



**ПОЛИТЕХ**  
Санкт-Петербургский  
политехнический университет  
Петра Великого



**ПОЛИТЕХ**  
Гуманитарный институт

*Сборник материалов  
IV Всероссийской молодежной  
научно-практической конференции*

*Политехническая Весна*  
**ГУМАНИТАРНЫЕ  
НАУКИ**

*2 – 3 апреля 2021*

*Санкт-Петербург*

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ  
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПЕТРА ВЕЛИКОГО

---

# ПОЛИТЕХНИЧЕСКАЯ ВЕСНА

## ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

Материалы Всероссийской  
молодежной научно-практической конференции

Санкт-Петербург  
2–3 апреля 2021 года



**ПОЛИТЕХ-ПРЕСС**

Санкт-Петербургский  
политехнический университет  
Петра Великого

Санкт-Петербург

2021

ББК 60  
П50

**Политехническая весна. Гуманитарные науки** : материалы Всероссийской молодежной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 2–3 апреля 2021 года / под общ. ред. Н. И. Алмазовой, Ф. И. Валиевой. – СПб. : ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. – 484 с.

В сборник включены статьи студентов, аспирантов и молодых специалистов российских вузов. Материалы отобраны по результатам работы секций IV Всероссийской молодежной научно-практической конференции «Политехническая весна. Гуманитарные науки» (Санкт-Петербург, 2–3 апреля 2021 года). В публикациях затрагиваются актуальные вопросы гуманитарного знания, включая различные аспекты лингвистики и лингводидактики, современного литературоведения и перевода, издательского дела, актуальных вопросов цифровой педагогики и других разделов.

Представляет интерес для специалистов в различных областях гуманитарных наук, для учащихся и преподавателей университетов и общеобразовательных школ, всех, стремящихся к совершенствованию системы гуманитарного образования.

Редакционная коллегия:

Ф. И. Валиева (отв. ред.), М. В. Абакумова, М. П. Агафонова,  
О. В. Анисимова, Т. Ю. Волошинова, Е. Б. Гулк, А. В. Дмитриев,  
Е. А. Иванова, Н. М. Каткова, Е. С. Ключкова, А. М. Крундышева,  
А. Ф. Мамлеева, М. А. Солошенко

Печатается по решению  
Совета по издательской деятельности Ученого совета  
Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

ISBN 978-5-7422-7383-7

© Санкт-Петербургский политехнический  
университет Петра Великого, 2021

## МАТЕРИАЛЫ ПЛЕНАРНОГО ЗАСЕДАНИЯ

Всероссийской молодежной научно-практической конференции  
«Политехническая весна. Гуманитарные науки» (2-3 апреля 2021 г.)

УДК 80

**И.С. Макарова**

Санкт-Петербургский государственный технологический институт

### **Топика западноевропейской культуры: Мировое Древо, Rosa Mundi, Корабль**

**Аннотация.** *Статья посвящена изучению своеобразия топики западноевