениям между оценкой преподавателя и оценкой студентов.

При соблюдении всех вышеперечисленных условий данный метод может демонстрировать все свои преимущества в студенческой среде, где молодые люди стремятся не только овладеть основами профессии, но и развить в себе качества, которые позволяют им долгое время оставаться конкурентоспособными на постоянно изменяющемся рынке труда.

Библиографический список

1. Мещерякова, О.В. Использование метода взаимного оценивания для развития универсальных компетенций при обучении иностранному языку в бакалавриате неязыкового вуза / О.В. Мещерякова // Общество: социология, психология, педагогика. – 2020. – № 6(74). – С. 180-186. [Электронный ресурс]. Режим доступа: DOI: 10.24158/spp.2020.6.30 (дата обращения: февраль 2024).
2. Третьякова Г.В. Применение метода Peer Assessment в обучении английскому языку будущих экономистов-международников / Г.В. Третьякова // Бизнес. Образование. Право. 2022. – № 4(61). – С. 394-398. [Электронный ресурс]. Режим доступа: DOI: 10.25683/VOLBI.2022.61.432 (дата обращения: февраль 2024).
3. Sadler, Ph., Good, E. (2006). The Impact of Self and Peer-Grading on Student Learning. EducationalAssessment. 11. p.1-31 [Электронный ресурс]. Режим доступа: DOI: 10.1207/s15326977ea1101_1 (дата обращения: февраль 2024).

E.A. Voilokova, S.V. Ageev, E.S. Kurukalova, V.V. Tepkeeva,
St. Petersburg, Russia

The advantages of using the peer assessment method in higher education

The article examines the historical prerequisites for the development of the peer assessment method. The main advantages of the method and the conditions for its effective application are described.

Keywords: peer assessment method, critical thinking, universal competencies.

О.Б. Громова,
Московский политехнический университет
А.В. Громова,
Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы
o.b.gromova@mospolytech.ru

УДК 378.147

Влияние искусственного интеллекта на развитие современной педагогики

В статье рассматриваются первые эксперименты в использовании искусственного интеллекта в образовании, дается оценка ИИ-инструментов и предпринимается попытка осмыслиения влияния новых технологий на перспективы образовательного процесса, в первую очередь в гуманитарных науках.

Ключевые слова: искусственный интеллект, ИИ, образование, педагогика, технологии образования.

Развитие искусственного интеллекта (ИИ) и внедрение ИИ-технологий во все сферы жизни, включая и особенно образование, – событие, сравнимое по масштабам с появлением и широким использованием сети Интернет.

В настоящее время сформировалась потребность в формулировании перспективных путей использования и возможного влияния искусственного интеллекта на суть и процесс образования.

Масштаб возможного трансформационного воздействия понятен, но невозможно точно предсказать развитие событий. Сегодня очевидна как минимум необходимость обучать использованию ИИ-инструментария, который может упрощать процесс получения знаний, всех получающих образование, в том числе и в области гуманитарных наук.

Во-первых, искусственный интеллект способен взять на себя рутинные образовательные процессы. Уже доступны такие ИИ-сервисы, как программы, позволяющие резюмировать тексты или научные статьи, переводить текст в формулы электронных таблиц, создавать профессиональные презентации, генерировать изображения для проекта, формировать список литературы по заданной теме. Например, Chatpdf преобразует PDF-файлы в чат-бота, способного ответить на вопросы, связанные с содержанием, то есть по сути заменяет преподавателя в сессии вопросов и ответов. Искусственный интеллект может использоваться преподавателями для моментального создания и проверки тестов по пройденному материалу или выявлять антиплагиат в работах студентов.

Основанные на ИИ инструменты уже используются в разной степени в учебном процессе. ВШМ СПбГУ дала студентам возможность подготовиться к защите кейсов, курсовых и дипломных работ на VR-тренажере. Участникам предстояло выступить несколько раз перед виртуальной аудиторией с готовой презентацией и речью. В среднем каждый проходил 4–5 тренировок по 60 минут. Тренажер оценивает зрительный контакт, наличие слов-паразитов, распределение внимания по зрителям и т. д. После выступления человек получает аналитику: разбор и рекомендации, на что стоит обратить внимание во время выступления и что можно улучшить.

Препятствием к массовому внедрению VR и AR-технологии пока является необходимость покупки дорогостоящего оборудования. Экономически оправданным является использование подобных технологий в профессиональном образовании, где практические занятия без подобного оборудования могут быть опасными или сложными для организации, например, в тренировке медицинских манипуляций.

ИИ-инструменты могут выступать в роли персональных репетиторов, тьюторов и медиаторов на групповых занятиях. Виртуальные помощники дают персональные рекомендации и поддерживают когнитивные процессы. Например, Политехнический институт Ренсселера вместе с IBM Research

разработал Cognitive Immersive Room – инновационный подход к обучению китайскому языку. В этой программе ИИ-ассистент проводит участников обучения по дополненной реальности и помогает ощутить себя в Китае, где они могут практиковать разговорный язык с ИИ.

Таким образом, искусственный интеллект стимулирует развитие мультимодального обучения с использованием различных форматов, что повышает уровень инклюзивности и доступности для людей с разной предрасположенностью к обучению.

Нельзя не сказать о рисках, которые несет в себе расширение использования ИИ в сфере образования. Авторы книги «Искусственный интеллект в образовании: Перспективы и проблемы для преподавания и обучения» Уэйн Холмс, Майя Бялик, Чарльз Фейдел выделяют, к примеру, зависимость персонализированного подхода к ученику от среднего результата: ИИ еще не способен учитывать личные результаты школьников – он может сделать вывод лишь из общей статистики. Это нередко приводит к необъективности индивидуального учебного плана. Кроме того, применение ИИ снижает участие студентов в собственном обучении: они не выстраивают учебный план самостоятельно, не выбирают задания, а лишь следуют инструкции [1].

Кроме обучения ИИ-инструментарию и использования технологий в образовании, происходящие процессы поднимают важность культурного развития личности, формирования этики новой реальности и критического мышления.

Если в сети Интернет собрана вся информация, а искусственный интеллект способен обрабатывать ее, то задача человека контролировать эти процессы. И тогда основной задачей образования становится научить критически и творчески мыслить, чтобы выбирать нужную и релевантную информацию. Возможно, для всех специальностей можно ввести курсы из журналистики для формирования навыков отбора и проверки информации.

В потоке новых технологий также отдельное внимание нужно уделить социализации учащихся. Системы образования во всем мире зачастую уделяют чрезмерное внимание академической успеваемости в ущерб воспитанию личности, хотя открытый образовательный процесс, групповое общение и рефлексивные практики положительно влияют и на обучение, на формирование soft-скилз навыков. Полученный диплом воспринимается работодателями не только как подтверждение знаний, но и гарантия владения навыками коллективного взаимодействия и критического мышления, а также пониманием базовых стандартов качества работы.

Безусловно, сейчас мы находимся не только в точке понимания грядущих перемен, но и в ситуации чрезмерных надежд, связываемых отраслью образования с искусственным интеллектом. То, что еще недавно казалось невозможным, сейчас становится реальностью, и это формирует рискованные и, возможно, неосуществимые представления о перспективном

будущем с ИИ. Сбалансированный подход к использованию и влиянию ИИ на сферу образования позволит использовать все преимущества развития технологий и минимизировать риски, с этим связанные.

Библиографический список

1. Искусственный интеллект в образовании: перспективы и проблемы для преподавания и обучения: пер. с англ. /Уэйн Холмс, Майя Бялик, Чарльз Фейдел. – Москва: Альпина ПРО, 2022, 301 с.
2. Innovating Pedagogy report 2023 by Institute of Educational Technology and Centre for Innovation in Learning and Teaching at the University of Cape Town. Электронный документ. URL: https://prismatic-io.s3.amazonaws.com/ou-iet/4acfab6d-4e5c-4bbd-9bda-4f15242652f2_Innovating+Pedagogy+2023.pdf (дата обращения 15.01.2024).
3. Riedl, R., Kostoglou, K., Wriessnegger, S.C. et al. Videoconference fatigue from a neurophysiological perspective: experimental evidence based on electroencephalography (EEG) and electrocardiography (ECG) // Scientific Reports volume 13, Article number: 18371 (2023). Электронный документ. URL: <https://www.nature.com/articles/s41598-023-45374-y> (дата обращения 15.01.2024).

O.B. Gromova, A.V. Gromova,
Moscow, Russia

The impact of artificial intelligence on the development of modern pedagogy

The article considers the first experiments in the use of artificial intelligence in education, evaluates AI-tools and attempts to comprehend the impact of new technologies on the prospects of the educational process, primarily in the humanities.

Keywords: artificial intelligence, AI, education, pedagogy, educational technologies.

Е.К. Гулова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
1227k@list.

УДК 378.147

Технология смешанного обучения деловому иностранному языку в неязыковом вузе с применением педагогической модели «Перевернутый класс»

В статье рассматриваются основные преимущества технологии смешанного обучения деловому иностранному языку в неязыковом вузе, представлены основные виды учебного материала для предварительного изучения в рамках педагогической модели «Перевернутый класс».

Ключевые слова: смешанное обучение, модель «Перевернутый класс», виртуальное обучение, информационные технологии.

Применение технологии смешанного обучения предполагает использование разнообразных онлайн-ресурсов и дополнительных функций платформ онлайн-обучения в сочетании с адаптируемыми методами преподавания, при этом онлайн- и офлайн-обучение дополняют друг друга и способствуют эффективному обучению студентов [3].

Преподаватели делового иностранного языка могут использовать интернет-технологии для создания онлайн-платформ виртуального обучения для предоставления студентам различных практических инструментов для изучения иностранного языка.

Исследователи полагают, что «цифровое обучение во многом повышает эффективность учебного процесса, однако нельзя рассматривать дистанционное обучение, как полноценную форму образования, в связи с чем наиболее эффективной формой следует считать «смешанное обучение»» [1, с. 205].

Смешанное обучение, или гибридное обучение – это стратегия преподавания, сочетающая синхронное (в аудитории) и асинхронное (вне аудитории) обучение. Смешанное обучение имеет ряд преимуществ для студентов, изучающих деловой иностранный язык [3].

Технология смешанного обучения позволяет применять подход, при котором «в контексте рекомендаций интегративного подхода реализуется интеграция иностранного языка с фундаментальными основами бизнеса, экономики и менеджмента» [2, с.216].

Смешанное обучение может способствовать развитию социального обучения, которое происходит посредством наблюдения за действиями других людей, поскольку все обучающиеся могут поделиться своим опытом и воспользоваться знаниями других, что повышает эффект обучения для всех.

Педагогическая модель «Перевернутый класс» подразумевает трансформацию традиционной роли каждого учебного пространства. В рамках данной модели преподаватель рекомендует определенный материал для предварительного изучения, например, лекции, онлайн-упражнения и задания, подкасты, аудиолекции, видеофайлы. Освободившееся аудиторное время используется для интерактивных, направленных на развитие критического мышления и творческих способностей обучающихся, видов деятельности: дискуссии, решения проблем, работы в группах.

В заключении отметим, что технология смешанного обучения деловому иностранному языку с применением педагогической модели «Перевернутый класс» сочетает виртуальное обучение и обучение в аудитории, при этом обучающиеся преодолевают ограничения времени и пространства

благодаря использованию информационных технологий. Таким образом, процесс обучения перестраивается, традиционное образование трансформируется и происходит оптимизация дизайна обучения.

Библиографический список

1. Баграмова Н.В. О роли цифрового обучения в системе современного образования / Н.В. Баграмова // Шатиловские чтения. Цифровизация иноязычного образования: сб. науч. тр. – СПб. : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2020. – С.198-206.
2. Цветкова С.Е., Минеева О.А. Содержание обучения деловому иностранному языку магистрантов неэкономического направления / С.Е. Цветкова, О.А. Минеева // Проблемы современного образования. – 2019 (№4) URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-obucheniya-delovomu-inostrannomu-yazyku-magistrantov-neekonomiceskogo-napravleniya> (дата обращения: 02.02.2024).
3. Graham, C. R., Borup, J., Short, C. R., & Archambault, L. (2019). K-12 blended teaching: A guide to personalized learning and online integration. Provo, UT: EdTechBooks.org. URL: <http://edtechbooks.org/k12blended> (дата обращения: 03.02.2024).

E. Gulova,
St. Petersburg, Russia

Blended learning technology in teaching a business foreign language in a non-linguistic university on the basis of the pedagogical pattern "Flipped classroom"

The article examines the main advantages of the technology of blended learning of a business foreign language in a non-linguistic university, it presents the main types of educational material for preliminary study within the framework of the pedagogical pattern "Flipped classroom".

Keywords: blended learning, the "Flipped classroom" pattern, virtual learning, information technology.

Н.В. Гуль,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
gulnawl@mail.ru

УДК 378.147

Обучение иностранному языку посредством продуктивных инновационных технологий

В статье рассматривается одна из продуктивных инновационных технологий – экскурсионная технология, представлены основные характеристики инновационных технологий обучения иностранным языкам, которые входят в профессиональную подготовку студентов направления обучения «Зарубежное регионоведение».

Ключевые слова: продуктивные информационные технологии, продуктивная деятельность, экскурсионная технология, иностранный язык, зарубежное регионоведение.

Вопрос использования инновационных технологий в процессе обучения иностранному языку представляется особо актуальным в последнее десятилетие в связи с развитием методики преподавания иностранных языков.

В обучении иностранному языку инновационные технологии позволяют достичь цели коммуникации, реализуя которую, студенты выступают как субъекты деятельности, а иностранный язык представляет собой средство общения и критического мышления на продуктивно-творческом уровне.

В данной статье мы рассматриваем продуктивные инновационные технологии, под которыми понимаются методики успешного овладения иностранным языком в процессе выполнения какой-либо **продуктивной** деятельности на иностранном языке.

Вслед за Л.В. Московкиным, мы выделяем следующие черты инновационных технологий обучения иностранным языкам, на примере экскурсионной технологии:

1. Продуктивные инновационные технологии (ПИТ) моделируют реальную продуктивную деятельность. Цель такой технологии – создание конечного продукта, который разрабатывается (этап подготовки экскурсии); предъявляется в аудитории (он-лайн экскурсия, которая осуществляется благодаря веб-камерам); оценивается (этап обсуждения успешности проведения экскурсии).

2. Применение продуктивных инновационных технологий можно рассматривать как непрямое обучение иностранному языку. При организации длительного учебного процесса в вузе (2 семестра) в условиях применения ПИТ обучения нужна дополнительная работа над языком, не только над лексикой и грамматикой, произношением (например правильное произнесение названий основных достопримечательностей Санкт-Петербурга: der Stab des Garderegiments, die Alexandersäule, das Generalstabsgebäude) и письмом, но и чтением и аудированием (например, чтение дополнительной литературы по теме экскурсии и прослушивание текстов, отсутствующих в учебном пособии)

3. Все продуктивные инновационные технологии в обучении иностранному языку – это технологии развития речевых умений. ПИТ предназначены для продвинутого этапа обучения и используются нами на этапе, когда студенты владеют иностранным языком на уровне В1.

4. Успешность продуктивных инновационных технологий зависит от мотивации студентов. Важную роль при этом играют интерес к продуктив-

ной деятельности и понимание ее полезности. Так, например, экскурсионная технология способствует созданию студентами экскурсий по Санкт-Петербургу на немецком языке, которые они будут использовать в своей профессиональной деятельности, во время приема делегации из Германии, Австрии и Швейцарии. Каждый студент отталкивается от своего личного опыта, каждому предоставляется право свободного выбора той информации, которая необходима для интересной экскурсии при этом создаются условия для творчества.

5. Применение продуктивных инновационных технологий предполагает креативность выполнения продуктивной деятельности, при этом преподавателем создаются условия для творчества

В качестве примера продуктивной инновационной технологии предлагается экскурсионная технология, которая предназначена студентам направления «Зарубежное регионоведение» при изучении дисциплины «Язык страны изучаемого региона: Зарубежная Европа (немецкий язык)» в форме факультативного курса (5-6 семестр). Экскурсионная технология представляет собой вовлечение студентов в активную деятельность по разработке и проведению экскурсии. Работа над экскурсией включает несколько этапов:

1. Сбор и структурирование материала. В качестве основного учебного материала мы предлагаем пособие «Begegnung mit Sankt Petersburg» (Встреча с Петербургом). Пособие включает в себя 11 тем: Петропавловская крепость, Стрелка Васильевского острова, Площадь Декабристов, Исаакиевская площадь, Дворцовая площадь, Марсово поле, Площадь Искусств, Невский проспект и другие. Каждая тема включает в себя текст, новую лексику по теме, тренировочные упражнения и контрольный тест.

2. Подготовка текста экскурсии и проведение экскурсии для одногруппников. В процессе подготовки студенты овладевают новыми знаниями, языковыми навыками и речевыми умениями в таких видах речевой деятельности, как чтение (подбор дополнительных текстов, например, по теме Дворцовая площадь «Der Schlossplatz von St. Petersburg», который включает факты, отсутствующие в учебном тексте), письмо (составление интерактивного формата экскурсии) или перевод русскоязычного материала на немецкий язык. В тексте экскурсии студенты описывают место экскурсии с точки зрения истории, архитектуры, достопримечательностей и Великих имен ученых, писателей, политиков. Следует обратить внимание студентов на то, что средством повышения интереса к экскурсии могут стать интересные факты по теме экскурсии, занимательные истории из жизни Великих людей или викторина по основному содержанию экскурсии.

3. Обсуждение успешности проведения экскурсии и оценка со стороны самого студента (самооценка), преподавателя и других студентов.

Таким образом, можно сделать вывод, что представленная экскурсионная технология как одна из продуктивных инновационных технологий при обучении иностранному (немецкому) языку позволит студентам достичь высокого уровня владения этим языком, необходимого в будущей профессиональной деятельности.

Библиографический список

1. Московкин Л.В., Шамонина Г.Н. Продуктивные инновационные технологии в обучении русскому языку / Л.В. Московкин, Г.Н. Шамонина. – М.: Русский язык. Курсы, 2017. – 144 с.
2. Новицкая И.Э. Begegnung mit Sankt-Petersburg / Встреча с Санкт-Петербургом / И.Э. Новицкая. – Корона-Век: Санкт-Петербург, 2009. – 152 с.

N. Gul,
St.Petersburg, Russia

The article considers one of the productive innovative technologies – excursion technology, presents the main characteristics of innovative technologies for teaching foreign languages, which are included in the professional training of students of the field of study "Foreign regional Studies".

Keywords: productive information technologies, productive activity, excursion technology, foreign language, foreign regional studies.

Е.Н. Елистратова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
e.elistratova@bk.ru

УДК 372.881.1

Использование кластер-технологии на занятиях иностранного языка

В данной статье представлена кластер-технология как одна из образовательных технологий. Необходимость её использования на занятиях иностранного языка обусловлена развитием у обучающихся умений переформатировать устную и письменную информацию в графическую форму, формированием профессионального мышления путем систематизации и выделения ключевых элементов содержания обучения.

Ключевые слова: кластер-технология, графическая форма, ассоциации, анализ, синтез.

В связи с современными требованиями к образовательному процессу в высшей школе необходимы и новые формы организации образовательной деятельности и взаимодействия участников образовательного процесса для достижения целей личностного, социального и профессионального становления

и развития. Для этого используются различные образовательные технологии. Одной из таких технологий является кластер-технология, использование которой на учебных занятиях ведет к развитию у обучающихся навыков анализа и синтеза информации, умений переформатировать устную и письменную информацию в графическую форму, профессионального мышления путем систематизации и выделения ключевых элементов содержания обучения.

Составление кластеров может служить средством активирования умственной, исследовательской деятельности обучающихся перед изучением темы или формой систематизации материала по результатам его прохождения [1].

Кластер-технология может широко использоваться для реализации различных целей.

1) Для сбора идей. При этом контекст не имеет значения. Это могут быть списки задач, подходы к решению проблемы или тематические идеи для научного текста.

2) Для структурирования своих мыслей. Когда у обучающегося в голове слишком много мыслей по какой-либо теме, кластер помогает ему структурировать эти мысли. Кластеризация создает естественную структуру, которую можно легко расширить или реструктурировать (один раз на бумаге).

3) Для выделения основного содержания прочитанного. Когда обучающийся читает текст, а затем пытается воспроизвести его содержание в кластере, этот метод помогает ему выделить важные моменты из текста. Обучающемуся становится легче связывать отдельные тематические блоки друг с другом.

4) Для подготовки к короткой презентации. Если обучающемуся нужно представить в сжатом формате какую-либо информацию, он может заранее подготовить кластер для этого. Это позволяет быстро и легко структурировать свои мысли.

Как создать кластер?

1) Обучающиеся готовят большой лист бумаги и ручку. Недостаток места ни в коем случае не должен ограничивать студентов в процессе сбора идей. Лучше всего использовать бумагу в альбомной ориентации.

2) Обучающиеся пишут тему своего кластера (ядро) в центре листа бумаги и обводят его кружком. Ядром кластера может быть слово, набор слов или даже вопрос, по которому студенты хотят собрать свои мысли и идеи.

3) Обучающиеся начинают ассоциировать свободно, записывают первое слово, которое пришло им на ум по данной теме, обводят его и соединяют с ядром своего кластера одним штрихом. Затем продолжают ассоциировать на основе найденного слова, записывают следующее слово и соединяют его с предыдущим и т.д. Таким образом, каждое новое слово рождает новое ядро, которое порождает новые ассоциации. Возникают цепочки ассоциаций или сети.

4) Когда обучающимся приходит в голову что-то новое, они связывают его непосредственно с основным понятием и записывают свои мысли по этому поводу, пока эти последовательные ассоциации не будут исчерпаны. Затем студенты начинают со следующей цепочки идей, возвращаясь к сути.

5) Обучающиеся записывают слово/словосочетание/предложение там, где оно появляется. Пусть они сами найдут свое место. Студентам не нужно беспокоиться о порядке и последовательности слов. Если в процессе кластеризации обучающиеся обнаружат связи или взаимосвязи между отдельными словами, то они могут соединить их линией или стрелкой.

В результате использования кластер-технологии на занятиях иностранного языка у обучающихся осуществляется формирование и развитие умений анализировать, синтезировать, сравнивать информацию, а также развитие ассоциативного мышления, что благоприятно сказывается на эффективности обучения.

Библиографический список

1. Бирюкова Н.В. Метод кластера в профессиональном обучении студентов / Н.В. Бирюкова // Мир науки, культуры, образования. – 2019. – № 3 (76). – С. 201-203.

E. Elistratova,
St. Petersburg, Russia

Using cluster technology in foreign language classes

This article presents cluster technology as one of the educational technologies. The need for its use in foreign language classes is due to the development of students' skills to reformat oral and written information into graphic form, the formation of professional thinking by systematizing and highlighting the key elements of learning content.

Keywords: cluster technology, graphic form, associations, analysis, synthesis.

Ю.А. Казачкова, В.Ю. Панкова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
kazachkova.yu@unecon.ru

УДК 372.881.111.1

Особенности изучения грамматики английского языка в ВУЗе с помощью онлайн-доски Miro

Представленная статья направлена на анализ и классификацию электронных и цифровых образовательных ресурсов, сосредоточенных на совершенствовании грамматических навыков студентов. Преимущества этих инструментов рассмотрены на примере курса по грамматике английского языка на онлайн-доске Miro.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые образовательные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, мотивация, грамматические навыки.

В связи с цифровизацией образования, которая значительно ускорилась в период пандемии, важную роль стали приобретать цифровые (ЦОР) и электронные образовательные ресурсы (ЭОР). Следовательно, изменились и требования к навыкам преподавателей и методических работников. В статье Е.Г. Бодровой и Л.Н. Дегтеренко затронут вопрос классификации данных ресурсов [1]. Современные ЭОР диверсифицируют по нескольким критериям: цель создания (педагогические и культурные ЭОР), наличие печатного эквивалента, технология распространения ЭОР, а также функция ЭОР в учебном процессе. Цифровые образовательные ресурсы (ЦОР) включают в себя широкий спектр инструментов и сервисов, таких как программы для создания презентаций, графические и инфографические инструменты, редакторы видео, системы для разработки видеозаданий, платформы для проведения тестирования, сервисы для создания интерактивных упражнений, инструменты для создания ментальных карт, онлайн-доски, и прочее.

Изменились и современные студенты, которые более мотивированы получать информацию при помощи электронных и цифровых ресурсов, так как они воспитывались в период становления искусственного интеллекта и новейших технологий в целом. О.В. Калимуллина и И.В. Троценко указывают, что современным студентам присущи такие качества, как стремление к мобильности, сниженная фокусировка внимания при одном потоке информации, желание получать информацию в интерактивном, игровом формате, сильная зависимость от социальных сетей, желание чувствовать себя в комьюнити, стремление к «постматериальным» ценностям, ориентация на гибкую профессиональную мобильность [3].

Онлайн-доски помогают аккумулировать все материалы для обработки грамматических, лексических и разговорных навыков и достичь задач, поставленных студентом и преподавателем. В отличие от обычной классной доски этот ресурс позволяет сохранить все записи и использовать их в дальнейшей работе. Наиболее комфортной для индивидуальной и групповой работы является онлайн-доска Miro. Л.А. Горовенко, Г.А. Алексанян и О.П. Ровенская выделяют следующие преимущества этого ресурса: синхронизация записей всех участников, записанных на курс, инструментарий обеспечивает возможность создавать высококачественные чертежи и рисунки, а также обеспечивает взаимодействие с ними для всех участников. Он также позволяет легко обмениваться записями экрана и презентациями, а также проводить видеоконференции и чаты. [2]. Также использовать Miro можно в следующих форматах: интерактивный учебник, форма групповой

работы, обучающий вебинар, так как в приложении есть возможность организации видеоконференций.

Онлайн-доска Miro также эффективна при отработке грамматических навыков. В рамках проведенного исследования был разработан курс по грамматике английского языка специально для студентов направления «Лингвистика», использующих платформу Miro. При создании курса весь материал был разделен на теоретический и практический блоки. Теоретический блок включает в себя правила и основные случаи употребления грамматических форм с примерами, оформленные в виде инфографики и таблиц яркого цвета. На каждую тему отведен отдельный подписанный фрейм. При создании использовались инструменты: text, sticky note, shape, connection line. Практический блок также разделен на темы и оформлен в виде вырезок из учебника, на которых представлены предложения на перевод.

Результативность данного подхода иллюстрирует проведенный нами опрос среди студентов, изучающих представленный курс. Из 6 опрошенных 4 (66,7%) – студенты третьего курса направления «Лингвистика», 1 (16,7%) – студент четвертого курса и 1 (16,7%) – студент второго курса. Все студенты (100%) считают онлайн-образование эффективным, а также высоко оценивают удобство интерфейса онлайн-доски Miro. В опросе также выяснилось, что все респонденты (6 человек – 100%) признают, что онлайн-доска Miro подходит для изучения грамматики и довольны результатом пройденного курса. В качестве преимуществ работы с данным электронным ресурсом студенты выделили: структурированную подачу материала, возможность разместить большое количество материалов, интерактивность, удобство использования и доступность информации.

Подводя итоги, отметим, что в настоящее время преподавание неразрывно связано с информационными технологиями. Преподавателям приходится адаптировать ранее подготовленные материалы под современные реалии и требования студентов.

Важно отметить, что несмотря на возросшую значимость и популярность онлайн-досок, они не могут полностью заменить роль преподавателя. Эффективность использования онлайн-досок в значительной степени зависит от профессионализма и компетенций преподавателя в их использовании и наполнении контентом.

Библиографический список

1. Бодрова Е.Г., Дегтеренко Л.Н. Цифровые инструменты и сервисы в профессиональной деятельности современного педагога / Е.Г. Бодрова, Л.Н. Дегтеренко // Современная высшая школа: инновационный аспект. – 2021. №2 (52) – С. 48-56.
2. Горовенко Л.А., Алексанян Г.А., Ровенская О.П. Создание информационной и образовательной среды на базе платформы Google Класс и виртуальной доски Miro /

Л.А. Горовенко, Г.А. Алексанян, О.П. Ровенская // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 4: Естественно-математические и технические науки. – 2020. №4 (271) – С. 95-101.

3. Калимуллина О.В., Троценко И.В. Современные цифровые образовательные инструменты и цифровая компетентность: анализ существующих проблем и тенденций О.В. Калимуллина, И.В. Троценко // Открытое образование. – 2018. № 3. – С. 61-73.

4. Китайгородская Г.А. Методика интенсивного обучения иностранным языкам: Учебное пособие / Г.А. Китайгородская. – М.: Высшая школа, 1986. – С. 103.

5. Котельникова Е.Ю., Шпортько И.А. Использование интерактивной доски на занятиях по иностранному языку в вузе / Е.Ю. Котельникова, И.А. Шпортько // Вестник ПНИПУ. Проблемы языкознания и педагогики. 2015. №4 (14) – С. 92-99.

6. Толмачева Н.С., Быданцева А.Н. Использование интерактивных онлайн-досок при обучении иностранному языку: из опыта работы / Н.С. Толмачева, А.Н. Быданцева // Современная высшая школа: инновационный аспект. 2022. №2 (56). – С. 49-56.

Y. Kazachkova, V. Pankova,
St. Petersburg, Russia

The peculiarities of English grammar studies at universities via Miro

This article considers the classification of electronic and digital educational resources which help the students while improving and checking their grammar skills. English grammar course on Miro illustrates the benefits of this online board.

Keywords: digitalization, digital educational resources, electronic educational resources, motivation, grammar skills.

Л.В. Московкин,
Санкт-Петербургский государственный университет
rki@spbu.ru

УДК 378.147

Состояние современных лингводидактических исследований

В статье рассматриваются современные направления лингводидактических исследований в России, анализируется их вклад в процесс преподавания родного и иностранного языка, прогнозируются пути развития лингводидактики в ближайшее десятилетие.

Ключевые слова: лингводидактика, направления исследований, методика обучения, преподавание языков, перспективы развития.

Под лингводидактикой вслед за Шанским мы понимаем общую теорию обучения языкам независимо от того, какие это языки, родные или неродные, аналитические или флексивные, в каких условиях они преподаются

(в языковой среде или вне их) [3]. Лингводидактика – это частная теория обучения по отношению к дидактике и общая по отношению к методикам преподавания языков. Лингводидактически значимыми оказываются те достижения методической мысли, которые обладают универсальностью, то есть могут быть использованы в обучении разным языкам в разных условиях.

Материалом для анализа лингводидактически значимых достижений методистов являются научные труды (статьи, монографии, диссертации), а в некоторых случаях и методические руководства для преподавателей. Основные методы исследования – контент-анализ методических текстов, сопоставление и обобщение данных.

Особенности российской лингводидактики последних 30 лет отчетливо выявляются в сравнении с лингводидактикой предыдущего периода – второй половины XX века. В этот период решались вопросы описания языков и сопоставления языков в учебных целях, отбора и организации языкового материала (Л.А. Новиков и др.), презентации его на учебных занятиях, организации его тренировки и выведения в речь, способов контроля (А.Д. Климетенко, В.С. Цетлин и др.). Получило научное обоснование взаимодействие языка и культуры в процессе общения, что выразилось в появлении таких научных дисциплин, как лингвострановедение (Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров) и лингвокультурология (В.В. Воробьев, В.Н. Телия), имеющие большое значение для развития и лингводидактики в целом, и методик обучения языкам в частности.

Одним из крупнейших достижений предшествующего периода было осознание того факта, что методика обучения любому языку – это методика обучения деятельности и она по многим параметрам отличается от методик формирования знаний. Стало очевидным, что формирование знаний и умений – это разные направления дидактики, они различаются не только целями, то также содержанием, принципами, методами и средствами обучения. Понимание этого факта потребовало нового психологического обоснования лингводидактики.

В работах по психологии обучения языкам рассматривались вопросы формирования речевых навыков и умений (А.А. Леонтьев, С.Ф. Шатилов, Е.И. Пассов), речевых механизмов (Н.И. Жинкин, И.А. Зимняя), организации учебной деятельности по овладению языком (И.А. Зимняя). Были психологически обоснованы концепции обучения отдельным видам речевой деятельности: аудированию, говорению, чтению и письму. Появились концепции дифференцированного (И.М. Берман) и взаимосвязанного обучения видам речевой деятельности (И.А. Зимняя).

Как свидетельствует анализ теоретических основ методики преподавания иностранных языков [2], обучение аспектам языка и видам речевой деятельности было осмыслено настолько глубоко, что их системное описание

и в настоящее время является центральной частью обзорных трудов по методике преподавания любого языка.

Что же характерно для современного этапа развития лингводидактики, к которому мы относим два последних десятилетия?

Намного меньше, чем прежде, внимание ученых привлекают вопросы обучения аспектам языка и видам речевой деятельности. Не так давно Е.И. Пассов, крупнейший теоретик коммуникативного обучения иностранным языкам, высказал идею о том, что «далнейшее движение в направлении коммуникативности нецелесообразно, ибо рано или поздно заведет в тупик» [1, с. 32].

Наиболее заметной лингводидактической новацией начала XXI в. следует считать социокультурный подход к преподаванию языков (В.В. Сафонова). В рамках этого направления возник ряд концепций: теория формирования межкультурной компетенции (А.Л. Бердичевский), теория коммуникативного иноязычного образования (Е.И. Пассов), теория обучения коммуникативному поведению (И.А. Стернин, Ю.Е. Прохоров).

Второй методической новацией является разработка теории языкового тестирования, которая является не только основой объективного контроля речевых умений, но важным фактором, влияющим на процесс обучения языку (Т.М. Балыхина). Особенно это очевидно в преподавании русского языка как родного, так и иностранного.

Третья крупная новация – создание методических концепций, предлагающих использование электронных средств обучения языкам (Э.Г. Азимов, П.В. Сысоев, Л.Н. Дунаева, А.Н. Богомолов и др.).

Четвертая новация – появление методических исследований, опирающихся на данные педагогики, которая, в свою очередь, заимствует многие идеи из зарубежных работ. Прежде всего, это теория личностно ориентированного обучения, опирающаяся на зарубежные работы по недирективной педагогике. Среди общепедагогических идей, которые оказывали в последние 20 лет влияние на нашу методику, следует назвать идею непрерывного образования в современном обществе, его компьютеризацию и технологизацию, демократизацию и гуманизацию. Методисты проявляют большой интерес к идеям педагогической инноватики, геймификации, технологий формирования критического мышления через чтение и письмо и пр. Интерес методистов к достижениям общей педагогики, стремление адаптировать их к конкретным условиям преподавания иностранных языков, несомненно, обогащает методическую науку.

Можно полагать, что в ближайшем будущем будет происходить критическое осмысление зарубежных педагогических и методических концепций и построение собственных концепций с учетом опыта не столько зарубежной, сколько отечественной лингвистики, психологии и педагогики.

Библиографический список

1. Пассов Е.И. Коммуникативность: прошлое, настоящее, будущее / Е.И. Пассов // Русский язык за рубежом. 2010. № 5. – С. 26-34.
2. Теоретические основы методики обучения иностранным языкам в средней школе / Под ред. А.Д. Климентенко, А.А. Миролюбова. – Москва, Педагогика, 1981. – 456 с.
3. Шанский Н.М. Русская лингводидактика и языковознание / Н.М. Шанский // Русский язык в школе. 1976. № 6. – С. 14-18.

L.V. Moskovkin,
St. Petersburg, Russia

The state of modern linguodidactic research

The article examines modern directions of linguodidactics research in Russia, analyzes their contribution to the process of teaching native and foreign languages, and predicts the ways of development of linguodidactics in the next decade.

Keywords: linguodidactics, research areas, theory of teaching languages, process of language teaching, development prospects.

М.Г. Федюковская,

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики
fedyukovsky@mail.ru

УДК 159.923

О ценностных ориентациях и перцептивных особенностях студентов современного вуза

Автор рассматривает систему ценностей современных студентов и ее взаимосвязь с особенностями восприятия молодежью окружающего глобального мира. Анализируются причины и специфика перцепции современного студента.

Ключевые слова: студент вуза, личностные ценности, социальные ценности, ценностные ориентации, перцепция.

Ценности как «идеальные цели» общества, направляют действия и руководят помыслами людей, а также служат эталоном для оценивания и сравнения действительного и желаемого. Ценности не одинаковы в разных социальных группах. Среди студентов ценностные ориентации – разные у обучающихся на разных направлениях подготовки [4]. Например, на студентов-лингвистов значительное влияние оказывает ценностная система народа-носителя иностранного языка [5]. Выделяются личностные и социальные ценности, которые принадлежат непосредственно личности или

определенной общности людей. Данные понятия непосредственно взаимосвязаны. Социальные ценности – это общественные идеалы, выработанные годами всем обществом, его сознанием, они принимаются индивидом в процессе социализации и объединяются в ценностные структуры личности, т.е. навязываются человеку как данность. В настоящее время во взаимодействии общества и личности выявляются существенные трансформации, при этом нарушается баланс во взаимодействии личности с обществом. Если баланс не будет восстановлен, человечество может столкнуться с непредсказуемыми последствиями.

Ценостные ориентации – продукт социализации индивидов, они необходимы для освоения общественно-политических, эстетических, нравственных идеалов и неотложных требований нормы [1]. В современном обществе молодежь все чаще выделяет материальное благополучие как наиболее значимую ценность. Духовные и нравственные ценности уходят на второй план. Основной целью для молодых людей становится зарабатывание денег любым доступным путем. Жизненным успехом уже управляют не знания, талант и трудолюбие, а деньги и предприимчивость. Превыше всего современная молодежь ставит карьеру и финансовую независимость [3]. Семья планируется уже после достижения первоочередных целей. Данная ситуация объясняется тем, что многие люди, и не только молодежь, концентрируют много внимания на материальном. Они обращают внимание на качество вещи при ее выборе, выявляя достоинства и недостатки предмета. Это – так называемая предметная наблюдательность. Важно заметить, что при наблюдении один человек выделит какие-то мелкие факты, точно охарактеризует предмет, но при этом не будет задумываться о его предназначении. Пропустив некоторые детали, они сразу перейдут к сути вопроса. Или, наоборот, кто-то идет от общего к частному. Многое зависит от цели, которую человек преследует, изучая тот или иной объект, на изучение которого будут влиять и перцептивные особенности конкретной личности. Разницу в восприятии можно найти в том, как некоторые беспристрастно относятся к предмету изучения. Как правило, они воспринимают объект точнее, в соответствии с реальностью. Существуют люди, которые непроизвольно вносят много личного в процесс восприятия. У таких людей страдает описание предметов и явлений, они бывают нередко красочными, но, как правило, неточными.

Качество восприятия влияет на то, как человек воспринимает мир в целом. Поэтому восприятие – важное свойство личности, которое нуждается в детальном изучении. Восприятие отличается у людей разного возраста. Как правило, у студентов восприятие более точное, ориентировано на запоминании основных фактов из потока информации и направлено на адаптацию увиденного для себя, т.е. человек сразу понимает, какое влияние это окажет именно на него.

Процесс восприятия начинается с узнавания, которое сформировалось за долгие годы. Если процесс узнавания определенного предмета или явления не срабатывает, человеку приходится заново изучать данный объект, чтобы получить новые сведения об изученном. Наиболее точно и полно узнавание происходит именно у молодежи, т.к. она быстрее запоминает и способна найти соответствие между вновь увиденным и уже известным.

Восприятие зависит от психологических особенностей личности, т.е. от направленности взглядов и убеждений, интересов и переживаний личности [2]. Воспринимает именно личность, а не органы чувств. Совершенно по-разному воспринимает окружающий мир человек в радостном настроении и тот же человек в мрачном расположении духа. Также по-разному воспринимают информацию и студенты, у которых меняется восприятие в зависимости от настроения, формы обучения, направления подготовки. То есть восприятие – это комплекс сложившихся установок и черт самой личности, что в совокупности дает определенную картину видения изучаемого объекта. В этом проявляется непосредственная взаимосвязь отдельной личности и специфики восприятия ею окружающего мира.

Библиографический список

1. Камбарова К. У. Ценностные ориентации – важнейший компонент структуры личности / К. У. Камбарова // Молодой ученый. – 2016. – № 11(115). – С. 1808-1810.
2. Мустафина Л. Ш. Взаимосвязь восприятия совести и ценностных ориентаций студентов / Л. Ш. Мустафина // Ярославский педагогический вестник. – 2019. – № 6(111). – С. 81-86.
3. Назарова Е. В. Взаимосвязь психологического восприятия студентами ценности денег и способов их заработка / Е. В. Назарова // Гуманитарные научные исследования. – 2015. – № 8(48). – С. 115-121.
4. Сигитова Л. И. Ценностные восприятия студентов при выборе программ обучения в магистратуре / Л. И. Сигитова // Современные научно-исследовательские технологии. – 2019. – № 6. – С. 202-206.
5. Федюковский А. А. Профессиональное филологическое образование как национальная идея / А. А. Федюковский // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 5-1. – С. 104.

M. Fedyukovskaya,
St. Petersburg, Russia

On value orientations and perceptual features of contemporary university students

The author considers the system of contemporary students' values and its relationship with the characteristics of young people's perception of the world around them. The reasons and specifics of contemporary students' perception are analyzed.

Keywords: university students, personal values, social values, value orientations, perception.

Е.Ю. Шемякина,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Г.В. Милованова, Н.М. Куляшова,

Национальный исследовательский Мордовский
государственный университет им. Н.П. Огарёва

kafivt@mail.ru

УДК 378

К вопросу о формировании образовательной самостоятельности студентов

В статье на основе проведенного эмпирического исследования рассматриваются условия и факторы повышения академической успеваемости студентов. Особое внимание уделяется пяти блокам умений самостоятельной работы, а также трем основным компонентам мотивации обучающихся. Даются практические психолого-педагогические рекомендации.

Ключевые слова: образовательная самостоятельность, академическая успеваемость, внешняя и внутренняя мотивация, самостоятельная работа.

Для современных профессионалов становится все более востребованной способность к самообразованию и саморазвитию. В связи с быстро меняющимися требованиями и социально-экономическими условиями аналитики спрогнозировали, что в ближайшие годы на рынке труда, в частности, будут меняться порядка трети наиболее востребованных компетенций. Соответственно, для сегодняшних студентов и выпускников вузов одним из самых необходимых «Soft Skills» станет готовность и способность самостоятельно получать знания из разнообразных источников, систематизировать и анализировать их, а также применять в быстро меняющихся условиях. Такой «Soft Skills» может быть определен как «образовательная самостоятельность», которая, прежде всего, предполагает развитость у студентов умений самостоятельной работы и личностной заинтересованности (мотивированности) в ней.

К. С. Лебедева считает, что образовательная самостоятельность обучающегося проявляется в инициативности и способности его личности, опираясь на собственное целеполагание и волю, и при этом продуктивно организовать свою учебную деятельность [1]. Одним из важнейших усло-

вий развития образовательной самостоятельности студента, по мнению авторов, является его вовлеченность в выполнение заданий самостоятельной работы [2].

В исследовании с целью анализа влияния на успеваемость студентов уровней сформированности самостоятельной работы и мотивации, приняли участие более 300 студентов 1-4 курсов бакалавриата и 1-2 курсов магистратуры Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва и Санкт-Петербургского государственного экономического университета. В качестве методов исследования применялись психодиагностическое тестирование, анкетирование и корреляционный анализ компьютерной программы «SPSS Statistics 26» [3].

Корреляционный анализ показал, что все умения самостоятельной работы (гностические, конструктивные, проектные, организационные и коммуникативные), определяемые в соответствии с теорией учебной деятельности Н. В. Кузьминой [4], имеют положительные взаимные корреляции друг с другом, а также с академической успеваемостью опрошенных студентов.

Сравнительный анализ сформированности умений самостоятельной работы в зависимости от успеваемости, показал, что студенты с высокой академической успеваемостью (от 4,6 до 5 баллов) имеют достаточно сформированные умения по всем пяти блокам, при этом, в отличие от студентов с худшими успеваемостью (от 3 до 4,1 баллов), выраженность этих умений сбалансирована. Обучающиеся же с наименьшими баллами академической успеваемости, имеют выраженный разброс уровней сформированности умений самостоятельной работы за счет низкого показателя по пятому, гностическому блоку умений.

На основании этих взаимосвязей можно утверждать, что все структурные компоненты самостоятельной образовательной деятельности имеют важное значение для эффективности и успешности обучения. Т. е. у обучающихся важно формировать следующие умения самостоятельной работы: 1) самостоятельно формулировать и ставить цели своей деятельности (проектировочный блок умений); 2) определять и реализовывать логику необходимых видов самостоятельной работы (блок конструктивных умений); 3) органично выстраивать свою деятельность для достижение ранее намеченных целей учебной деятельности (организационный блок); 4) выстраивать коммуникативные отношения при выполнении самостоятельной учебной работы (коммуникативный блок умений); 5) приобретать и усваивать знания, получаемые в процессе самостоятельной образовательной деятельности (гностический блок) [4].

В основе самостоятельной образовательной деятельности, как и любой деятельности, лежит мотивация, занимающая центральное место в

структуре личности. В исследовании изучалось три основных вида мотивации: «внутренняя», «внешняя положительная» и «внешняя отрицательная» мотивации [3].

Корреляционный анализ выявил, что внутренняя мотивация (ВМ) самостоятельной образовательной деятельности студентов тесно взаимосвязана со сформированностью всех пяти блоков умений самостоятельной работы. При этом особо выражена связь ВМ с гностическими и коммуникативными умениями. Внутренние мотивы деятельности вызревают из глубинных потребностей личности самого студента, и именно они мобилизуют его на учение ради получения удовольствия от самого процесса приобретения знаний, без необходимости внешнего стимулирования.

Внешняя положительная мотивация (ВПМ) студентов положительно взаимосвязана со всеми пятью блоками умений самостоятельной образовательной деятельности, что говорит о потребностях в достижении в социальной сфере (признание со стороны других, статус и пр.). Значение для студентов ВПМ так же важно, как и внутренняя мотивация.

Для академической успеваемости студентов важными факторами являются доминирование у них внутренней и внешней положительной мотивации, а также сформированность структуры умений самостоятельной образовательной деятельности. С этой целью преподаватель, действуя в соответствии с принципами личностно-ориентированного подхода, может: а) предоставлять студентам возможности для самостоятельной работы и исследований, требующих активного поиска информации, ее творческой переработки; стимулировать интерес к самообучению; б) целенаправленно и планомерно обучать самим технологиям и приемам самостоятельной работы; в) стимулировать развитие навыков самоорганизации и стратегического планирования; г) стимулировать развитие критического мышления (поощрять студентов анализировать и оценивать информацию, задавать вопросы и искать альтернативные решения; д) оказывать поддержку и давать конструктивную обратную связь студентам в их учебной деятельности, уделяя внимание их достижениям и позитивным аспектам.

Библиографический список

1. Лебедева К.С. Основные этапы становления образовательной самостоятельности бакалавров педагогического направления / К.С. Лебедева // Научно-педагогическое обозрение. – 2018. – № 2 (20). – С. 41-47.
2. Милованова Г.В., Куляшова Н.М., Шемякина Е.Ю. Анализ факторов вовлеченности студентов в учебную деятельность / Г. В. Милованова, Н.М. Куляшова, Е.Ю. Шемякина // Russian Journal of Education and Psychology. – 2022. – Том 13. – № 1- 3. С. 14-20.
3. Милованова Г. В. Сравнительный анализ мотивационных особенностей студентов на разных этапах обучения / Г. В. Милованова, Н.М. Куляшова, Е.Ю. Шемякина // Концепт. – 2022. – №. 6. – С. 46-57. DOI 10.24412/2304-120X-2022-11043.

4. Остапенко А.А. Теория педагогической системы Н.В. Кузьминой: история вопроса / А.А. Остапенко // Исследования гуманитарных систем. Вып. 1. Теория педагогической системы Н.В. Кузьминой: генезис и следствия / Под ред. В.П. Бедерхановой. – Краснодар: Парабеллум, 2013. 90 с. – С. 13 – 30.

E. Shemyakina,
St. Petersburg, Russia
G. Milovanova, N. Kulyashova,
Saransk, Russia

On the issue of the formation of students' educational independence

Based on the conducted empirical research, the article examines the conditions and factors for improving the academic performance of students. Special attention is paid to the five blocks of independent work skills, as well as the three main components of student motivation. Practical psychological and pedagogical recommendations are given.

Keywords: educational independence, academic performance, external and internal motivation, independent work.

РАЗДЕЛ III. КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ВЫЗОВЫ НАШЕГО ВРЕМЕНИ

К.В. Аксенов, В.Ю. Виноградова,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Imeni_kirova@mail.ru

УДК 659.4

Коммуникационное сопровождение арт-терапии непрофильными учреждениями

Данная статья нацелена на изучение продвижения арт-терапии не профильными медицинскими организациями, что было бы логично, исходя из самого понятия, а учреждениями культуры, кафе и другими. В работе рассмотрены примеры коммуникационного сопровождения мероприятий, а также влияние публикаций на бренд организаций.

Ключевые слова: цифровые коммуникации, арт-терапия, социальные медиа, брендинг

Забота о ментальном здоровье стала своего рода трендом последних нескольких лет. Исследование, проведенное в 2022 году онлайн школой «Психодемия», сервисом по подбору психологов Alter и ресурсом HeadHunter, показало, что количество сессий с психологами в 2022 году по сравнению с 2021 выросло на 62% [3]. Вследствие роста темпа жизни повысилась востребованность специалистов-психологов, что привело к расширению инструментов психологической помощи, одним из которых является арт-терапия – мероприятие, которое проводится как профильными медицинскими организациями, так, согласно нашим наблюдениям, и различными учреждениями культуры.

Арт-терапия – направление креативной терапии искусством, в ходе которой творческая активность клиента используется как фактор лечебно-профилактического воздействия [2]. Организация такого мероприятия не только центрами профессиональной психологической помощи или много-профильными медицинскими организациями, но и различными учреждениями культуры – например, музеями, библиотеками, даёт понять их целевой аудитории, что учреждение поддерживает стремление посетителей к заботе о ментальном здоровье, что может положительно повлиять на бренд организации в глазах аудитории.

Мы провели исследование, которое касается непосредственно арт-терапии в рамках психологической помощи, среди опрошенных 85 человек 57 женщин и 28 мужчин. Возраст большинства респондентов – от 21 до 30 лет (50,6%), 31,8% – возрастом от 15 до 20 лет, а также 17,6% от 31 до

50. Согласно результатам, более половины опрошенных знакомы с подобными мероприятиями, но лишь 24,7% принимали участие в арт-терапии. Подавляющее большинство респондентов (58,8%) считают, что арт-терапия полезна. Почти 80% опрошенных, ознакомившись с понятием арт-терапии, сочли, что такое мероприятие должны проводить центры психолого-технической помощи, 54% – любая медицинская организация, 43,5% – музеи с привлечением профессионалов в данной области. Также некоторые респонденты возрастом от 15 до 20 лет выделили учебные заведения в качестве потенциальных организаторов арт-терапии. Среди материалов об арт-терапии респонденты выделили информационные публикации, отзывы посетителей, а также Q&A публикации как самые интересные.

В данном исследовании мы обратились к примерам продвижения арт-терапии непрофильными организациями: учреждениями культуры, кафе, студиями творчества. Межрайонная централизованная библиотечная система им. М. Ю. Лермонтова проводила мероприятие несколько раз. Мы можем найти упоминания о мероприятии в официальной группе организации «ВКонтакте»: краткое упоминание арт-терапии появляется дважды в дайджестах мероприятий на неделю. Далее арт-терапия проводилась в рамках недели ментального здоровья – публикацию об этом также можно найти в официальной группе «ВКонтакте». Анонс арт-терапии в рамках фестиваля «Hugge по-Петербургски» можно найти на сайте организации: анонс сопровождается красочной фотографией рисующей девушки. Стоит отметить, что в публикациях библиотеки нет объяснения о пользе арт-терапии, хотя было бы уместно периодически напоминать своей аудитории об этом в силу того, что данный вид мероприятия является довольно необычным для подобного учреждения.

Другой пример – публикации студии творчества Art Round. Публикации об арт-терапии можно увидеть, как в официальной группе студии «ВКонтакте», а также на канале в Telegram. Публикации не дублируются: «ВКонтакте» мы видим полное описание направления арт-терапия в студии, публикации с красочными фотографиями с самого мероприятия, а также анонсы мероприятия в расписании. В Telegram также есть описание мероприятия, но в формате видео-рассказа. Также в данной социальной сети публикуются расписания сессий.

Мы нашли примеры продвижения подобных мероприятий в других городах России. Один из них – Молодежный образовательный центр Max Gorky в Благовещенске. У организации есть только официальная группа «ВКонтакте», где размещена вся необходимая для потенциальной аудитории информация. В образовательном центре проводятся два направления арт-терапии: кинотерапия и нейрографика. Каждый анонс арт-терапевтического мероприятия сопровождается краткой справкой о квалификации специалиста-ведущего.

Второй пример – тайм-кафе «Дружба» в Саратове. В тайм-кафе еженощельно проводят тематические сеансы арт-терапии. Анонсы мероприятия достаточно краткие, но сопровождаются красочными картинками и фотографиями, что может привлечь внимание аудитории. Очевидным минусом такого продвижения является отсутствие описания мероприятия, пользы арт-терапии. Канал тайм-кафе в Telegram дублирует все публикации из группы «ВКонтакте».

Несмотря на популярность проведения такого мероприятия, как арт-терапия, непрофильными организациями, коммуникационные технологии для его сопровождения не используются в полной мере: нет Q&A публикаций, сторителлинга, описания арт-терапии как таковой, но часть сообщений содержит информацию о регулярности проведения, а также сведения о стоимости и ссылки на регистрацию. Из четырех рассмотренных нами примеров лишь две организации используют факты о методе арт-терапии как о медицинском направлении. В действительности многие учреждения только недавно начали приходить к осознанию значимости брендинга и перенимать тот опыт, который был накоплен исследователями и практиками связей с общественностью в бизнесе [1]. Несмотря на то что арт-терапия является второстепенной деятельностью для таких организаций, не имеет значения, выступили ли сами учреждения инициаторами таких мероприятий или на них вышли с таким предложением в силу любых причин, коммуникационное продвижение остается зоной ответственности таких учреждений.

Библиографический список

1. Аксенов К.В. Брендинг современной библиотеки: новый путь, новая аудитория / К.В. Аксенов // Брендинг как коммуникационная технология XXI века: Материалы VIII Международной научно-практической конференции / под редакцией А.Д. Кривоносова. – СПб., 2022. – С. 11-14.
2. Копытин А.И. Современная клиническая арт-терапия: Учебное пособие / А.И. Копытин. – М.: Когито-Центр, 2015. – 659 с.
3. Психологов поднимают по тревоге / Коммерсант [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5748777> (дата обращения: 25.01.2024).

K. Aksenov, V. Vinogradova,
St. Petersburg, Russia

Communication support for art therapy by non-core organizations

This article is aimed at studying the promotion of art therapy not by specialized medical organizations, but by cultural institutions, cafes and others. Examples of communication support for the event is considered, as well as the impact of publications on the brand of organizations.

Keywords: digital communications, art-therapy, social media, branding.

Д.А. Багдасарян,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
bagdasaryan.di@gmail.com

УДК 659

Влияние цифровизации на социальную безопасность общества: факторы и стратегии управления

Статья посвящена исследованию факторов, влияющих на социальную безопасность общества в условиях цифровизации. Кроме того, изучены возможные стратегии управления данными факторами, в том числе, в области кибербезопасности, правового регулирования и образовательных программ.

Ключевые слова: социальная безопасность, искусственный интеллект, кибербезопасность.

В контексте быстрого развития цифровых технологий, а также в условиях постоянных изменений в социокультурной и политической обстановке [2], проблемы обеспечения социальной безопасности приобретают особую актуальность. Говоря о влиянии цифровых технологий на общество, в настоящее время, чаще всего имеют в виду опасения в отношении растущей конвергенции искусственного интеллекта (ИИ). Генеральный секретарь ООН А. Гутерриш на саммите «ИИ во благо» в 2023 г. подчеркнул, что нынешнее направление развития ИИ может повлечь за собой последствия для международного баланса сил, формирования экономической конкуренции, технологического лидерства, военного потенциала, геополитического воздействия и этического регулирования [1]. Поскольку развитие ИИ продолжается, его воздействие на эти сферы может оказаться настолько трансформационным, что потребуется внимательное рассмотрение и ответственное управление ИИ для максимизации его преимуществ и минимизации возможных рисков, связанных с социальной безопасностью.

В таблице сформулированы основные факторы, влияющие на социальную безопасность общества в условиях цифровизации (Табл. 1).

Таблица 1. Факторы, влияющие на социальную безопасность
в условиях цифровизации

Фактор	Описание фактора
Информационная безопасность	Хакерские атаки, вирусы и кибершпионаж могут представлять серьезную угрозу для личных данных, корпоративной и национальной безопасности.

Окончание табл. 1

Фактор	Описание фактора
Цифровое неравенство	Развитие цифровых технологий может усугубить разрыв между теми, кто имеет доступ к новым технологиям, и теми, кто этот доступ лишен. Это может создавать социальные и экономические неравенства, влияющие на безопасность общества.
Зашита личных данных	Расширение сбора и обработки данных может создавать угрозы для конфиденциальности личной информации. Неправомерное использование этих данных может привести к нарушению частной жизни граждан и повышению риска для их безопасности.
Киберпреступность	С развитием цифровых технологий увеличивается уровень киберпреступности, такой как мошенничество в сети, кибертерроризм, кибербуллинг.
Социальные сети	Социальные сети играют важную роль в формировании общественного мнения и распространении информации. Вмешательство в информационное пространство может повлиять на стабильность и безопасность общества.
Цифровая идентификация	Развитие систем цифровой идентификации влияет на вопросы безопасности и приватности, требуя баланса между удобством использования и защитой личных данных.
Образование и культура безопасности	Недостаток цифровой грамотности и культуры безопасности может сделать людей более уязвимыми перед цифровыми угрозами.

Также нами были рассмотрены меры, которые при использовании в комплексе могли бы помочь повысить уровень социальной безопасности. Комплексная стратегия может состоять из трех направлений, описанных в таблице ниже (Табл. 2).

Таблица 2. Меры повышения уровня социальной безопасности

Фактор	Описание фактора
Стратегии кибербезопасности	Разработка национальной стратегии кибербезопасности с участием правительства и частных секторов, создание центров для мониторинга и реагирования на угрозы, разработка стандартов и систем сертификации для обеспечения безопасности информационных систем и укрепление сотрудничества с международными организациями и странами для обмена информацией и совместного противодействия киберугрозам.

Окончание табл. 2

Фактор	Описание фактора
Правовое регулирование	Разработка и принятие законодательства, которое могло бы определять обязанности организаций и граждан в области кибербезопасности, а также регулировать вопросы правоприменения.
Образовательные программы	Включение вопросов кибербезопасности в образовательные программы, начиная с начальной школы, организация семинаров и курсов для сотрудников компаний и госслужащих, проведение информационных кампаний для повышения осведомленности граждан о киберугрозах и методах защиты, разработка доступных онлайн-ресурсов для самостоятельного изучения.

При комплексном походе, который будет включать в себя описанные технологические, правовые и образовательные меры, возможно достичь повышения уровня социальной безопасности в условиях стремительного развития цифровых технологий.

Библиографический список

1. Искусственный интеллект и международные отношения: социальные аспекты и влияние на международную безопасность [Электронный ресурс]. URL: <https://russiancouncil.ru/blogs/a-volkov/iskusstvennyy-intellekt-i-mezhdunarodnye-otnosheniya-sotsialnye-aspekt/> (дата обращения: февраль 2024).
2. Кривоносов А.Д. Цифровая эпоха: взаимовлияние технического прогресса и прогресса коммуникации / А.Д. Кривоносов, Т.Ю. Лебедева // Коммуникации в эпоху цифровых изменений: Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции, Париж – Санкт-Петербург, 16-20 ноября 2020 года / Под редакцией А.Д. Кривоносова. – Париж – Санкт-Петербург: L'Harmattan, СПбГЭУ, 2020. – С. 10-13.

D. Bagdasaryan,
St. Petersburg, Russia

The impact of digitization on social security in society: factors and management strategies

The article is dedicated to exploring the factors influencing societal social security in the context of digitization. Additionally, potential management strategies for these factors have been examined, including areas such as cybersecurity, legal regulation, and educational programs.

Keywords: social security, artificial intelligence, cybersecurity.

А.А. Бардашевич, С.А. Медведников

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
 clubmenagement@mail.ru

УДК 659

Эффективное использование коммуникационных технологий при подготовке специальных событий

В статье рассматривается роль коммуникативных технологий при подготовке специальных событий, а также представлены наиболее эффективные способы информирования целевой аудитории на сегодняшний день.

Ключевые слова: целевая аудитория, специальное мероприятие, имидж, интернет-рассылка, событийные коммуникации.

Специальные мероприятия – это вид коммуникаций, представляющий из себя планируемый комплекс действий, которые направлены на продвижение бренда и услуг компании во внутренней и внешней среде посредством событийной коммуникации. Через организацию специальных событий компания взаимодействует со своей целевой аудиторией, а также знакомит потенциальных клиентов с нововведениями компании и ее бренда, что позволяет сформировать благоприятный имидж, повысить узнаваемость компании и повысить продажи. Событийные коммуникации являются универсальным инструментом для бизнеса, представляя собой связующее звено между целевой аудиторией и продуктом/услугами компаний. Однако, данная стратегия не будет работать без тщательной подготовительной работы.

Во многих компаниях существует специальный отдел, который занимается планированием, организацией и проведением специальных мероприятий. Неотъемлемой частью работы ивент-менеджеров является заблаговременное информирование целевой аудитории о грядущем мероприятии, работа с базой данных. Без данной подготовительной работы по привлечению целевой аудитории мероприятие будет неэффективным и нерентабельным. Поэтому компания еще на этапе планирования определяет каналы коммуникации с целевой аудиторией для информирования о специальном событии.

На сегодняшний день наиболее эффективными способами информирования массовой аудитории являются: рекламные кампании, интернет-рассылки, создание сайта самого мероприятия (лэндинга) с формой для заполнения, а для точечного охвата персональные телефонные звонки (обзвон по базе клиентов и партнеров), оповещение через мессенджеры. Так, компания «Y Magazine», которая является крупнейшим СМИ в сфере яхтенной индустрии, прибегает к информированию своей целевой аудитории,

используя различные коммуникационные технологии. Компания ежегодно проводит выставки катеров и яхт под своей эгидой по всей России. На этапе планирования выставки компания проводит B2B коммуникацию для привлечения определенных дилеров яхт и катеров на выставку. Здесь используются приглашения через мессенджеры – WhatsApp, Telegram, Viber, что повышает шанс привлечь необходимого участника или спонсора выставки через личное обсуждение условий участия. Но коммуникации, проводимые через мессенджеры, имеют ряд ограничений (на доступность, конфиденциальность, количество символов), поэтому организаторы используют и прямые звонки для привлечения участника.

Компания обладает сформированной клиентской базой, которая пополняется после проведения каждой выставки. Это происходит благодаря специальной форме на сайте, где каждый гость может получить бесплатный билет на выставку, если заблаговременно зарегистрируется, заполнив форму. Через данную операцию организаторы выставки получают информацию о посетителе, а далее добавляют его в свою виртуальную базу контактов для дальнейших коммуникаций. Работа с B2C заключается в том, что компания “Y Magazine”, заранее сформировав базу участников начинает осуществлять коммуникацию через информационную рассылку посредством отправки писем по электронной почте. За 2–3 месяца до выставки отправляется конкретная информация с местом, датой и временем проведения мероприятия. Далее рассылка повторяется еще 5–6 раз с более точной информацией об участниках и спонсорах выставки. Также для коммуникации в B2C сегменте характерно использование такого инструмента информирования, как реклама. Компания распространяет ее в своих социальных сетях, таких как инстаграм (деятельность запрещенной организации Meta Platforms Inc).

На подготовительном этапе подготовки специальных мероприятий с каждым годом увеличивается важность digital-коммуникаций (создание лэндинга с формой обратной связи, интерактивные приглашения через мессенджеры), однако данные инструменты эффективно дополняет использование и традиционных технологий, могут также гарантировать положительный результат мероприятия.

**A. Bardashevich, S. Medvednikov,
St. Petersburg, Russia**

Effective use of communication technologies in the preparation of special events

The article considered the role of communication technologies in the preparation of special events and presents the most effective ways to inform the target audience in the modern era.

Keywords: target audience, special event, image, Internet mailing, event communications.

А.Ю. Бомбин,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Д.Д. Смирнов,

«TWOX design studio»,

Дубай, Объединенные Арабские Эмираты

andreybomnin96@gmail.com

УДК 659

Моушн-дизайн как часть цифровой айдентики бренда

В статье рассматриваются особенности использования моушн-дизайн и анимации в процессе управления брендом с целью повышения его капитализации и обеспечения устойчивости. Авторы анализируют эффект от использования технологий AR, VR и сложных 3D-технологий при создании рекламных кампаний и цифровой айдентики бренда.

Ключевые слова: цифровая айдентика, устойчивость, вовлеченность, смешанная реальность, видеоконтент, качественные исследования.

Внедрение моушн-дизайна и анимации в фирменном стиле различных брендов достигло рекордного уровня. Брендинговые проекты перешли из ряда обычного создания логотипа компании в более глубокое изучение ее индивидуальности. За последние несколько лет наблюдается ажиотаж вокруг видеороликов, клипов, reels и пр., которые создаются креаторами для различных медиаплатформ, что говорит о качественном переходе коммуникационных кампаний на новый уровень.

С точки зрения построения цифровой айдентики брендов, сегодня есть два взгляда на высокую степень популярности моушн-дизайна и его использование в брендинге. К первой точке зрения относится мнение о том, что анимация и моушн в рекламе способны донести до пользователя не только сообщение, но и рассказать об идентичности бренда. Так, reels, созданный агентством «TWOX» для бренда «Precise» с использованием визуальных эффектов, а также с тяжелым 3D софтом обратил внимание различных целевых групп общественности в большей степени и показал по результатам кампании вовлеченность в 164, 9 тыс. просмотров, что на 457,1% (135,3 тыс.) больше, чем охват по просмотрам за предыдущие три ролика в общей совокупности [2]. Ко второй – то, что основными точками соприкосновения бренда с целевой аудиторией является видеоконтент, который может быть расположен как в социальных сетях, так и на традиционных рекламных носителях формата

«Out of Home (OOH)». Потому как OOH-реклама также имеет все возможности для использования и демонстрации анимированного контента, что делает ее более привлекательной. Этот факт подтверждается использованием в рекламе данного формата технологий дополненной и виртуальной реальности, что оказывает положительное воздействие на формирование лояльности потребителей к бренду, а также на конверсию [1, с.11]. Так, использование технологии виртуальной реальности (VR) повышает узнаваемость бренда и оказывает непосредственное влияние на более позитивное отношение [4, с.167]. Наравне с VR активно в деятельности различных компаний и агентств применяются технологии дополненной реальности (AR), которые по своему функционалу не уступают, с точки зрения механики работы и вовлечения потребителей, технологиям виртуальной и смешанной реальности. Под вовлечением пользователей подразумевается переменная, оказывающая воздействие на степень удовлетворенности пользователей / потребителей, а также их лояльность, пожизненную ценность, продажи и прибыль бренда [3]. Однако степень влияния AR на показатели вовлеченности может зависеть от конкретного контента, контекста и отрасли, в которой применяется технология. В этой связи целесообразным будет рассмотреть систему 4С (от англ. «4C»: *content, context, computing device, consumer*), в которой отражаются связи вовлеченности пользователей с помощью технологий AR и их корреляция с целями компании (рисунок 1).

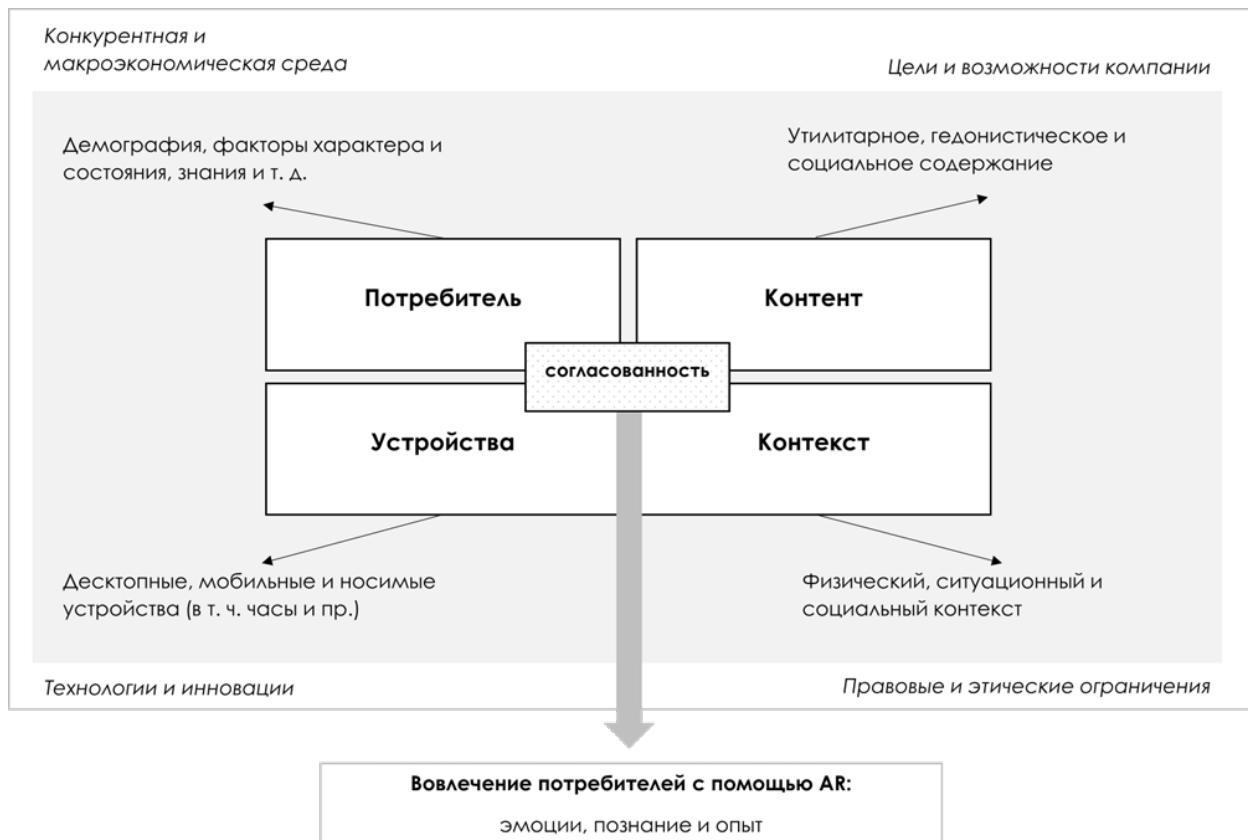


Рисунок 1 – Система взаимодействия AR по модели 4С [3]

Система 4С позволяет концентрировать особое внимание на изучении и оценке взаимодействия каждой из представленных категорий как по отдельности, так и в сгруппированном формате. Наибольшее вовлечение происходит при взаимодействии нескольких объектов системы, которые могут привести к повышению показателя вовлеченности пользователей за счет комбинирования компонентов системы 4С. Ключевой идеей анализируемой концепции является исключение сосредоточения на каком-либо одном элементе 4С, по причине того, что они должны работать непосредственно вместе, как единый системный механизм, управляя технологиями AR, являющимися частью моушн-дизайна. Главная отличительная особенность системы – возможность определения соответствующих переменных для основных категорий в процессе проведения качественных исследований. Сегодня у потребителей возрастаёт потребность в получении качественного контента: от формата до качественного «живого» изображения, что формирует новые подходы к производству рекламы и айдентики бренда в цифровой среде, потому как основные точки соприкосновения компании и ЦА происходит все же в онлайн-среде, согласно исследованию Gartner [5]. Весомыми причинами использования продающего видеоформата и его производных являются: повышение уровня вовлеченности, увеличение показателя узнаваемости бренда, упрощенная модель коммуникации.

Моушн-дизайн на современном этапе развития рекламы и PR стал частью цифрового брендинга, благодаря которому бренд-менеджеры могут повышать качество взаимодействия с пользователями, формировать более интерактивный и привлекательный контент.

Библиографический список

1. Ning J. Application of 3D Dynamic Design in Brand Image Design Under the Background of New Media / J. Ning // Proceedings of the 2nd International Conference on Art Design and Digital Technology, ADDT 2023, September 15-17, 2023, Xi'an, China. – 2024. P. 7-11.
2. PRECISE. Social media content for clothing brand // TWOX. [Digital resource]. URL: <https://twox.studio/case/presice> (Date of approach: 01.02.2024).
3. Rauschnabel P.A., Felix R., Heller J., & Hirsch, C. The 4C framework: Towards a holistic understanding of consumer engagement with augmented reality. Computers in Human Behavior. 2024;154, Article 108105. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108105>.
4. Shilina M.G. VR-mediated storytelling of experience in destination branding: hybrid 4D transformations / M.G. Shilina, M. Sokhn, Ju. Wirth // RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism. – 2023. – Vol. 28, No. 1. – P. 165-174.
5. The Future of Marketing: 5 Trends and Predictions for 2024 and beyond // Gartner. [Digital resource]. URL: <https://www.gartner.com/en/marketing/topics/top-trends-and-predictions-for-the-future-of-marketing> (date of approach: 02.02.2024).

A. Bombin,
 St. Petersburg, Russia
D. Smirnov,
 Dubai, United Arab Emirates

Brand digital identity through motion design

The article discusses the peculiarities of using motion design and animation in the process of brand management in order to increase its capitalisation and ensure sustainability. The authors analyse the effect of using AR, VR and complex 3D technologies in the creation of advertising campaigns and digital brand identity.

Keywords: digital identity, sustainability, engagement, mixed reality, video content, qualitative research.

И.Ю. Вострикова,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
 fmip.congress@mail.ru

УДК 81.42

659.4

Концепт «толерантность» в современном медиадискурсе

В статье рассматриваются проявления концепта «толерантность» в современном медиадискурсе и последствия этого явления.

Ключевые слова: медиадискурс, концепт, толерантность.

Толерантность – один из ключевых принципов современного общества, связанный с такими ценностями как демократия, свобода и права человека. В последние годы наблюдается доминирование концепции толерантности в современном цифровом медиадискурсе, причем не только в его политическом направлении, но и иных предметных областях – спортивной, культурно-социальной, образовательной и пр. Цифровизованная лексика толерантности превратилась в мощное идеологическое оружие, что наиболее ярко проявляется в англоязычной медиакоммуникации.

Под медиадискурсом мы будем понимать «функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [2, с. 45]. Концептом вслед за многими исследователями назовем комплексной структурой, охватывающей все наполнение понятия и то, что делает его фактом культуры (этимология, история, эмотивность, ассоциации, оценка и пр.). Структура концепта состоит из ядра и периферии (или интерпретационного поля) и может включать и другие концепты.

В ядро концепта «толерантность» входят такие единицы, как «терпение», «терпимость», «переносимость», «сдержанность», «понимание», «уважение». Медиадискурс характеризуется широчайшими интердискурсными связями, поэтому данный концепт актуализируется в самых разных областях – политической, экономической, социальной, психологической и проч. Термин «толерантность» (от лат. Tolerantia – терпение) в своем базовом значении идет из медицины и фармакологии, т.е. «привыкание вплоть до полной нечувствительности к тому или иному препарату...». Энциклопедия социологии отмечает, что толерантность «выражается в стремлении проанализировать возможные пути избегания межличностного конфликта за счет поиска конструктивного компромисса и адекватного распределения ответственности за последствия каких-то совместных действий уже на этапе их планирования в сфере межнациональных, межконфессиональных, межпартийных взаимоотношений...». Рассмотрим некоторые заголовки англоязычных изданий, где концепт «толерантность» актуализируется в экономическом, политическом и медийном дискурсах:

New AGF vows zero tolerance for corruption (Punchng.com, 23.05.2023).

NCCE condemns attack on UTV, calls for media freedom and political tolerance (Graphic.com.gh, 10.10.2023).

‘We can’t quote zero tolerance then take no action’: societies unite against ‘abusive’ social media posts (Horseandhound.co.uk, 25.09.2023).

В ближнюю периферию концепта входит наиболее популярная, растиражированная трактовка толерантности (особенно, в современном медиадискурсе): терпимость и снисхождение к людям с какой-либо иной, отличающейся характеристикой (инвалиды, другая раса, национальность, религия и пр.), а также «бесконфликтность», «компромисс». Здесь к медиадискурсу активно подключаются политический, социальный, экономический и прочие дискурсы, причем именно на этом стыке актуализация концепта сопровождается повышенной эмотивностью.

Дальняя периферия концепта охватывает значительные, фундаментальные понятия, синонимизируя данный концепт с концептами «демократия», «свобода», «мир» и т.п. Данная периферия получает наиболее широкое распространение, приближая медиадискурс к пропагандистской функции, преимущественно в совокупности с социально-политическим дискурсом.

Подобная структура концепта «толерантность» и его актуализация в медиадискурсе в полной мере отражает и процесс развития представления о толерантности в обществе [1, с.10]. Первая стадия включает необходимость понимания обществом сущности явления, причин и целей ее появления. Вторая – необходимость осознания обществом, к чему нужно относиться толерантно. Завершающей стадией является ассоциирование толерантности с ключевыми ценностями современного общества – демократией и миром. Продолжая идеологическую цепочку, дилемма «толерантный – нетолерантный» становится равной «свой – чужой», «правильный – неправильный» и даже «добро – зло».

В текстовом плане идеология толерантности актуализируется, прежде всего, в виде так называемого языка политической корректности, который возникает в США в 70-х годах, требуя убрать из употребления языковые единицы, задевающие чувства и достоинство определенных представителей общества, обычно меньшинств. В практическом плане в большинстве случаев для данной лексики находят соответствующие нейтральные или положительные эвфемизмы. Разделяют несколько тематических полей, в которых наиболее ярко проявляются элементы языка политической корректности: пол (движение феминизма обусловило языковое выражение равенства между мужчинами и женщинами, например, Chairman / Chairwoman и др.); раса (слово «негр» стало табу в США); национальность (чукчей нельзя назвать чукчами, а только инуитами); здоровье (особое отношение к инвалидам породило эвфемизмы, обозначающие умственно и физически ослабленных людей); благосостояние (трущебы – жилье, не отвечающее стандартам, нищие – находящиеся за чертой бедности). Язык политкорректности породил множество уже ставших штампами лексических единиц в разных областях человеческой деятельности как религия, политика, национальная культура, сексуальная ориентация и пр.

Опасной тенденцией сегодня становится то, что толерантность понимается не в своем ядерном значении, а как нивелировка мнений, неспособность содержательно и четко отстаивать правоту своей точки зрения, социальный конформизм. Реализация концепта «толерантность» в рамках медиадискурса позволяет донести до масштабных разноформатных аудиторий именно значение дальней периферии, легко актуализируемое в условиях коммуникаций постправды и фейков.

Библиографический список

1. Аболин Б.И. Концепт «толерантность» в конгнитивно-дискурсивном аспекте / Б.И. Аболин: Автореф. дис. канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2009. – 10 с.
2. Добросклонская Т.Г. Массмедиийный дискурс в системе медиалингвистики / Т.Г. Добросклонская // Медиалингвистика. Типология медиаречи – № 1(6). – СПб: Издательство СПбГУ, 2015. – С. 45 – 57.
3. Круглова Н.В. Этапы становления толерантности как социокультурной нормы / Н.В. Круглова // Мир науки, культуры, образования. – №4 (29). Горно-Алтайск, 2011. – С. 109–112.

**I. Vostrikova,
St. Petersburg, Russia**

The concept “tolerance” in modern media discourse

The article regards the ways the concept of tolerance transforms in modern media discourse and the consequences of such transformations.

Keywords: media discourse, concept, tolerance.

А.В. Ефимов
Ростов-на-Дону, Россия
efimovav@mail.ru

УДК 81'42

Лингвоюридический анализ рекламы медицинских препаратов

В данной статье анализируются языковые средства, используемые в коммерческой рекламе медицинских препаратов в российских средствах массовой информации. На примерах будут рассмотрены разнообразные манипулятивные приёмы и языковые средства, используемые маркетологами в рекламе медицинских препаратов.

Ключевые слова: Лингвистика, юриспруденция, анализ, коммерческая реклама, медицинские препараты.

Реклама медикаментов является спорным вопросом, вызывающим огромный интерес. Дискуссия о допустимости рекламы медицинских препаратов в средствах массовой информации и влиянии подобной рекламы на массового потребителя давно идёт в обществе. Одни исследователи считают рекламу медикаментов в СМИ абсолютно недопустимой и настаивают на её полном запрете, другие указывают на необходимость ее строгого регулирования, но не считают нужным полностью запрещать рекламу лекарств в СМИ. Коммерческая реклама медицинских препаратов регулируется статьёй 24 ФЗ "О рекламе" от 13.03.2006 № 38-ФЗ и косвенно статьёй 67 ФЗ "Об обращении лекарственных средств" от 12.04.2010 № 61-ФЗ.

Реклама достигает своей первоочередной цели лишь в том случае, если при составлении рекламного текста учитываются особенности человеческой психики. Рекламный дискурс является средством социального регулирования и воздействия на различные социальные группы. Изучая современную рекламу лекарственных средств, нам следует обратить внимание на то, что коммерческие рекламные тексты содержат не только информацию о рекламируемом товаре, но также демонстрируют приятные последствия приобретения медицинских средств, которые потребитель получит после приобретения данного товара. Помимо перечисления положительных качеств рекламируемого товара, маркетологи закладывают в рекламу информацию о различных человеческих ценностях, не имеющих ничего общего с препаратом. Коммерческая реклама медицинских препаратов зачастую апеллирует не к разумным фактам и объективным преимуществам препарата, а к эмоциям. Хотя метод эмоционального воздействия не является рациональным, однако осуществляющее воздействие на потенциального потребителя нельзя недооценить.

Коммерческая реклама является особым средством коммуникации, в котором с помощью эксплицитных и имплицитных языковых средств осуществляется передача рекламного сообщения от адресанта к адресату. Нередко, используя в основном имплицитные языковые средства, адресант стремится повлиять на установки адресата, побудив его купить определённое лекарственное средство. Для достижения главной цели рекламы адресант часто прибегает к различным манипулятивным методам воздействия на адресата, пробуждая в нём базовые потребности. В рекламе медицинских препаратов преобладают преимущественно простые предложения, что создаёт особую динамику и экспрессивность, вынуждающие слушателя быстро воспринимать информацию и не задумываться над ней, часто встречаются восклицательные предложения, придающие тексту особую эмоциональность и играющие роль своеобразных призывов к действию.

Однако при этом в рекламе медицинских препаратов, несмотря на простую конструкцию самих предложений, активно используются медицинские термины. Значение таких терминов известно далеко не каждому рядовому потребителю, однако сложные термины создают в глазах покупателя иллюзию высокой эффективности медицинских препаратов. Подобный приём позволяет умолчать часть информации. Наиболее типичными для любой коммерческой рекламы, включая рекламу медицинских препаратов, языковыми средствами выразительности являются аллегория, гипербола, метафора, олицетворение, сравнение, эпитет, анафора, антитеза, аллюзия. Образные средства языка оживляют, актуализируют рекламный текст.

Одним из самых распространённых языковых приёмов в рекламе медицинских препаратов является «сужение выбора». Данный приём часто можно встретить на отечественном телевидении, на которое приходится основная доля всей рекламы медикаментов. Суть этого приёма можно описать простой формулой: «Если происходит событие А, то необходимо средство Б, а если не применено средство Б, то непременно произойдёт нечто ужасное». Прекрасный пример – реклама сиропа от кашля Амбробене: «За кашлем с мокротой могут последовать осложнения. Чтобы кашель не уложил надолго – Амбробене. Он способствует разжижению и выведению мокроты из лёгких. Амбробене. Не усложняйте кашель». В этих словах можно услышать явное введение в заблуждение: далеко не всегда кашель может привести к определённым осложнениям и тем более далеко не всегда кашель требуется лечить с помощью медицинских препаратов. Однако данная реклама пытается нам чётко донести простую, но коварную мысль «не усложняйте кашель, если не хотите неприятных последствий (и заодно купите наш сироп от кашля)».

Ещё одним языковым приёмом в рекламе медицинских препаратов является «обобщение». Во многом эта уловка перекликается с предыдущим

приёмом, однако строится по намного более коварному принципу, приравнивая частные случаи к общим. Примером подобной рекламы может служить реклама геля Лиотон. «Боль и тяжесть в ногах могут быть признаками заболевания вен. Используйте Лиотон. Позаботьтесь о том, чем вы дорожите. Лиотон – для здоровья и красоты Ваших ног!». Однако боль и тяжесть в ногах может быть вызвана не только заболеванием вен, но также комплексом других причин. Само утверждение, которое можно услышать в самом начале рекламного ролика, является ничем иным как целенаправленным введением в заблуждение потенциального покупателя. До потенциального покупателя доносится мысль о том, что боль в ногах связана с болезнью вен.

Ещё одним способом привлечь внимание потенциального покупателя является использование в рекламе фонетических средств: созвучий и рифм. Созвучия и рифмы – один из наиболее эффективных и распространённых способов облегчить восприятие и запоминание рекламного текста потенциальным потребителем. В итоге потребитель, выбирая медицинский препарат в аптеке или на маркетплейсах, может неосознанно выбрать тот самый препарат, в рекламе которого использовалась созвучие или рифма. Ярким примером рекламы медицинских препаратов, в которой использовалась рифма, можно назвать рекламу спрея Тантум Верде Форте с участием Тимати, поющего про данный препарат. Впрочем, в данной рекламе рифма, заложенная в песне, является лишь дополнительным способом манипуляции, так как основным фактором привлечения потребителя является эксплуатация образа селебрити – само участие Тимати уже является формой манипуляции.

Это лишь немногие примеры рекламы медицинских препаратов. В рекламе можно встретить и многие другие языковые средства, однако частота использования манипулятивных методов в этой рекламе заставляет задуматься о необходимости если не полностью запретить рекламу, то хотя бы несколько ограничить её, ужесточив федеральный закон «О рекламе». Несмотря на всю строгость закона, реклама медицинских препаратов имеет в своём распоряжении множество эффективных языковых средств для манипулирования потенциальным покупателем. Основная проблема заключается не столько в самом законодательстве, сколько в надлежащем его исполнении всеми участниками дискурса в сфере рекламы медицинских препаратов.

Библиографический список

1. Имаева А.Э. Реклама лекарственных препаратов на телеканалах, ориентированных на детей и подростков в Российской Федерации: так ли все безобидно или надо что-то менять? / А.Э. Имаева, Ю.А. Баланова, А.В. Концевая, А.В. Капустина // Кардиоваскулярная терапия и профилактика. – 2020. – С.78-84.
2. Минлибаева Э.Р. Особенности манипулятивной стратегии в рекламе безрецептурных медицинских препаратов / Э.Р. Минлибаева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2019. – №10 (432). – С.104-110.

3. Михайленко Н.Н. Методы психологического воздействия рекламы на потребителя / Н.Н. Михайленко // Практический маркетинг. – 2023. – № 6 (312). – С.38-41

4. Симакова Е.В. Проблемы правового регулирования рекламной деятельности в Российской Федерации / Е.В. Симакова // Вестник науки. – 2023. – №7 (64). – С.151-161.

A. Efimov,
Rostov-on-Don, Russia

Linguistic and legal analysis of advertising of medical products

This article analyzes the linguistic means used in commercial advertising of medical products in the Russian mass media. Using examples, various manipulative techniques and language tools used by marketers in advertising medical products will be considered.

Keywords: Linguistics, law, analysis, commercial advertising, medicines.

Е.Е. Корнилова, П.К. Крючкова,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
qqq50@mail.ru

УДК 659

Крупный бизнес: особенности коммуникационного сопровождения

В статье анализируется специфика коммуникационного сопровождения деятельности крупного бизнеса в сфере дорожного хозяйства. Подлежат рассмотрению не только теоретические вопросы взаимодействия субъекта с целевыми группами общественности, но и практические – использование конкретных инструментов и коммуникационных технологий.

Ключевые слова: коммуникационное сопровождение, коммуникационные технологии, дорожное хозяйство/предприятие, коммуникационные инструменты.

Малый, средний и крупный бизнес обладают существенными отличиями в части коммуникационного сопровождения. Большие организации в силу своего масштаба, сложности структуры, уровня влияния на экономику страны и развитие социальной сферы обладают рядом особенностей. Конкурентоспособность дорожных хозяйств и/или предприятий, относящихся к крупному бизнесу, определяется в том числе технологиями и инструментами, применяемыми в процессе коммуникативного сопровождения [2]. В силу недостаточного изучения инструментов PR-деятельности в этой отрасли проблема представляется актуальной.

Первоочередное значение в данном вопросе имеют мировые тенденции: возможность удаленного доступа к информации из любой точки; отвечающий требованиям пользователя интерфейс ресурсов; многообразие форм предоставления информации; таргетинг контента; использование призыва к действию (*call to action*); выстраивание долгосрочных доверительных отношений клиента с брендом, осуществление прямого контакта с аудиторией и т.д.

Крупный бизнес в отрасли дорожного хозяйства использует в коммуникационной политике ряд особых инструментов и технологий. Крупным компаниям важно формировать имидж с учетом долгосрочной перспективы, поэтому коммуникационное сопровождение продуктов и услуг больших компаний основывается на следующих задачах: формирование позитивного имиджа бренда, разработка долгосрочной стратегии развития, работа с потенциальными репутационными рисками, удержание существующих позиций на рынке и в то же время рассмотрение новых сегментов. В отличие от предприятий малого и среднего бизнеса, у крупных компаний есть ресурсы для формирования маркетинговых отделов и пресс-служб; они имеют возможность реализовывать дорогостоящие специальные мероприятия, работать с диджитал-маркетингом и использовать другие инструменты продвижения и информационного сопровождения в комплексе.

Чтобы увеличить аудиторию и, соответственно, прибыль, компаниям нужно «уделять внимание публикации достоверных данных о своей деятельности и поддерживать связь с потребителями» [1: 142]. Этот тезис полностью верен для описания коммуникационной деятельности Федерального дорожного агентства (Росавтодор), которое является ключевым участником рынка дорожно-транспортных услуг России. Пример компании-представителя крупного бизнеса в отрасли дорожного хозяйства демонстрирует, как организация старательно и планомерно ведёт информационную политику: на постоянной основе информирует целевые группы посредством ежедневного освещения новостей. Темами для материалов пресс-центра компании становятся выступления, доклады, интервью со-трудников, анонсы мероприятий и т.д. Анализ коммуникационной деятельности компании позволяет отметить активное функционирование пресс-центра, что также относится и к другим лидерам рассматриваемого рынка: АО «ДСК «АВТОБАН» и СПб ГБУ «Мостотрест».

На примере упомянутых компаний дорожного хозяйства отчётливо виден тренд на активное взаимодействие с аудиторией посредством социальных сетей и SMM, где они активно делятся новостями об обучении, которые прошли сотрудники, об участии в значимых отраслевых событиях, используют в качестве иллюстраций фотографии, видео, карты и инфограф-

фику, призывают пользователей к прямой коммуникации (обсуждению актуальных тем в комментариях). Обязательным элементом коммуникационной деятельности рассматриваемых компаний стало ведение рубрики «СМИ о нас». Крупный бизнес упоминается в СМИ регионального, федерального и мирового масштаба, в связи с чем компании в обязательном порядке используют инструменты медиарилейшнз. Активная деятельность PR-служб по выстраиванию партнерских взаимоотношений со СМИ позволяет моделировать имидж стабильной и успешной компании, поддерживать репутацию организации и ее первых лиц, бренд организации для стейкхолдеров. Для каждого из направлений (B2B, B2C, B2G) требуются отдельные информационные материалы: для государственных органов – финансовая и аналитическая отчетность, для акционеров и спонсоров – ESG-отчётность, для сотрудников и клиентов, в том числе потенциальных, – публикации в социальных сетях.

Компании используют професионализмы, понимая, что пользователи без труда поймут текст, содержащий специализированную лексику. Также крупный бизнес в отрасли дорожного хозяйства часто прибегает к использованию карт для наглядности информации, что нехарактерно для бизнеса в других сферах.

Крупные предприятия в сфере дорожного хозяйства обладают рядом особенностей коммуникационного сопровождения, в их коммуникационной деятельности находят отражение мировые тенденции. Это обусловлено спецификой предприятий и аудитории, содержанием месседжей, а также в форме их представления, широтой круга стейкхолдеров, влиянием в информационном пространстве.

Библиографический список

1. Воронкова Д.И. Особенности формирования бренда компании / Д.И. Воронкова // Скиф. – СПб., 2021. – №12 (64). – С. 141-146.
2. Кривоносов А.Д. Феноменология "отраслевых" PR / А.Д. Кривоносов // Российская школа связей с общественностью. – 2016. – № 8. – С. 78-87.

**E. Kornilova, P Kryuchkova,
St. Petersburg, Russia**

Big business: features of communication support

The article analyzes the specifics of communication support for the activities of large businesses in the field of road management. Not only theoretical issues of the subject's interaction with target groups of the public are to be considered, but also practical ones – the use of specific tools and communication technologies.

Keywords: communication support, communication technologies, road management/enterprise, communication tools.

А.Д. Кривоносов, В.П. Полев,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
krivonosov.a@unecon.ru

УДК 659

Коммуникационное продвижение компаний сферы недвижимости в Интернете

В статье анализируются современные инструменты коммуникационного продвижения в сфере недвижимости через Интернет. Выявляется их эффективность и предлагаются рекомендации для оптимизации этого процесса.

Ключевые слова: коммуникационное продвижение, сфера недвижимости, digital-инструменты.

Современная динамика рынка недвижимости существенно изменяется под влиянием технологических инноваций и широкого использования интернет-ресурсов. Коммуникационное продвижение в сфере недвижимости через Интернет – главное условие эффективного роста бизнеса в данной отрасли. Постоянный рост числа пользователей Интернета, онлайн-пользователей, субъектов рекламной коммуникации, т.е. застройщиков, риелторов и агентств, оказывающих риэлторские услуги, застройщиков и других участников рынка заставляет их столкнуться с необходимостью взаимодействовать, а самое главное – эффективно взаимодействовать с потребителями в online-пространстве.

В сфере недвижимости эффективность рекламной коммуникации зависит от множества факторов, например, географии объектов, типа недвижимости, состояния рынка и экономики в целом. Застройщики все чаще сами осуществляют продажу своей продукции, в то время как агентства недвижимости предлагают широкий спектр услуг, что выделяет их в данной области. Отличительными особенностями рынка недвижимости являются высокая стоимость товаров, их взаимозаменяемость и низкая доступность информации.

В структуре коммуникаций современного рынка недвижимости наблюдается восходящий тренд в сторону преобладания online-коммуникаций, что обусловлено как технологическим процессом и сдвигом в online-среду, так и изменением предпочтений потребителей, которые в силу своего удобства все чаще обращаются к интернет-ресурсам при выборе и продаже недвижимости [1]. Интернет стал не просто информационным ресурсом, но и мощным инструментом рекламы в данной сфере. Продвижение товаров и услуг в сфере недвижимости – это стратегически важный процесс

для компаний, который состоит из планирования и осуществления стимулирования аудитории потребителей. Суть процесса продвижения заключается в информировании целевой аудитории о деятельности компании, ее ценностях, товарах и услугах, используя рекламные инструменты в Интернете [3].

Современные тенденции в области коммуникаций в недвижимости указывают на увеличение объемов рекламы в интернете, активное использование SEO-оптимизации для поискового продвижения сайтов агентств и застройщиков, классифайдов в сфере недвижимости, личных блогов и т.п., а также контекстной рекламы. Интернет-коммуникации меняют поведение потребителей, упрощая доступ к информации и ускоряя ее обмен. SEO-оптимизация становится гарантией того, что потенциальные клиенты посещают именно сайт агентства, в то время как контекстная реклама привлекает пользователей не только из поисковых систем, но и с других сайтов.

В контексте небольших бюджетов для рекламы на рынке недвижимости выбор между поисковой и тематической контекстной рекламой становится стратегическим решением. В случае ограниченного бюджета тематическая контекстная реклама может оказаться более эффективной, поскольку поисковая контекстная реклама может столкнуться с высокой конкуренцией, что скажется колossalным ростом стоимости за клик из-за перегретости рынка и избытка предложения на рынке от крупных игроков с большими бюджетами. Тематическая контекстная реклама предоставляет возможность использовать форматы видео и баннеры, и размещаться на различных площадках, посвященных недвижимости, например, новостные и развлекательные сайты, а также специализированные площадки, посвященные рынку недвижимости, позволяя отстраиваться от конкурентов. Однако поисковая контекстная реклама, несмотря на возможно более высокую стоимость, может быть более эффективной, поскольку привлекает более качественную целевую аудиторию, совершающую релевантные поисковые запросы, которая готова к конкретным действиям, таким как связь с риэлтерским агентством или просмотр объектов.

Важным инструментом в структуре рекламной online-коммуникации на рынке недвижимости является ретаргетинг. Инструмент направлен на воздействие на подсознание потенциального потребителя, удержание его внимания и возвращение на сайт агентства, позволяет показывать рекламу пользователям, уже посещавшим сайт или проявившим интерес к рекламируемым объектам, увеличивая вероятность возвращения пользователя на сайт и совершения целевых действий. Ретаргетинг требует внимательного подхода к его объему и степени повторяемости для одного клиента, избегая излишней назойливости, не раздражая его бесконечными повторами на различных сайтах, а мягко и плодотворно воздействуя на подсознание и желание вернуться к объекту рекламы.

Еще одним эффективным online-инструментом является e-mail маркетинг. Этот процесс представляет собой постоянное взаимодействие с новыми и существующими клиентами через электронную почту, используя существующие базы данных. E-mail маркетинг способствует PR-целям, формируя экспертный имидж компании в отрасли. Аудитория e-mail маркетинга на рынке недвижимости разделяется на частных клиентов, профессиональное сообщество риелторов и юридических лиц. Рассылки различного вида материалов адаптируются под каждый сегмент аудитории с учетом их интересов и потребностей. Например, рассылки для частных клиентов проводятся с определенной периодичностью и направлены на сохранение клиентов для будущего сотрудничества. Для профессионального сообщества риелторов и юридических лиц создаются материалы, содержащие анализ ситуации на рынке недвижимости, тенденции и другую информацию, релевантную для данных сегментов [2].

Одним из ключевых выводов является то, что инструменты рекламных online-коммуникаций, рассмотренные выше, являются важными и эффективными для сферы недвижимости. Они не только привлекают новых потребителей, но и способствуют удержанию текущей аудитории, а также расширению целевой аудитории в целом. В условиях постоянно меняющегося рынка и требований потребителей эффективное использование данных инструментов становится ключевым фактором успеха для риэлтерских агентств.

Библиографический список

1. Кривоносов А.Д., Лебедева Т.Ю. Цифровая эпоха: взаимовлияние технического прогресса и прогресса коммуникаций / А.Д. Кривоносов, Т.Ю. Лебедева // Коммуникации в эпоху цифровых изменений: Сб. материалов IV Международной научно-практической конференции, 16–20 ноября 2020 года / Под редакцией А.Д. Кривоносова. – Париж – Санкт-Петербург: L'Harmattan, СПбГЭУ, 2020. – С. 10-13.
2. Кот Д.Г. E-mail маркетинг. Исчерпывающее руководство / Д. Кот // Манн, Иванов и Фербер. – СПб.: Питер, 2015. – 176 с.
3. Лавриненко Я.Б. Разработка механизма повышения эффективности продвижения товаров и услуг на рынке недвижимости посредством сети интернет / Я.Б. Лавриненко. – Воронеж.: ВГУ, 2012. – 141 с.

**Krivenosov, V. Polev,
St. Petersburg, Russia**

Communication promotion in the field of real estate on the Internet

The article analyzes modern tools for communication promotion in real estate with opportunities of the Internet. Their effectiveness is determined and recommendations are offered to optimize this process.

Keywords: communication promotion, real estate, digital tools.

Е.В. Кривцова, Ю.А. Пятак,
Кемеровский государственный университет
.krivtsova.e@gmail.com

УДК 659

PR-кампания как инструмент продвижения образовательных услуг

В статье указывается важность комплексного подхода для продвижения образовательных услуг, выявлены факторы, влияющие на выбор клиентами образовательной организации, предложены мероприятия по продвижению образовательных услуг.

Ключевые слова: PR-кампания, продвижение, образовательные услуги.

На сегодняшний день основной проблемой образовательных организаций в плане продвижения услуг является ее бессистемный характер. Это объясняется ограниченностью человеческих ресурсов, отсутствием проведения маркетинговых исследований и разработки продуманной PR-стратегии. Образовательным учреждениям необходимо постоянное присутствие в информационном поле [2]. Очевидно, что коммуникации в определенной сфере имеют свои особенности [1]. Для создания продуктивных PR-кампаний необходим комплексный подход с использованием инструментария ситуационного анализа: изучение специалистами основ стратегического планирования PR-кампаний; выбор технологий продвижения, исходя из потребностей аудитории и постоянное взаимодействие с ней через актуальные каналы коммуникации; освоение основ интернет-маркетинга; активное использование всевозможных доступных и бесплатных ресурсов в социальных сетях; создание уникального и креативного контента; проведение оценки эффективности PR-деятельности; позиционирование образовательной организации как надежного и перспективного партнера; взаимодействие с другими образовательными учреждениями и государственным аппаратом; показ информационной открытости и прозрачности деятельности как в оффлайн, так и в онлайн среде [2; 3].

Для того чтобы выявить истинные причины, почему клиенты образовательной организации, совершившие несколько сделок ранее, не возвращаются в компанию вновь, было проведено исследование с использованием анкетного опроса, в ходе которого были выявлены следующие факторы, влияющие на выбор клиента:

1. Стоимость. Рынок образовательных услуг подвержен «демпингу». Обучение по охране труда в прайсе у АНО УЦ ДПО «Академия» стоит 1500 рублей, у конкурентов может стоить в 3 раза дешевле, что привлекает клиента и он уходит сотрудничать с другой организацией, предложившей меньшую стоимость за аналогичную услугу.

2. Место расположения офиса. Значительное количество клиентов при выборе учебного центра обращают внимание на то, где расположен офис компании. Не всегда житель Республики Мордовия согласиться сотрудничать с учебным центром г. Томска, учитывая доставку документов, составляющую от 5 до 7 дней. Быстрее документы клиент может получить в своем населенном пункте, если там подобный центр ДПО имеется.

После того как были определены «больные» точки компании, из-за которых клиент уходит к конкуренту, был подготовлен план мероприятий PR-кампании «Верни клиента» с определением сроков, бюджета, ответственных лиц и ожидаемых результатов. Целевой аудиторией кампании стали физические и юридические лица, совершившие сделки в АНО УЦ ДПО «Академия» (от 1 до 3 шт.) в 2020-2022 гг., но не совершившие ни одной сделки в 2023 году.

Кампания планируется долгосрочная, поэтому замер эффективности проводимых мероприятий по возвращению клиентов будет проводиться каждый месяц, а мероприятия подлежат доработке или замене, если эффективность окажется ниже ожидаемой. В план мероприятий вошли такие действия, как: организация бесплатных семинаров по охране труда, разработка бонусной системы лояльности для постоянных клиентов, возможность заключения организацией годового договора на обучение сотрудников с 40% снижением стоимости, разработка персонализированных электронных писем, внедрение онбординга в деятельность компании, разработка партнерской программы для получения клиентами процента с приведенных людей в компанию и иные мероприятия. Реализация PR-кампании начинается в январе 2024 года.

PR-кампания образовательного учреждения – это поэтапный комплекс мероприятий, который, в первую очередь, зависит от результатов, которых хотела бы добиться организация. При разработке мероприятий по продвижению учебного центра ДПО необходимо учитывать особенности образовательных услуг, классификацию целевой аудитории, мотивы и потребности различных категорий потенциальных слушателей. PR-кампании могут стать одной из функций управления образовательным учреждением, влияющей на установление и поддержание определенного уровня лояльности аудитории к компании, формирование положительного имиджа, достижение расположения клиентов к сотрудничеству с образовательной организацией.

Библиографический список

1. Кривоносов А.Д. Феноменология "отраслевых" PR / А.Д. Кривоносов // Российская школа связей с общественностью. – 2016. – № 8. – С. 78-87.
2. Рассохина И.Ю. Брендинг образовательной организации / И.Ю. Рассохина // Сборник научных статей по итогам IV Всероссийской (национальной) научной конференции с международным участием. Гуманитарные науки и вызовы нашего времени. – Санкт-Петербург, 2022. – С. 139-142.

3. Рассохина И.Ю., Чибисова Е.А. Управление коммуникационными проектами: Учебное пособие / И.Ю. Рассохина, Е.А. Чибисова. – Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2023. – 127 с.

E. Krivtsova, Y. Pyatak,
Kemerovo, Russia

PR campaign as a tool for promoting educational services

The article indicates the importance of an integrated approach to the promotion of educational services, identifies factors influencing the choice of educational organization by clients, and proposes measures to promote educational services.

Keywords: PR campaign, promotion, educational services.

А.А. Ломакина,
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
lomakina.a@mail.ru

УДК 659

Искусственный интеллект и манипулирование общественным мнением в Сети

Автором рассмотрены основные понятия и стадии развития искусственного интеллекта. Проанализирован этический аспект деятельности человека, связанной с использованием технологий искусственного интеллекта. Рассмотрен процесс использования ботов в Интернет-пространстве как один из вариантов манипулирования общественным мнением.

Ключевые слова: манипулирование, медиаманипулирование, бот, искусственный интеллект, машинное обучение

У. Липпман в своей работе «Общественное мнение» [1] подчеркивал, что сознание среднего человека уязвимо и его мнение о том, что происходит вокруг, формируется под влиянием средств массовой коммуникации (СМК), которые представляют ему упрощённую картину мира. Он впадает в зависимость от СМК, так как не имеет возможности получать информацию самостоятельно по всем интересующим его вопросам, проверять ее достоверность и делать это оперативно.

Одним из каналов получения информации является Интернет, в котором всё чаще применяются технологии искусственного интеллекта (ИИ). Они вызывают ряд опасений у среднестатистических пользователей, которые обращаются к Сети не только за информацией, но и за развлечением,

просвещением, решением рабочих задач или бытовых вопросов и пр. Все чаще можно услышать дискуссии об этических аспектах искусственного интеллекта. Абсолютно естественно то, что любые новые технологии вызывают в обществе страх и отторжение. Но затем технология приживается и встраивается в повседневную жизнь, становясь чем-то обыденным. В этом, в том числе, также можно увидеть угрозу – открываются возможности к незаметному манипулированию за счет того, что уже стало нашей повседневностью.

Существует деление на сильный (true, general, настоящий) и слабый (narrow, поверхностный) искусственный интеллект. А. Маланов так определяет эти два типа:

Сильный ИИ – это гипотетическая машина, способная мыслить и осознавать себя, решать не только узкоспециализированные задачи, но и еще и учиться чему-то новому.

Слабый ИИ – это уже существующие программы для решения вполне определенных задач, таких как распознавание изображений, автоворождение, игра в Го и т. п. [2]

Чтобы никого не вводить в заблуждение, слабый ИИ предпочитают называть «машинным обучением» (machine learning). Более того, стоит обратить внимание на важное уточнение в формулировке понятия «сильный ИИ» – «гипотетическая машина». Таким образом, сильный ИИ будет еще нескоро, и разговоры об его этических аспектах на данный момент не имеют никакой практической пользы. «Когда экспертов опрашивают, выясняется, что в среднем ждать еще лет 45» [2]. А. В. Незнамов отмечает: «сегодняшние технологии не на таком уровне, чтобы учитывать этику искусственного интеллекта или его интерес» [3].

Развитие ИИ можно проследить через стадии применения цифровых технологий в жизни человека. Первой стадией принято считать автоматизацию деятельности человека, суть которой, заключается в том, что человек начинает доверять машине то, что делает сам. Вторая стадия связана с процессами цифровизации, которые позволили оказывать услуги в цифровом виде и связывать несколько действий в единое. Третья стадия – это зарождение машинного обучения (того, что многие называют ИИ). На этой стадии перед человечеством открылись возможности принимать решения на основе больших данных (Big data) и предлагать лучшее. То есть нельзя говорить о том, что ИИ умнее и превосходнее человека. Действительно, он способен обучаться и развиваться быстрее людей. Но это не ведет к катастрофическим последствиям. Это лишь открывает перед человечеством возможность на основании большого количества знаний, которые способен вобрать в себя и обработать ИИ, принимать более *оперативные* решения. Таким образом, ИИ не заменяет человека, а расширяет его возможности (например, позволяет предлагать удобные сервисы, упрощающие жизнь общества).

Работа с большим массивом данных о людях, их обработка и классификация является одной из возможностей ИИ. Но говорить о том, что это представляет угрозу частной жизни человека, так как ИИ работает с его персональным данными, – ошибочно. Тем более, относить это к этическому аспекту ИИ. В первую очередь это зона ответственности людей, которые имеют доступ к данным, собранным и обработанным ИИ. Именно они принимают решение об их дальнейшем использовании – только в заявленных целях или для продажи, манипулирования и прочего. Одним из таких способов манипулирования общественным мнением в Сети является использование ботов. Бот – это компьютерная программа, выполняющая в автономном режиме какую-либо самостоятельную функцию (общение, помощь). Он имитирует человеческое поведение. Бот не просто работает по заданным алгоритмам, но также может подстраиваться и развиваться. Выделяют значительное число ботов: технические, боевые, слияные, гиперболизирующие, интеллектуально боевые и прочие.

Цели использования ботов в информационном пространстве в общих чертах можно свести к следующим: комментирование, сбор информации о пользователях, повышение охвата пользователя. У большей части аудитории нет времени на вычисление ботов. Многие и вовсе не задумываются об их существовании, не знают о нем или относятся к этому пассивно.

Библиографический список

1. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
2. Маланов А. Этические вопросы искусственного интеллекта [Электронный ресурс] // Хабр. Блог компании «Лаборатория Касперского». URL: <https://habr.com/ru/company/kaspersky/blog/421791/> (дата обращения: 11.10.2021).
3. Незнамов А.В. Принципы этики применения искусственного интеллекта: о национальном кодексе [Электронный ресурс] // Лекции Всероссийского фестиваля науки. URL: https://www.youtube.com/watch?v=M_zosbq4gkM (дата обращения: 11.10.2021).

A. Lomakina,
Moscow, Russia

Artificial intelligence and manipulation of public opinion on the Web

The article discusses the basic concepts and stages of the development of artificial intelligence. The article analyzes the ethnic aspect of human activity related to the use of artificial intelligence technologies. The process of using bots in the Internet space as one of the options for manipulating public opinion is considered.

Keywords: manipulation, media manipulation, bot, artificial intelligence, machine learning.

Н.К. Мухина, И.В. Воспитанник,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
vospitannik-@mail.ru

УДК 659

Экологические аспекты формирования имиджа органа муниципальной власти

В данной статье рассматриваются экологические аспекты формирования имиджа муниципального органа власти с учетом роли PR в устойчивом природопользовании, и разбирается воздействие PR-практик на восприятие общественности органом власти в контексте экологических проблем.

Ключевые слова: экология, имидж, муниципальный орган власти, устойчивое природопользование.

В современном обществе экологические проблемы стоят настолько остро, что муниципальные органы власти обязательно должны быть включены в устойчивое природопользование. Создание положительного имиджа таких органов в контексте экологических аспектов является необходимым условием для завоевания общественного доверия и эффективного сотрудничества. В этом процессе все большее значение приобретает PR, а эффективное решение экологических задач требует не только создания соответствующих законодательных мер, но и эффективного взаимодействия с общественностью, поддержки экологических инициатив и обеспечения информационной прозрачности деятельности муниципальных органов. Участие и поддержка общественности играют важную роль в успешном решении экологических проблем и создании устойчивой окружающей среды для будущих поколений [3].

Активная экологическая стратегия муниципальных властей играет важную роль в улучшении экологического состояния района и участии в решении глобальных проблем. Для того чтобы общественность воспринимала муниципалитеты как ответственных участников в сфере охраны окружающей среды, они должны стремиться к прозрачности и открытости своей деятельности. Прозрачность действий муниципальных властей в сфере рационального использования природных ресурсов означает открытое принятие решений, общественное обсуждение экологических инициатив и доступность информации о состоянии окружающей среды в регионе, что позволяет общественности быть в курсе деятельности властей и демонстрирует их ответственное отношение к охране окружающей среды. Кроме того, важным аспектом формирования положительного имиджа муниципальной власти является вовлечение общественности и граждан в процесс принятия экологических решений. Создание площадок для общественных обсуждений и

качественная обратная связь с мнением граждан способствуют повышению экологического сознания общества и формируют эффект того, что муниципальные власти учитывают потребности и мнения общества при разработке экологической политики.

Важность PR в устойчивом природопользовании считается очень значимой и необходимой для предназначения городских организаций перед правительством [2]. Работа PR-отделов этих организаций должна быть направлена на информирование населения об их действиях и заслугах в области охраны окружающей территории, а также о проектах по улучшению экологической обстановки. Одной из основных функций PR в сильном природопользовании является информационная работа, PR-отделы обязаны оперативно информировать общество о критериях, принятых государственными органами в области охраны окружающей территории, а также о результатах и проектах по улучшению экологической обстановки, это дает возможность повысить осведомленность общественности и вовлечь ее в процесс принятия экологических решений. Но просто информировать общественность недостаточно – не менее значимой проблемой PR в сильном природопользовании является разработка устойчивых коммуникационных подделок [1]. PR-исследования позволяет определить эффективную связь между органами государственной власти и окружающей средой, обеспечивая обратную связь и подсчет общественных мнений при наличии принятия экологических заключений, а это в свою очередь дает возможность сформировать требование для плодотворного разговора и партнерства с населением, что содействует наиболее эффективному решению экологических трудностей.

Одной из главных задач PR в устойчивом природопользовании является также создание положительного имиджа муниципальной власти в области экологии. Подчеркивая свою ответственность перед окружающей средой и демонстрируя свои достижения, муниципалитеты могут создавать положительный имидж и укреплять доверие общественности.

Эффективное управление природными ресурсами и решение экологических проблем требуют активного участия муниципальных властей и роль PR в формировании имиджа таких органов и устойчивого природопользования становится ключевым инструментом в обеспечении экологической стабильности и общественного доверия. Для достижения успеха в этой области необходимо тесное сотрудничество между управленческим персоналом и специалистами по связям с общественностью, вместе они смогут проводить информационные мероприятия, формировать канал коммуникации и создавать положительный имидж муниципального органа, способствуя решению экологических проблем и поддержанию устойчивого природопользования.

Библиографический список

1. Арефьев М.С. Роль PR и рекламы в позиционировании бренда / М.С. Арефьев // Новый университет. Серия: Экономика и право. – 2013. – № 11 (33). – С. 65-67.
2. Касаткин, И. Г. Имидж федерального органа исполнительной власти как управленческий ресурс: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.08 / И. Г. Касаткин. – М., 2007. – 147 с.
3. Кривоносов А.Д. Субъекты и объекты "экологического" PR / А.Д. Кривоносов // Экологический PR как инструмент устойчивого развития, Санкт-Петербург, 13-15 мая 2014 года / Редколл.: Е.В. Быкова, В.И. Коньков, А.Д. Кривоносов. – Санкт-Петербург: РГГМУ, 2014. – С. 155-159.

N. Mukhina, I. Vospitannik,
St. Petersburg, Russia

Environmental aspects of municipal government image formation

This article considers the environmental aspects of the formation of the image of the municipal government taking into account the role of PR in sustainable environmental management, and analyzes the impact of PR-practices on the public perception of the government in the context of environmental problems.

Keywords: ecology, image, municipal authority, sustainable environmental management.

И.Ю. Рассокхина, А.А. Андреевская,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
irassokhina@mail.ru

УДК 659

Дизайн-мышление как основа проектирования коммуникационной кампании

В статье актуализируется обращение к методологии дизайна-мышления для проектирования коммуникационной кампании с точки зрения создания коммуникационного продукта, ориентированного на человека. Показаны специфика социального инжениринга, принципы и инструменты дизайна-мышления, примеры реализации коммуникационных проектов.

Ключевые слова: дизайн-мышление, проект, коммуникационная кампания, карта эмпатии, карта пути клиента.

В числе существующих сегодня мегатрендов отмечается поворот к человеку и его ценностям как реакция на доминирование цифровых технологий. Популярность методологии дизайна-мышления в бизнесе – отражение

данного тренда. И.С. Богомолова [1] обращает внимание, что название подхода не отражает его сути и вводит в заблуждение. Действительно, концепция родилась в дизайнерской фирме IDEO благодаря ее генеральному директору Тиму Брауну и дизайнеру Дэвиду Келли, которые уверены, что методы и стратегии дизайна применимы к любому бизнесу. По мнению создателей, это ориентированный на человека подход к инновациям, который опирается на инструментарий разработчика, чтобы интегрировать потребности людей, возможности технологий и требования бизнеса. Иными словами, это использование дизайнерских технологий для не дизайнерских задач. Если изначально методология использовалась для создания продуктов и услуг, то сегодня ее применяют и для проектирования внутренних и внешних социальных коммуникаций компаний, корпоративных идеологий, брендинга [2].

Дизайн-мышление относят к гибким методологиям проектирования, где инновации создаются на основе глубинного погружения в опыт пользователя несколькими итерациями, постоянно тестируя и совершенствуя продукт. Классический подход Университета Стэнфорда предлагает такой цикл итерации: эмпатия (исследование опыта пользователя, его мотивов и потребностей), фокусировка (анализ результатов исследования, отбор важных фактов и кластеризация по фреймам), генерация (разработка идей на основе выявленных проблем, точек зрения (POV) и инсайтов), отбор идей (диаграмма Венна 3-х факторов: полезность для человека, возможности бизнеса и технологий), прототипирование (разработка перспективных макетов, создание MVP – минимально жизнеспособного продукта), тестирование (проверка гипотез пользователями, выявление ошибок и формирование задач для новой итерации) [1].

В ходе проектирования коммуникационной кампании с помощью методологии дизайн-мышления необходимо исследовать аудиторию, образ бренда и конкурентов. Для аудитории составляется карта стейххолдеров (прямых и косвенных) и карта эмпатии, где отражаются основные социально-демографические характеристики, мотивы, приоритеты, опасения и боли, предпочтаемые информационные каналы, лица, оказывающие влияние, особенности образа жизни и другие важные аспекты. Образ бренда изучается через ассоциации, которые формируют восприятие бренда; приоритетные характеристики, которые становятся триггерами при мотивации к покупке; позиционирование бренда, которое удовлетворяет специфические запросы и одновременно, разделяет ценности потребителя. Конкурентное поле изучается с разных сторон (цена, качество, УТП), но в первую очередь проводится поиск сильных решений и их слабых сторон для разработки наилучшего решения.

Методология дизайна-мышления получила широкое распространение на западе и постепенно внедряется в российской практике. Так, Московское

метро решало задачу формирования доступной среды для маломобильного населения в 2013 году. Устанавливать пандусы технически сложно и дорого, поэтому был создан ЦОМП – центр обеспечения мобильности пассажиров в Московском метро. Для понимания реального опыта людей был использован инструмент дизайн-мышления под названием «мокасины» с применением костюма эмпатии GERT для симуляции физических ограничений и большего погружения в реальные условия. В результате анализа собственных ощущений сотрудники центра интуитивно понимали, как правильно поступать при сопровождении людей с нарушениями [3].

Наиболее активно использует дизайн-мышление Сбербанк. Компания изменила парадигму отношений от клиента к партнеру, теперь пространство в офисахкрыто, общение проводится за столом. Внедрена программа «Очередей.Нет». Клиентам приходилось проводить в очереди более 30 минут, что вызывало их раздражение и недовольство. Решение проблемы включало создание автоматизированной системы управления очередью с сопровождением человека-консультанта. Применение инструментов дизайна-мышления позволило снять негатив клиентов и повысило их лояльность [4].

В создании цифрового сервиса планирования путешествий для RUSSPASS были использованы различные методы дизайна-мышления, такие как: глубинные интервью, карта пути клиента, тестирование и прототипирование. Были выявлены разные сценарии планирования путешествий, поэтому компания старалась учесть все схемы продвижения клиента по сервису. Создание оптимизированной поисковой строки с различными фильтрами и добавление функции «избранное» для сохранения результатов поиска позволило пользователям возвращаться к планированию путешествия в любое время. Также обнаружили запрос на сохранение рекомендаций по достопримечательностям, ресторанам и местам для отдыха в одном месте. Проблему пользователей решили за счет создания дополнительных разделов в интерфейсе сервиса [3].

Использование методологии дизайна-мышления рассматривается авторами как основа для создания образовательной платформы «Института управления Правительства ЯНАО». Проект предполагает работу сервиса, который не только соберет все образовательные материалы, но и обеспечит пользователя цифровыми возможностями управления своим образованием, трекером достижений, мотивационными и тренировочными симуляторами, проверку знаний, работу в виртуальных командах и другие механики, облегчающие взрослым получение дополнительного образования.

Применение методологии дизайна-мышления в создании коммуникационных проектов позволяет не только найти инсайты, которые разделяет целевая аудитория, но и предложить проекты, учитывающие глубинные особенности отдельных целевых групп и их пользовательский опыт.

Библиографический список

1. Богомолова И.С. Дизайн-мышление: от названия к сути метода / И.С. Богомолова // АМИТ. – 2023. – №4 (65). – С. 92-102.
2. Глобальное исследование практики применения дизайн-мышления и гибких методологий в организации: отчет немецкого института информационных технологий (Hasso Plattner Institut, HPI) / перевод – «Центр дизайн-мышления». – Москва, 2022. – URL: <https://lab-w.com/> (дата обращения: 01.02.2024).
3. Дизайн-мышление: истории из практики: сборник кейсов / А. Мезина, П. Кушнеревич, М. Сташенко. – М.: Лаборатория Wonderfull, 2019. – 67 с.
4. Журавлева Н. Дизайн-мышление. Думай по-новому / Н. Журавлева, И. Кутенева. – М.: АНО «Корпоративный университет Сбербанка», 2013. – 200 с.

I. Rassokhina, A. Andrievskaya,
Saint-Petersburg, Russia

Design thinking as the basis for designing a communication campaign

The article actualizes the appeal to the methodology of design thinking during the design of a communication campaign from the point of view of creating a human-oriented communication product. The specifics of social engineering, principles and tools of design thinking, examples of the implementation of communication projects are shown.

Keywords: design thinking, project, communication campaign, empathy map, customer path map.

Д.О. Сергань,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
sergand@gmail.com

УДК 81'42

Изучение идиостилистических особенностей рецензий Т. Москвиной в русле коммуникативной стилистики публицистического текста

В настоящей статье нами были выявлены и описаны идиостилистические особенности рецензий Т. Москвиной за период с 2020 по 2022 г. Для отражения своеобразия индивидуальной авторской манеры медиакритика важным представляется выявление в текстах частотных языковых средств, анализ особенностей их функционирования в семантико-стилистическом и прагматическом аспектах.

Ключевые слова: идиостиль, коммуникация, Т. Москвина, рецензия, языковые средства.

При исследовании стилистики публицистического текста необходимо учитывать индивидуальность авторского стиля. В рамках статьи мы придерживаемся толкования термина «идиостиль» как «многоаспектного и многоуровневого отражения языковой личности творца, «стоящей» за текстом, с учетом ее многообразных проявлений в процессе текстовой деятельности, включая ориентацию на адресата» [1, с. 303], а в рамках коммуникативной стилистики текста исследование идиостиля опирается на концепцию языковой личности Ю.Н. Караулова: языковая личность –«личность, выраженная в языке (текстах) и через язык», «личность, реконструированная в основных своих чертах на базе языковых средств» [2, с. 38]. Данная проблема является значимой в рамках изучения российской медиакритики: идиостиль медиакритиков значительно отличается от творческой манеры авторов художественных произведений, так как медиакритик выполняет pragматическую функцию продвижения – формирование определенных мировоззренческих установок у аудитории. Индивидуальный авторский стиль рассматривается с позиции того, как «конкретная языковая личность автора организует диалог с читателем, направляя его речемыслительную деятельность по определенному пути в соответствии с коммуникативной стратегией текста и интенцией создателя» [1, с. 74].

В рамках данного исследования проанализировано 120 статей-рецензий Татьяны Москвиной в «Аргументах Недели». Использованная в работе методика исследования опирается на описательный метод, включает функционально-прагматический и контекстуальный анализы.

В ходе исследования нами были выявлены регулярно повторяющиеся компоненты, организующие идиостиль Т. Москвиной. рецензии представляют собой высокую концентрацию оценочных единиц, которые становятся средством передачи оценочного смысла. И, следовательно, рецензии активно продвигают эти смыслы в сознание реципиентов. Оценивая фильмы, книги, критик активно использует эпитеты, метафоры, фразеологические единицы, которые повышают уровень эмоционального воздействия: «обаятельный и перспективный артист» (об Аскаре Ильясове), «маху не даёт: сервировано виртуозно, аранжировано вдохновенно» (о работе Влада Фурманова). Случается, что, давая оценку кому-то или чему-то, Т. Москвина использует разговорные лексемы и выражения: «особо приглянувшийся мне Аскар Ильясов». Т. Москвина часто открыто и искренне делится с читателями собственными эмоциями: «взяла да и заплакала», «я, честно говоря, обомлела». Такая коммуникация настраивает на доверительное общение.

Характеризуя речь, стиль писателя, идейную и образную составляющие книги, критик часто словно задает диалоговую форму общения: «Вы в силах это постичь? Это же не роман Достоевского, это русский эпос,

наизусть знакомые былины...» Такой стилистический прием усиливает эффект критики, повышает уровень реакции на текст у аудитории, вовлекает читателя в совместный с автором поиск ответов на сложные вопросы о тайнах творчества.

Интертекстуальные связи в текстах позволяют читателям правильно уловить интонацию и направление мысли критика: «*Тёмное царство ведь не меняется. Забить камнями, сжечь, изгнать того, кто болен, кто враг, – это всегда таится в людях*». Индивидуальным маркёром являются фразы, претерпевшие экспрессивно-образную трансформацию, «обыгранные» Т. Москвиной: «...восклику: «*В московскую мелодраму я больше не ездок!*»; «*Один гад съедает другую гадину: восемь часов из жизни насекомых*».

Ирония – яркая примета идиостиля Т. Москвиной. Являясь «толерантной формой» критики, она выполняет функцию имплицитной оценки. С pragматической стороны «языковая толерантность» – ключевой компонент эффективной коммуникации [3, с.95]. В основе исследования экспрессивных средств выражения иронии в текстах Т. Москвиной лежит классификация стратегий создания иронии Шилихиной К.М. [4, с.20]. В рецензиях Т. Москвиной обнаруживаются различные языковые средства реализации вербальной (лексемы высокого стиля, разговорные и просторечные; уточняющие и вставные конструкции; вводные слова; нетривиальная лексическая сочетаемость; метафора; гипербола), риторической (риторический вопрос; интертекст; восклицание) и когнитивной (употребление высказываний, в которых автор сравнивает одно явление с еще более абсурдным; правдоподобная ирония) стратегий создания иронии. Иронично-иносказательной формой общения критик добивается дополнительной глубины рецензии, задает аудитории проблемные точки, над которыми стоит поразмышлять. Ср.: «*криминальные сериалы бывают двух типов, про мёртвых девушек и про мёртвых мальчиков, этот второй тип*».

Т. Москвина располагает к себе читателя неторопливостью изложения, искренним и доверительным тоном. Критик не использует научёмких описаний, а мастерски находит образные, звучные, экспрессивные определения. В рецензиях Т. Москвиной нет едкой разрушающей критики, ее заменяет легкая ирония. Складывается ощущение, будто критик ненавязчиво ведет разговор о волнующих проблемах, описывает собственные переживания, задается вопросами, находит аргументы.

Библиографический список

1. Болотнова Н.С. Коммуникативная стилистика художественного текста: лексическая структура и идиостиль / Н.С. Болотнова, И.И. Бабенко, А.А. Васильева и др. – Томск: Изд-во Томского гос. пед. ун-та, 2001. – 331с.
2. Карапулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н Карапулов. – М.: УРСС, 2004. – 261 с.

3. Куликова Э.Г. Толерантность в медиадискурсе (на материале жанра рецензий) / Э.Г. Куликова, О.М. Акай, Х.Г. Кодалаева // Гуманитарные и социальные науки. – 2021. – №3. – С. 93-103.

4. Шилихина К.М. Дискурсивная практика иронии: когнитивный, семантический и прагматический аспекты: Автореф. ... дисс. д-ра филол. наук / К.М. Шилихина. – Воронеж: ВГУ, 2014. – 51 с.

D. Sergan,
Rostov-on-Don, Russia

**Studying the idiostylistic features of T. Moskvina's reviews
in line with the communicative stylistics of a journalistic text**

In this article, we have identified and described the idiostylistic features of T. Moskvina's reviews for the period from 2020 to 2022. To reflect the uniqueness of the individual author's style of a media critic, it is important to identify frequent linguistic means in texts and analyze the features of their functioning in the semantic-stylistic and pragmatic aspects.

Keywords: *idiostyle, communication, T. Moskvina, review, language means.*

РАЗДЕЛ IV. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И ЭКОЛОГИИ

М.И. Амосов,

Санкт-Петербургский государственный университет

С.С. Сафина,

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

safina.sazhida@mail.ru

УДК 9.91

Историко-географические факторы демографического лидерства Китая

В статье рассматриваются историко-географические факторы демографических успехов Китая. К их числу отнесены: ранние технологии производящего хозяйства, стремление к политическому объединению на основе этнической общности, уникальные факторы для развития земледелия, высокая урожайность главной зерновой культуры – риса.

Ключевые слова: Китай, демографический рост, центр производящего хозяйства, демографический дивиденд.

Выдающаяся роль Китая в истории человечества и в современном мире во многом определяется тем, что в течение очень долгого времени эта страна была (и остаётся сейчас) одной из самых многонаселённых.

По подсчётом Э.Меддисона [3] в первые два тысячелетия нашей эры доля Китая в мировом населении неизменно превышала уровень 20%, с максимумом в 36,6% в 1820 г. На начало 2023 г. население КНР составляло 1 425,7 млн. чел. (17,7% от общего числа жителей Земли). При этом на долю Китая приходится только 6,8 % мировой пашни [5].

Лидерские позиции Китая по народонаселению были достигнуты благодаря ряду факторов. Во-первых, Китай довольно крупная страна (третья по площади в мире – 9,6 млн. кв. км). Создание столь большого государства не было случайным. Стремление к объединению Китая много раз проявлявшееся в истории страны и, по-видимому, было связано с необходимостью защиты от вторжений со стороны кочевых народов Центральной Азии. Исторические сопоставления показывают, что формирование крупных империй в Китае нередко происходило в ответ на создание кочевых империй на сопредельных землях. Возможно, это было связано и с природными процессами, наступавшими в периоды иссушения климата. Данные об изменении численности населения в Китае в интервале 400 г. до н. э. – 1900 г. показывают, что после создания империй наблюдался демографический рост, число жителей сокращалось в периоды кризисов империй и дезинтеграции [1].

Во-вторых, на территории Китая располагались важнейшие центры раннего земледелия, которые дали миру более 140 видов культурных растений. Китайское земледелие было «изобретено» около VIII тыс. л. н. в двух центрах производящего хозяйства. В бассейне реки Хуанхэ располагался первый успешный центр раннего земледелия. Практически одновременно сформировался второй центр производящего хозяйства в районе низовий реки Янцзы [2]. Многочисленные местные сельскохозяйственные культуры (просо, рис, овощи, фрукты), используемые в разных природных зонах, а также внедрение завезённых продовольственных культур (пшеница, кукуруза, сладкий картофель) позволили эффективно использовать природный потенциал земледелия на огромных территориях восточной части Китая – от равнин Дунбэя (Маньчжурии) до побережья Южно-Китайского моря.

В-третьих, первоначальное развитие китайской цивилизации происходило в северной части Великой Китайской равнины. На этой территории сложилось уникальное сочетание факторов благоприятных для земледелия: переотложенные лёссы (благодаря пылеватой структуре они обладают повышенным плодородием и удобны для обработки), плодородные коричневые почвы, уникальное южное положение зоны широколиственных лесов (между 40° и 33° с. ш.) – на широтах как у Средиземноморья, но в районе с муссонной циркуляцией. Следствием этого стали хорошие агроклиматические условия (тёплое лето с осадками), позволяющие выращивать продовольственные злаки (первоначально просо, затем пшеницу и кукурузу). Именно в этом районе происходило становление китайского (ханьского) этноса – наиболее многочисленного народа современности [2].

Наконец, четвёртое обстоятельство – и это важнее всего – наиболее распространённой продовольственной культурой в Китае стал рис, хорошо приспособленный к возделыванию во влажных и тёплых климатических условиях к югу от «линия Циньлин – Хуайхэ» (именуется по названию хребта и реки). Существенно, что по урожайности рис не знает равных среди зерновых (превосходит пшеницу более чем в 2,5 раза), а на крайнем юге страны возможен сбор двух урожаев риса в год. Наконец, выращивание риса – весьма интенсивная работа, в основе которой лежит труд людей и не требуется много рабочего скота. Поэтому нет нужды отводить земли под выпас. После создания КНР (1949 г.), и в особенности после перехода к политике рыночных реформ (с 1978 г.), население страны продолжало быстро расти. Благодаря политике «одна семья – один ребенок» (1979-2015 гг.) было обеспечено резкое увеличение доли людей в работоспособном возрасте и был получен т. н. «демографический дивиденд», ставший важнейшим фактором экономического роста [4]. Однако, в настоящее время страна

перешла в фазу медленного сокращения населения, что предопределено ранее принятыми мерами по ограничению рождаемости, а также процессом урбанизации.

Библиографический список

1. Амосов М.И., Москаленко И.Г. Основные вопросы исторической географии Евразийских степей / М.И. Амосов, И.Г. Москаленко // Геопространственные системы: структура, динамика, взаимосвязь. Доклады XII съезда Русского Географического Общества. Том 2. – Санкт-Петербург, РГО, 2005. – С.82-83.
2. Амосов М.И., Сафина С.С. Азиатско-Тихоокеанский регион. Страны и флаги / М.И. Амосов, С.С. Сафина // – Санкт-Петербург, СПбГУ, 2018. – 168 с.
3. Мэддисон Э. Контуры мировой экономики в 1-2030 годах. Очерки по мировой макроэкономической истории / Э.Мэддисон // Пер. с англ. Ю.Каптуревского; под ред. О.Филаточевой. – Москва, Института Гайдара, 2012. – 584 с.
4. Цай Фан. Чему учат 40 лет реформ и открытости в Китае / Цай Фан // Китайская академия общественных наук. Пер. с кит. Чэн Айжу. – Москва, Весь мир, 2023. – 368 с.
5. World Bank Open Data [Электронный ресурс]. URL: <https://databank.worldbank.org/databases> (дата обращения: декабрь 2023).

M. Amosov, S. Safina,
St. Petersburg, Russia

Historical and geographical factors of China's demographic leadership

The article describes the historical and geographical factors of demographic success of China. Such as the early technologies of production, the desire for political unification based on ethnic community, unique factors for the agricultural development, high yields of the main grain crop – rice.

Keywords: China, demographic growth, center of the producing economy, demographic dividend.

О.А. Балабейкина, А.А. Янковская, А.Д. Патрашова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
olga8011@yandex.ru

УДК 914

Туристская привлекательность Центральной Мексики

В статье рассматриваются основные компоненты туристской привлекательности регионов Центральной Мексики. Представлен обзор наиболее известных достопримечательностей штата Халиско и перспективы их дальнейшей популяризации.

Ключевые слова: туристская привлекательность, культурное наследие, центральные районы, государственные программы.

Центральная часть Мексики характеризуется высоким уровнем экономического развития, урбанизированности территории, концентрацией объектов промышленного производства, образовательной и социальной инфраструктуры [1].

В штатах региона расположены и объекты всемирного наследия ЮНЕСКО, ежегодно притягивающие все большее количество туристов. В перечне наиболее популярных туристских дестинаций следует, в первую очередь, назвать штат Халиско, где производят один из национальных брендов Мексики – крепкий алкогольный напиток текилу. Одноименный город Текила, берущий начало от поселения XVI в., и плантации голубой агавы, расположенные рядом с ним, вошли в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. В сфере производства брендового напитка занята значительная доля местного трудоспособного населения. В Халиско выпускают 100-процентную текилу, созданную исключительно на основе спирта голубой агавы. На территории города расположено несколько крупных алкогольных заводов. Наиболее известными из них являются Сауса (Sauza) и Хосэ Куэрво (Jose Cuervo). К услугам туристов экскурсии на производство текилы и музей истории создания напитка.

Интересен для туристов и город Гвадалахара штата Халиско. В нем открыт к посещению один из крупнейших проектов – Дворец культуры и коммуникаций PALCCO. Это единственное в своем роде многофункциональное пространство в стране, где задействованы самые передовые телекоммуникационные технологии. Уникальная культурная площадка объединила в себе музей, художественную галерею, киберпространство с платформами виртуальной реальности, конференц-зал, выставочные залы, театр под открытым небом, музыкальную и танцевальную школы, рестораны и бары, а также автомобильную парковку на крыше. Комплекс, занимающий земельный участок площадью 21 210 м², включает в себя три четко разграниченные зоны: агору перед зданием; амфитеатр под открытым небом во дворе и само здание.

Возросшая популярность туризма в центральных регионах способствует развитию открытых общественных пространств, что очень важно в условиях плотности проживания населения больших городов. Излишняя уплотненность застройки современных микрорайонов в мегаполисах может отрицательно влиять на психологическое здоровье горожан, усиливая ценность свободных пространств.

Как и в случае с прибрежными регионами, в центральной части страны также реализуются различные государственные программы. В 2001 г. мексиканскими властями была принята программа развития и сохранения культурного наследия в исторических городах «Волшебные города» [2].

Целью программы также были диверсификация туристского предложения страны, развитие новых направлений в ответ на растущий спрос, создание новых продуктов, а также продвижение народных ремесел, праздников, традиций и национальной кухни в городах, включенных в эту категорию. Были предприняты усилия для развития транспортной инфраструктуры и повышен уровень безопасности на территории страны, что также подчеркивает мультиплекативный эффект туризма. Разные города являются образцом природного, культурного и архитектурного богатства, которым обладает Мексика. Благодаря программам поддержки многие из них популяризовались как новые туристские направления, опираясь на свою самобытную уникальность.

Библиографический список

1. Краткий курс регионоведения. Латинская Америка: учебник / авт. кол.: В.М. Разумовский [и др.]; под науч. ред. д-ра геогр. наук, проф. В. М. Разумовского. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2023. – 241 с.
2. Волшебные города Мексики [Электронный ресурс]. – URL: <https://gotomexico.today/mexico/place/3225.html>

O.A. Balabeykina, A.A. Yankovskaya, A.D. Patrashova,
St. Petersburg, Russia

Tourist attractions of Central Mexico

The article examines the main components of the tourist attractiveness of the regions of Central Mexico. An overview of the most famous attractions of the state of Jalisco and prospects for their further popularization are presented.

Keywords: tourist attractiveness, cultural heritage, central areas, government programs.

К.С. Гавrilова, К.С. Исаенко

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
ksgavrilova.spb@gmail.com

УДК 304.4

К вопросу о борьбе с бедностью в Мексике

В статье рассматриваются проблемы бедности и социально-экономического неравенства в Мексике, а также реализуемые программы, нацеленные на их преодоление.

Ключевые слова: Мексика, уровень бедности, программы социальной защиты населения, Prospera.

Мексика является одним из лидеров по уровню номинального ВВП в рамках своего региона, занимая вторую позицию после Бразилии (15-ая в мире). Однако ВВП на душу населения составляет всего 9967\$ (81-ая позиция в общемировом рейтинге). [5] Наблюдается высокая степень асимметрии в социально-экономическом развитии. Доля населения, находящаяся за чертой бедности, составляет 46,8% (2022 г.). [6] Причин данного явления много – от исторических предпосылок, предполагающих изначальное неравномерное перераспределение ресурсов, до недостаточно развитой инфраструктуры, относительно низкого уровня образования населения, высокого уровня коррупции и неэффективности рынка труда в настоящее время. Прямыми следствием являются высокий уровень преступности и развитие черного рынка труда. Средняя заработка плата в сельской местности в 3-4 раза ниже, чем в городах. Это стимулирует эмиграцию из сельской местности в США. Глобализация и соглашения о свободной торговле сделали Мексику открытой страной, что теоретически должно означать больше возможностей для ведения бизнеса. Страна стала вторым по величине экспортёром в США после Китая. Тем не менее уровень бедности снижается крайне медленно из-за процветания наркобизнеса, коррупции и квазинституционального неравенства, которые приводят к дальнейшему социальному-экономическому расслоению населения. [1]

В 2020 году, всего за год до того, как Лопес Обрадор предложил ООН первый в своем роде план по сокращению глобальной бедности, в Мексике она увеличилась почти на 4 миллиона человек – 55,7 млн выживали менее чем на 1,90\$ в день. Исследованием данной проблемы и поиском наиболее оптимальных путей ее решения занимаются как иностранные, так и мексиканские ученые. В частности оценку социально-экономического состояния регионов страны проводят Национальный институт статистики и географии (INEGI) Мексики и Министерство социального развития (SEDESOL), которое было переименовано в Министерство благополучия (BIENESTAR). Также отметим, что исследованиями в данной сфере занимается ряд независимых неправительственных организаций и академических институтов. Например, «Картели за бедность» – это исследовательский проект, который анализирует влияние организованной преступности на уровень бедности и социальное благополучие в различных регионах Мексики.

Собранные исходные данные используются для разработки политики по преодолению неравенства и эффективного распределения ресурсов. Примером программы, направленной на борьбу с бедностью, является Prospera (ранее Progresa (1997–2002), затем Oportunidades (2002–2014)).

Она предполагает реализацию мер социальной защиты путем предоставления финансовой поддержки семьям с низкими доходами при условии, что они соблюдают определенные требования, такие как регулярные медицинские осмотры и посещение школ. [3]

Проблеме бедности среди детей уделяется особое внимание. Для её решения в Мексике действует разветвленная система некоммерческих приютов, предоставляющих безопасный дом брошенным или уязвимым несовершеннолетним. В Casa Hogar Cabo San Lucas в Южной Нижней Калифорнии проживает более 180 детей в возрасте от 4 до 18 лет. Программа продовольственных пайков дополняет питание детей дошкольного возраста и детей первых классов начальной школы. [4]

Учитывая разнообразие коренных культур в Мексике, существуют специальные программы, которые учитывают традиционные образы жизни, правовые вопросы и обеспечивают доступ к социальным и экономическим благам для коренных народов. Например, Prospera включает в себя различные меры поддержки, такие как финансовая помощь, образование и медицинская поддержка, специально предназначенные для коренных народов Мексики. Программа «Служба развития коренных народов» фокусируется на улучшении условий жизни и обеспечении равных возможностей для коренных народов в сферах образования, здравоохранения и занятости. Программа «Сообщества в действии» направлена на развитие коренных сообществ через поддержку местного предпринимательства, образования и укрепление социокультурной идентичности. [2]

Реализуются и другие программы, нацеленные на социальную поддержку населения. Безусловно, высокая степень асимметрии по-прежнему сохраняется (индекс Джини составляет 45,9%), однако уровень бедности планомерно сокращается с 1996 г. (с 63,3% до 32,5%) в частности за счет реализации обозначенных программ поддержки населения. [6]

Библиографический список

1. Краткий курс регионоведения. Латинская Америка: учебник / авт. кол.: В.М. Разумовский [и др.]; под науч. ред. д-ра геогр. наук, проф. В.М. Разумовского. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2023. – 241с.
2. Abarbanell Linda Mexico's Prospera Program and Indigenous Women's Reproductive Rights // Qual Health Res. [Электронный ресурс]. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31642384/> (Дата обращения: февраль 2024)
3. Bearman Thomas Prospera and the future of social protection and education in Mexico // Socialprotection platform. [Электронный ресурс]. URL: <https://socialprotection.org/discover/blog/prospera-and-future-social-protection-and-education-mexico> (дата обращения: ноябрь 2023).
4. Casa Hogar de Cabo San Lucas: Official Website [Электронный ресурс]. URL: <https://www.casahogarcabo.com/> (дата обращения: январь 2024).
5. International Monetary Fund: Official Website [Электронный ресурс]. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/> (дата обращения: февраль 2024).

6. Mexico Poverty Rate 1989-2024 // Macrotrends [Электронный ресурс]. URL: <https://www.macrotrends.net/countries/MEX/mexico/poverty-rate> (дата обращения: февраль 2024).

K.S. Gavrilova, K.S. Isaenko,
St. Petersburg, Russia

On the issue of fighting poverty in Mexico

The article examines the problems of poverty and socio-economic inequality in Mexico, as well as ongoing programs aimed at overcoming them.

Keywords: Mexico, poverty level, social protection programs, Prospera.

С.Ю. Корнекова, Ю.Н. Гладкий

Санкт-Петербургский государственный экономический университет
gladky43@rambler.ru

УДК 914/919

О многомерности трансформационной модели российской экономики

Излагается точка зрения на суть модернизации российской экономики и связь с политикой монетаризма. Отстаивается мнение, согласно которому модернизация охватывает все сферы общественной жизни – экономическую, социальную, идеологическую, правовую, политическую, культурную, экологическую и др.

Ключевые слова: экономика, модернизация, монетаризм.

Теоретические контуры такой модели в постсоветские десятилетия оставались крайне расплывчатыми. Утверждения о ее монетаристской природе, которые постоянно сопровождали выступления творцов экономической политики, манипулировавших реформами в области денежной и кредитной политики, мало соответствовали действительности. Во всяком случае, они далеко не совпадали со взглядами М. Фридмена – американского экономиста, в 1976 г. получившего Нобелевскую премию именно за исследования в области потребления, монетарной политики и сложностей стабилизационных реформ.

Вкратце, суть расхождений можно свести к тому, что «классические» монетаристы традиционно противятся использованию активной денежно-кредитной политики в целях «точной настройки экономики». Они делают

акцент на весьма *длительные тренды*, полагая, что закономерности последних существенно отличаются от кратковременных колебаний в экономике.

Вот почему акад. Минакир П.А. (авторитетный отечественный представитель региональной экономики и экономической географии) справедливоставил под сомнение тесную связь российских реформ с монетаризмом. Он полагал, что с учетом кратковременного характера осуществленных экономических преобразований в постсоветские десятилетия, «более отвечающей существу дела должна бы была рассматриваться теория Кейнса» [3, с. 230], сердцевиной которой является, как известно, существенная роль государства.

Несмотря на встречающиеся в литературе утверждения о наличии специальной теории модернизации, в реальности, ее не существует. Имеются лишь многочисленные концепции модернизации (датированные XX веком), детальный анализ которых не трудно найти в специальной литературе. Среди них, в частности – теория Т. Парсонса, У. Ростоу, модернизации через индустриализацию, глобализацию и демократию. Поскольку практически все они родились в странах западной «демократии», то в их основу была положена либеральная вера в неминуемый прогресс и совершенство американских ценностей.

Конечно, проблема выбора теоретической канвы российских реформ выходит за рамки заявленной в статье темы. Более отчетливо роль экономики просматривается не в пропагандируемой властями теоретической канве преобразований, а в конкретном характере проводимой правительством *модернизации* и ее интерпретации отечественными авторами.

Приведем точку зрения популярного интерпретатора модернизации А.Г. Вишневского (в прошлом директора Института демографии ГУ ВШЭ), который исходил из того, что в западных странах развитой рыночной культуры модернизацию можно считать «эндогенной» и «сбалансированной» [1]. Автор не утруждает себя промыслительными ассоциациями с колониальным прошлым западных государств и ролью паразитического капитала в проведении модернизации, равно как и не питается упомянуть о многочисленных попытках ослабить Россию путем экономических санкций и всякого рода «удавок».

Упомянутый автор формулировал свою позицию в то время, когда уже была осуществлена эпохальная модернизация в Китае и проведены исторические экономические реформы в странах Персидского залива и Юго-Восточной Азии. Показательно отношение к западным образцам модернизионных процессов, бывшим премьер-министром Малайзии: «азиатские страны могут и должны проводить модернизацию без принятия всех или хотя бы части ценностей европейской цивилизации» [1].

Требует реакции позиция хотя и даровитого, но русофобски настроенного аналитика – В. Иноземцева, который в своем опусе «Несовременная

страна. Россия в мире XXI века» [3] пришел к однозначному выводу о том, что его стране без исторических потрясений или системных изменений не удастся изменить исторический тренд развития, продолжающийся со времен Чингисхана. При этом «прорицатель» ни одним словом не обмолвился о хронике тысячелетней войны Запада против России, будто ему неизвестен факт о наличии немецкого, английского, французского, итальянского и турецкого кладбищ в одном лишь Севастополе, что его альма-матерью вовсе и не является МГУ им. Ломоносова и он никогда не являлся консультантом отдела истории и теории социализма теоретического журнала «Коммунист».

Памятуя об уникальной полисемии понятия «модернизация», объемлющей разнокачественные проблемы природы и общества, логично поддержать идею именно *многомерности (многовариантности)* определения термина модернизация с выделением, кроме экономических и социальных критериев, также исторических, географических, культурно-цивилизационных и других аспектов, обычно остающихся вне сферы внимания экономистов.

Вполне адекватное представление о содержании исследовательских подходов к осмыслению рассматриваемого феномена можно почерпнуть из трудов отечественных авторов, прежде всего, из материалов «круглого стола» «Российская модернизация: проблемы и перспективы» [3, с. 3-39] и др. Без распространенного в научной полемике «дисциплинарного сnobизма» авторы, представляющие различные области научного знания подробно изложили свое «парциальное», подчас не бесспорное, видение модернизации.

Таким образом, изложенные соображения позволяют исходить из многомерных, многокритериальных представлений о сущности феномена «модернизация», не сужая ее смысл экономическими «тисками». С одной стороны, подобное, почти аксиоматическое утверждение в научной литературе не опровергается и, более того, сам феномен чаще всего ассоциируется с эволюционным, исторически растянутым процессом обновления государства, отрасли или даже отдельного предприятия, приведением его в соответствие с повышенными требованиями и нормативами. С другой – в абсолютном большинстве работ модернизация общества ассоциируется с интенсификацией процесса экономического воспроизведения, с созданием новых экономических институтов и форм, и в целом – к научно-технической революции.

Гораздо реже в центре внимания оказываются социальная, политическая и культурная модернизация. Данные аспекты модернизации для России сегодня особенно актуальны. Так, культурный капитал объемлет целую совокупность факторов, которые могут способствовать динамике всех модернизационных процессов.

Библиографический список

1. Вишневский А.Г. Серп и рубль. / А.Г. Вишневский. – М., 1998. – 430 с.
2. Иноземцев В. Несовременная страна. Россия в мире XXI века / В. Иноземцев. – М.: Альпина-Паблишер, 2018. – 406 с.
3. Минакир П.А. Системные трансформации в экономике / П.А. Минакир. – Владивосток. Дальнаука, 2001. – 535 с.
- .

**S.Yu. Kornekova,
Yu.N. Gladky,
St. Petersburg, Russia**

On the multidimensionality of the transformation model Russian economy

The point of view on the essence of modernization of the Russian economy and the connection with the policy of monetarism is presented. The opinion is defended that modernization covers all spheres of public life – economic, social, ideological, legal, political, cultural, environmental, etc.

Keywords: economics, modernization, monetarism.

А.М. Малинин, Н.Н. Константинова,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
Т.М. Белова,
Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина
alexmalinin46@mail.ru

УДК 379.831

Подходы к оценке социальной эффективности рекреационного кластера

В статье рассмотрены подходы к оценке социальной эффективности рекреационного кластера через степень удовлетворенности рекреантов уровнем обслуживания, реализуемого резидентами рекреационного кластера.

Ключевые слова: рекреационный кластер, социальная эффективность.

Социальная эффективность Э рекреационного кластера может быть оценена через степень удовлетворенности рекреантов уровнем обслуживания Y , реализуемого резидентами рекреационного кластера, с помощью формулы

$$\varTheta = Y = \frac{U \sum_i a_{ui} \times b_{ui} + P \sum_j a_{pj} \times b_{pj} + D \sum_n a_{dn} \times b_{dn} + M \sum_v a_{mv} \times b_{mv} + L \sum_s a_{ls} \times b_{ls}}{U \sum_i a_{ui} + P \sum_j a_{pj} + D \sum_n a_{dn} + M \sum_v a_{mv} + L \sum_s a_{ls}} \quad (1)$$

где: a_{ui} – весовой коэффициент (в долях единицы, по экспертной оценке), характеризующий вес i -го компонента из показателей оценки уровня работы транспортного предприятия U

a_{pj} – весовой коэффициент (в долях единицы), характеризующий вес j -го компонента из показателей оценки уровня работы предприятия размещения P .

a_{dn} – весовой коэффициент (в долях единицы), характеризующий вес n -го компонента из показателей оценки уровня работы в специализированном предприятии питания (ресторан, кафе) D .

a_{mv} весовой коэффициент (в долях единицы), характеризующий вес v -го компонента из показателей оценки уровня работы предприятия по организации досуга M .

a_{ls} весовой коэффициент (в долях единицы), характеризующий вес n -го компонента из показателей оценки уровня работы по организации и представлению лечебно-оздоровительных мероприятий L , как плановых, так и дополнительных, в том числе, и на территории предприятия размещения.

b_{ui} , b_{pj} , b_{dn} , b_{mv} , b_{ls} – балльная оценка, поставленная рекреантами, (в долях единицы, среднее арифметическое из оценок рекреантов с округлением до 10^{-2}), по каждому из показателей.

Веса (весовые коэффициенты компонент обслуживания) определены экспертурно (20 экспертов – 12 практических работников и 8 сотрудников профильных НИИ и ВУЗов), балльная оценка рассчитывалась как среднее по опросу 512 рекреантов, не дифференцируемых по половозрастным признакам. Результаты оценки представлены в таблице.

Оценка уровня удовлетворенности посетителей рекреационного кластера качеством предоставляемых услуг

КОМПОНЕНТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯМИ И ОРГАНИЗАЦИЯМИ, ВХОДЯЩИМИ В КЛАСТЕР (РЕЗИДЕНТАМИ КЛАСТЕРА)	ВЕС (B) (весовой коэффициент по экспертной оценке)	Оценка в баллах (Б) (удовлетворенность рекреантов, в долях единицы, на интервале 0,0 – 1,0)	Взвешенная оценка $a_{vw} \times b_{vw}$ (P × Б)	Интегральная оценка $Y_{dr} = \sum a_{vw} \times b_{vw}$
1. Транспорт	U	0,15		0,78
Трансфер прибытия-убытия	a_{ui}	0,4	b_{ui}	0,36
Трансфер экскурсионный		0,3		0,23
Иные транспортные услуги (кар- и сим-шеринг и др.)		0,1		0,06
Обслуживание рекреантов маломобильных категорий		0,2		0,13
2. Размещение с питанием в гостинице*	P	0,35		0,8
Соответствие отеля заказанному**	a_{pj}	0,1	b_{pj}	0,1
Соответствие номера заказанному***		0,15		0,14

Окончание табл.

КОМПОНЕНТЫ ОСЛУЖИВАНИЯ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯМИ И ОРГАНИЗАЦИЯМИ, ВХОДЯЩИМИ В КЛАСТЕР (РЕЗИДЕНТАМИ КЛАСТЕРА)	ВЕС (B) (весовой коэф- фициент по экс- пертной оценке)	Оценка в баллах (Б) (удовлетворен- ность рекреантов, в долях единицы, на интервале 0,0 – 1,0)	Взве- щенная оценка $a_{vw} \times b_{vw}$ (P × Б)	Инте- гральная оценка $Y_{dr} = \sum a_{vw} \times b_{vw}$
Состояние и оборудование номера	0,12	0,9	0,11	
Уровень обслуживания в номере	0,1	0,75	0,08	
Соответствие типа услуг питания за- казанному (BB, HB, Alincl)	0,15	0,85	0,08	
Разнообразие меню и наличие специа- лизированных меню	0,12	0,8	0,1	
Наличие баров и буфетов в гостинице	0,06	0,6	0,04	
Уровень обслуживания в подразделе- ниях питания	0,1	0,6	0,06	
Наличие дополнительных услуг в гост- инице	0,1	0,9	0,09	
3. Питание в специализированном предприятии питания (ресторан, кафе)	D 0,3			0,78
Разнообразие меню и наличие специа- лизированных меню	0,2	0,8	0,16	
Наличие фирменных блюд и блюд национальных кухонь	0,2	0,75	0,15	
Уровень обслуживания	0,1	0,8	0,08	
Возможность организации специали- зованных мероприятий	0,05	1,0	0,05	
Наличие бара	0,15	0,8	0,12	
Наличие живой музыки	0,1	0,8	0,08	
Интерьер и уровень комфорtnости	0,2	0,7	0,14	
4. Организация досуга на специализи- рованном предприятии	M 0,05			0,77
Экскурсионные туры общеобразова- тельной направленности	0,3	0,85	0,26	
Специализированные экскурсионные туры (в том числе, по заявкам рекреантов)	0,3	0,9	0,27	
Организация просветительской, кон- цертно-развлекательной, иной досуго- вой деятельности	0,4	0,75	0,24	
5. Организация лечебно-оздорови- тельных мероприятий	L 0,15			0,79
Специализированные услуги, в том числе, СПА, бассейн, услуги медицин- ского туризма.	0,6	0,75	0,45	
Медицинское сопровождение проводи- мых мероприятий	0,4	0,85	0,34	

* При размещении рекреантов в хостеле оценка идет по другим параметрам

** Например, бронировался отель на первой линии, а размещение происходит в отеле на второй линии, или вместо отеля 4* размещение происходит в отеле 2*-3*

*** Например, бронировался номер с видом на море, а предоставлен номер с видом на другой ландшафт

$$\text{Обозначим } \begin{aligned} \sum_i a_{ui} \times b_{ui} &= \sum_i u_i; & \sum_j a_{pj} \times b_{pj} &= \sum_j p_j \\ \sum_n a_{dn} \times b_{dn} &= \sum_i u_i; & \sum_v a_{mv} \times b_{mv} &= \sum_v m_v; & \sum_f a_{ls} \times b_{ls} &= \sum_f l_s \end{aligned}$$

Тогда

$$Y = U \sum_i a_{ui} \times b_{ui} + P \sum_j a_{pj} \times b_{pj} + D \sum_n a_{dn} \times b_{dn} + M \sum_v a_{mv} \times b_{mv} + L \sum_f a_{ls} \times b_{ls} = U \sum_i u_i + P \sum_j p_j + D \sum_n n_i + M \sum_v m_v + L \sum_f l_s \quad (2)$$

Знаменатель в формуле (1) описывает «безупречную» работу всех организаций, включенных в состав кластера (составляющих кластер). При этом все **b** становятся равными 1.

Так как, по определению, $\sum_v a_{uv} = \sum_f a_{us} = \sum_i a_{ui} = \sum_j a_{uj} = \sum_n a_{un} = 1$ и $U + P + D + M + L = 1$, то знаменатель в формуле (1) равен 1.

Можно заключить, что социальная эффективность Э рекреационного кластера, определяется как удовлетворенность рекреантов уровнем сервиса, предоставляемого кластером рекреационной направленности согласно формуле (2):

$$\begin{aligned} \mathcal{E} = Y &= 0,15 \times 0,78 + 0,35 \times 0,8 + 0,3 \times 0,78 + 0,05 \times 0,77 + 0,15 \times 0,79 \\ &= 0,12 + 0,28 + 0,23 + 0,04 + 0,12 = 0,79 \end{aligned}$$

Библиографический список

1. Малинин А.М. Взаимодействие рекреационной и коммунальной инфраструктур дестинации как фактор социально-экономического развития региона / А.М.Малинин, Т.М.Белова // Гуманитарные науки и вызовы нашего времени: сборник научных статей по итогам V Всероссийской (национальной) научной конференции с международным участием 9-10 марта 2023 года. – Санкт-Петербург: СПб ГЭУ, 2023.
2. Малинин А.М. Рекреационный кластер дестинации как фактор социально-экономического развития региона / А.М.Малинин, Т.М.Белова. – Известия СПб государственного экономического университета, 2023 – № 3 (141) – С. 98-102.
3. Константинова Н.Н. Модификация алгоритма расчета экономической эффективности социального управления / Н.Н. Константинова, А.М. Малинин // Вестник Российской академии естественных наук. Серия экономическая. – 2011 – № 15(2) – С. 103-105.

A. Malinin, N. Konstantinova, T. Belova,
St. Petersburg, Russia

Approaches to assessing the social efficiency of a recreational cluster

Approaches to assessing the social effectiveness of a recreational cluster through the degree of satisfaction of recreational residents with the level of service provided by residents of the recreational cluster are discussed in the article.

Keywords: *recreational cluster, social efficiency.*

А.Н. Романова,
Южный Федеральный университет

УДК 659

«Прямая линия губернатора ...» – инструмент формирования региональной повестки дня

В статье анализируются региональные интерактивные проекты «губернатор – аудитория» как инструменты создания информационной повестки. Определены факторы, влияющие на формирование публичного перечня вопросов, актуального для того или иного местного сообщества.

Ключевые слова: «прямая линия», региональное телевидение, «повестка дня», интерактивность.

На современном этапе в научном сообществе тема информационной повестки дня актуализировалась (повестка дня – перечень тем и вопросов, рассматриваемых «участниками той или иной части публичного пространства в качестве наиболее значимых» [1, с. 534], при этом значимость должна подтверждаться «всеми либо большинством акторов» [2, с. 461]). Поскольку стремительно обновились факторы, влияющие на её формирование. К ним стоит отнести государственную пропаганду, которая в последние несколько лет приобрела буквально агрессивный характер, вынужденное/добровольное лояльное отношение к власти федеральных и региональных СМИ, а также «сетевой характер современного общества» [1, с. 534].

Отдельного внимания, на наш взгляд, заслуживают региональные повестки дня, создаваемые посредством интерактивных губернаторских «линий». Местные программы демонстрируют уникальный перечень тем и вопросов, поскольку к эфирам «подключена» аудитория – сетевая и телевизионная: используются разнообразные каналы обратной связи. Региональные выпуски «чиновник – журналист – зритель» – единственные в российском медиапространстве предоставляют возможность регулярно в реальном времени обсуждать насущные вопросы представителей того или иного местного сообщества.

Показателен проект «Прямая линия с губернатором Василием Голубевым» (телеканал «ДОН-24», Ростовская область), в котором обсуждаются не только уже существующие в информационном поле значимые проблемы региона, но и обнаруживаются новые. Так, в выпуске от 07.09.2023 года [3] ключевыми темами стали: помочь жителям центральной части города, дома которых пострадали от падения сбитых украинских БПЛА, дефицит бензина в Ростовской области, пробки в южном ме-

гаполисе, нехватка мест в школе села Красный Крым, задержка региональных выплат участникам СВО, подтопление ростовских дачных товариществ. Первые три темы (беспилотники, бензин, пробки) в аналогичный период фигурировали и в других СМИ региона (телерадиокомпания «Дон-ТР», сайты 161.ru, bloknot-rostov.ru, donnews.ru, агентство Интерфакс – ЮГ), остальные вопросы (школы, выплаты, подтопления) местные жители озвучили с помощью интерактивных каналов обратной связи (мобильный чат, комментарии в социальной сети, видеозвонки). В последующие дни «проблемы телезрителей» стали инфоповодами для разнообразных журналистских материалов в различных медиа, что обновило региональную повестку дня.

Всего было проанализировано 12 интерактивных выпусков с участием губернатора Ростовской области на канале «Дон-24» (вышедших в период с 2020 по 2023 годы). В каждом из них количество вопросов, уже отражённых в различных медиа субъекта, варьировалось на уровне 40%-50%, а эксклюзивные темы, впервые озвученные телезрителями, составили 50%-60%. Таким образом губернаторские «прямые линии» формируют особую информационную повестку дня – делают её более злободневной, понятной жителям региона и значимой. Определяющим фактором становится активность аудитории, реализующей возможность публичного диалога в прямом эфире с представителем власти, а также локальность проблемного дискурса.

Библиографический список

1. Каминченко Д.И. Взаимодействие средств массовой информации и общества: Анализ информационных повесток дня / Д.И. Каминченко // Вопросы журналистики, педагогики, языкоznания. – 2020. Т. 39, № 4. – С. 533-544.
2. Лушанкин С.С. Категория «повестка дня» в структуре политического процесса: Понятие «политической повестки дня» и модели ее формирования / С.С. Лушанкин // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. – 2017. Т. 1, №4. – С. 456-465.
3. Прямая линия с Василием Голубевым [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HXmd9d0JgzM> (дата обращения: 10.01.2024).

A. Romanova,
Rostov-on-Don, Russia

The Governor's Direct Line is a tool for shaping the regional agenda

The article analyzes regional interactive projects "governor – audience" as tools for creating an information agenda. The factors influencing the formation of a public list of issues relevant to a particular local community have been identified.

Keywords: "direct line", regional television, "agenda", interactivity.

Я.С. Семенок, С.С. Сафина,
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
safina.sazhida@mail.ru

УДК 33.332

Автомобильные кластеры Китая

В статье рассматривается влияние кластерной политики, проводимой КНР (Китайская Народная Республика) на автомобильную отрасль страны. Анализируется деятельность и специализация кластера «Дельты реки Янцзы», а в частности крупных автомобильных компаний, базирующих своё производство в регионе.

Ключевые слова: Китай, кластерная политика, Дельта реки Янцзы, автомобильная отрасль.

Как известно, Китай ежегодно наращивает объёмы производства легковых автомобилей, что наглядно демонстрирует статистика последних лет. По данным за 2022 год доля экспорта машин и оборудования составила 47,7%, далее с отставанием идут текстильная отрасль (10,5%), продукция металлообработки (7,1%).[4]. Способствует этому множество факторов, одним из которых является успешная кластерная политика Китая в сфере автомобилестроения. Кластерная политика Китая в автомобилестроении направлена на развитие целых регионов, специализирующихся на производстве автомобилей и компонентов к ним. Такие регионы называются автомобильными кластерами. Они объединяют производителей автомобилей, поставщиков компонентов, научно-исследовательские институты и образовательные учреждения. Большое внимание в данных регионах уделяется развитию транспорта на альтернативных источниках энергии, этому способствует перманентно увеличивающееся финансирование государства в НИОКР.

Активное развитие отрасли связано с началом реформирования экономики в 1978 году. Правительство способствует привлечению иностранных инвестиций и активно развивает международную торговлю. Результатом нового курса стал быстрый рост экономики Китая, особенно в прибрежных провинциях [1]. В стране выделяется 6 основных автомобильных кластеров: Дельта реки Янцзы, Дельта Жемчужной реки, Центральный район, Северо-Восточный регион, Пекин-Тянцзинь-Хэбэй, Сычуань и Чунцин [2]. Регион дельты реки Янцзы сосредоточен на SAIC, включая SAIC Volkswagen, SAIC-GM, SAIC Passenger Cars. В последние годы также были представлены важные компании по производству новых энергетических транспортных средств, такие как Tesla, Li Auto и NIO (в дополнение к Jiangsu). Регион «Дельты реки Янцзы» производит по-

рядка 20% всей автомобильной продукции страны. Это обуславливает со- средоточение здесь ряда промышленных предприятий, так или иначе связанных с автомобилестроением и, предприятий по производству деталей, в частности. Например, в этом кластере расположено 49 заводов и 2189 компаний по производству запчастей. Это связано с тем, что в автомобильной промышленности существует высокая степень разделения труда: автомобильные компании осваивают основные технологии, а их основная работа в производстве – сборка. Автомобильный завод также является сборочным предприятием, включающим четыре крупных цеха: штамповочный, сварочный, покрасочный и окончательной сборки. Теоретически, отсутствие листового металла для штамповки или деталей для конструкции и сварки, или отсутствие краски для покраски приведет к тому, что автомобильные компании остановят производство. Тем не менее, в кластерном районе «Дельты реки Янцзы» поставки налажены успешно, что обеспечивает лидерство района в вопросе автомобилестроения. Например, провинция Аньхой на законодательном уровне провозгласила автомобильную отрасль как приоритетную в регионе. Входящая в экономически значимый регион «Дельты реки Янцзы» провинция в настоящий момент ориентирована на лидерство в инновационной сфере, повышение инвестиционного климата, расширение производственных цепочек кластера и провинции, в частности. Сейчас в провинции автомобили на альтернативных источниках энергии производят 3 компании: Weilai, Volkswagen и BYD [3].

Доля других автомобильных кластеров значительно уступает «Дельте реки Янцзы», но их роль в развитии отрасли значительна. Каждый из кластеров специализируется на производстве определенных типов автомобилей и компонентов к ним. Например, Шанхайский автомобильный кластер занимается производством легковых автомобилей и грузовиков, а Чунцинский автомобильный кластер – производством автомобилей среднего класса. Три восточные провинции (Пекин-Тяньцзинь-Хэбэй), ядром которых являются FAW и BMW Brilliance, – это место, где зародилась автомобильная промышленность Китая. Крупнейшие автомобильные компании здесь: BAIC, FAW, Great Wall.

Таким образом, наиболее успешные по производству и продаже автомобилей компании располагаются именно в кластерных районах, что подтверждает гипотезу об успешности государственной кластерной политики, проводимой китайским правительством. Кластерная политика автомобилестроения способствует снижению затрат на производство автомобилей и компонентов к ним, развитию научно-технического потенциала и повышения квалификации кадров, увеличению конкурентоспособности китайского автопрома на мировом рынке.

Библиографический список

1. Амосов М.И., Сафина С.С. Азиатско-Тихоокеанский регион. Страны и флаги / М.И. Амосов, С.С. Сафина. – Санкт-Петербург, СПбГУ, 2018. – 168 с.
2. Аньхой законодательно регулирует развитие кластерной автомобильной промышленности на новых источниках энергии [Электронный ресурс] – URL: http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202401/t20240102_434038.html (дата обращения: февраль 2024).
3. В каких провинциях и городах в основном расположена сеть автомобильной промышленности Китая? // [Электронный ресурс] – URL: <http://www.evinchina.com/newsshow-1962.html> (дата обращения: февраль 2024).
4. Production of cars in China from 2010 to 2022, by type [Electronic resource] – Access mode: <https://www.statista.com/statistics/281133/car-production-in-china/> – language English (дата обращения: февраль 2024).

I.S. Semenok, S.S. Safina,
St. Petersburg, Russia

Automotive clusters in China

The article examines the impact of the cluster policy pursued by the PRC (People's Republic of China) on the country's automotive industry. The activities and specialization of the Yangtze River Delta cluster are analyzed, and in particular large automobile companies basing their production in the region.

Keywords: People's Republic of China, cluster policy, Yangtze River Delta, automotive industry.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Абубакарова Бриллиант Магомедовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка №1, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Агеев Сергей Валерьевич, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка №1, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Аксенов Кирилл Владимирович, кандидат политических наук, доцент кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Алексеева Светлана Петровна, старший преподаватель кафедры английского языка №2, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Амосов Михаил Иванович, кандидат географических наук, доцент кафедры физической географии и ландшафтного планирования, Санкт-Петербургский государственный университет.

Антонова Ксения Николаевна, кандидат филологических наук, заведующий кафедрой английского языка №2, доцент, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Багдасарян Диана Арциуновна, ассистент кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью, аспирант кафедры социологии и управления персоналом, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Балабейкина Ольга Александровна, кандидат географических наук, доцент кафедры региональной экономики и природопользования, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Балашова Елена Юрьевна, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков, Саратовская государственная юридическая академия.

Белова Татьяна Михайловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления, Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина.

Бомбин Андрей Юрьевич, старший преподаватель кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью, зам. директора Центра сопровождения научной деятельности, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Баранова Ольга Игоревна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков № 1, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Верезубова Екатерина Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Видишева Светлана Константиновна, старший преподаватель кафедры английского языка естественных факультетов ФСК, Белорусский государственный университет.

Войлокова Елена Аркадьевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры английского языка № 1, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Воскресенская Ирина Никитична, старший преподаватель кафедры иностранных языков № 1, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Воспитанник Ирина Владимировна, кандидат психологических наук, доцент кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Вострикова Ирина Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Гладкий Юрий Никифорович, доктор географических наук, профессор, член-корреспондент РАО, заведующий кафедрой экономической географии Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена

Голотвина Наталия Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Горохова Наталья Эдуардовна, кандидат психологических наук, доцент кафедры английского языка №2, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Грошкова Илона Александровна, ассистент кафедры английской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Гуль Наталия Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Гультяева Галина Сергеевна, кандидат искусствоведения, доцент кафедры восточных языков, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Дугарова Светлана Базаржаповна, кандидат философских наук, доцент кафедры восточных языков, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Езан Ирина Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры немецкой филологии, Санкт-Петербургский государственный университет.

Елистратова Елена Николаевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Ефимов Артур Вадимович, аспирант, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ).

Герасименко Ольга Владимировна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Громова Ольга Борисовна, кандидат технических наук, доцент кафедры «Экологическая безопасность технических систем», Московский политехнический университет.

Громова Анастасия Викторовна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры массовых коммуникаций, Российской университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы.

Гулова Екатерина Константиновна, старший преподаватель кафедры английского языка №1, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Дугарова Светлана Базаржаповна, кандидат философских наук, доцент кафедры восточных языков, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Ицкарь Кристина Станиславовна, библиограф, Научная библиотека, Петрозаводский государственный университет.

Казачкова Юлия Александровна, ассистент кафедры английской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Каринэ Самвеловна Гаврилова, старший преподаватель кафедры региональной экономики и природопользования, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Киселева Светлана Владимировна, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Клепикова Татьяна Альбертовна, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Коннова Мария Николаевна, доктор филологических наук, доцент, профессор ОНК «Институт образования и гуманитарных наук», Балтийский федеральный университет им. И. Канта.

Кононова Инна Владимировна, доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Константинова Наталья Николаевна, профессор кафедры региональной экономики и природопользования, доктор экономических наук, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Кормилина Наталья Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, декан факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковleva.

Корнекова Светлана Юрьевна, доктор географических наук, профессор кафедры региональной экономики и природопользования, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Корнилова Евгения Евгеньевна, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Кривоносов Алексей Дмитриевич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой коммуникационных технологий и связей с общественностью гуманитарного факультета, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Кривцова Евгения Владимировна, кандидат психологических наук, доцент кафедры социологических наук социально-психологического института, Кемеровский государственный университет.

Куляшова Наталья Михайловна, кандидат физико-математических наук, доцент кафедры фундаментальной информатики, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва.

Ломакина Анастасия Андреевна, кандидат филологических наук, доцент Высшей школы (факультета) телевидения, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова.

Ломоносова Анна Леонидовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Маевская Вера Аркадьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка №2, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Малеева Наталия Михайловна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Малинин Александр Маркович, доктор экономических наук, профессор кафедры региональной экономики и природопользования, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Медведников Сергей Анатольевич, старший преподаватель кафедры коммуникационных технологий и связи с общественностью, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Милованова Галина Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры физического материаловедения, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва.

Московкин Леонид Викторович, доктор педагогических наук, профессор кафедры русского языка как иностранного и методики его преподавания, Санкт-Петербургский государственный университет.

Набирухина Анна Вадимовна, кандидат филологических наук, заведующий кафедрой английского языка № 1, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Нильсен Евгения Александровна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой английской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Новикова Елена Николаевна, старший преподаватель кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Орлянская Мария Николаевна, аспирантка кафедры иностранных языков, Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина).

Палехова Ольга Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Панкова Ирина Михайловна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Полякова Светлана Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический факультет.

Прутких Татьяна Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры восточных языков, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Размашкин Игорь Юрьевич, кандидат филологических наук, доцент кафедры общественных наук (отделение русского языка и литературы), Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Рассохина Ирина Юрьевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры коммуникационных технологий и связей с общественностью, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Рафикова Надежда Ниазовна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры иностранных языков, Мурманский арктический университет, экскурсовод Военно-морского музея Северного флота.

Решетняк Наталья Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Романова Ангелина Николаевна, аспирант, Южный Федеральный университет.

Сафина Сажида Сарваровна, кандидат географических наук, доцент кафедры региональной экономики и природопользования, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Семенихина Мария Васильевна, старший преподаватель кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Середа Елена Александровна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой лингвистики и переводоведения, Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики.

Сергань Дарья Олеговна, аспирант, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ).

Ситникова Татьяна Валерьевна, старший преподаватель кафедры английского языка естественных факультетов ФСК, Белорусский государственный университет.

Смирнов Данил Дмитриевич, генеральный директор «TWOX design studio».

Сороколетова Наталья Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики перевода и лингвистики, Волгоградский государственный университет.

Суслова Екатерина Геннадьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Тепкеева Вероника Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка №1, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Тимралиева Юлия Геннадьевна, доктор филологических наук, заведующий кафедрой романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Федюковская Мария Георгиевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Педагогика и психология», Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики.

Федюковский Александр Анатольевич, кандидат филологических наук, доцент высшей школы «Лингводидактика и перевод», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого.

Фомкин Михаил Семенович, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Фрейдсон Ольга Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры романо-германской филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Хабдаева Аюна Константиновна, доктор философских наук, профессор кафедры восточных языков, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Ходинская Мария Витальевна, старший преподаватель кафедры английского языка ФСК, Белорусский государственный университет.

Шипова Ирина Алексеевна, доктор филологических наук, профессор кафедры немецкого языка, Московский педагогический государственный университет.

Шугаева Наталья Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой английской филологии и переводоведения, Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я.Яковлева.

Янковская Анна Андреевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры региональной экономики и природопользования, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Ястребова Юлия Валерьевна, старший преподаватель кафедры романо-немецкой филологии и перевода, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Студенты и магистранты

Аджиева Забия Гамзатовна, магистрантка направления «Лингвистика», профиль «Межкультурная коммуникация: переводоведение и лингводидактика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Андреевская Алина Алексеевна, студентка направления «Реклама и связи с общественностью», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Антипенко Олеся Игоревна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Байбикова Эльвина Ринатовна, магистрантка направления «Лингвистика», профиль «Межкультурная коммуникация: переводоведение и лингводидактика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Бардашевич Алиса Андреевна, студентка 4 курса направления «Реклама и связи с общественностью», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Виноградова Валерия Юрьевна, студентка направления «Реклама и связи с общественностью», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Волков Сергей Викторович, студент направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Гарманова Мария Максимовна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Григорьева Варвара Александровна, студентка направления «Лингвистика», гуманитарный факультет, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Исаенко Кристина Сергеевна, студентка направления «Зарубежное регионоведение», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Жирова Елизавета Владимировна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Крючкова Полина Константиновна, студентка направления «Реклама и связи с общественностью», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Леонтович Ксения Олеговна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Машко Игнатий Кириллович, магистрант направления «Лингвистика», профиль «Межкультурная коммуникация: переводоведение и лингводидактика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Манахова Софья Олеговна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Меньшов Иван Сергеевич, студент направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Мухина Николь Константиновна, студентка направления «Реклама и связи с общественностью», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Набиева Эвелина Тимуровна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Панкова Василиса Юрьевна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Патрашова Арина Дмитриевна, студентка направления «Зарубежное регионоведение», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Петрова Полина Борисовна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Полев Владимир Павлович, студент направления «Реклама и связи с общественностью», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Постнова Вера Александровна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Пропадалина Дарья Юрьевна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Пятак Юлия Андреевна, маркетолог Автономной некоммерческой организации учебного центра дополнительного профессионального образования «Академия», студентка направления «Реклама и связи с общественностью» Социально-психологического института Кемеровского государственного университета.

Раскова Маргарита Александровна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Рыбаков Матвей Константинович, студент направления «Зарубежное Регионоведение», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Саакян Дуся Андраниковна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Сапронова Софья Юрьевна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Семенок Яна Сергеевна, студентка кафедры региональной экономики и природопользования, Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Становихина Александра Ивановна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Теплякова Алиса Андреевна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Уфимцева Ксения Андреевна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Халилова Вероника Руслановна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Царева Мария Алексеевна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Шеина Екатерина Алексеевна, студентка направления «Международные отношения», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Эпова Александра Вячеславовна, студентка Высшей школы лингвистики, Балтийский федеральный университет им. И. Канта.

Ююкина Мария Эдуардовна, студентка направления «Лингвистика», Санкт-Петербургский государственный экономический университет.

Научное издание

ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ И ВЫЗОВЫ НАШЕГО ВРЕМЕНИ

Сборник научных статей
по итогам VI Всероссийской (национальной) научной конференции
с международным участием

Санкт-Петербург

14-15 марта 2024 г.

Верстка Ю.К. Трубкиной

Подписано в печать 08.05.2024. Формат 60×84 1/16.
Усл. печ. л. 14,75. Тираж 500 экз. Заказ 291.

Издательство СПбГЭУ. 191023, Санкт-Петербург,
наб. канала Грибоедова, д. 30-32, лит. А.

Отпечатано на полиграфической базе СПбГЭУ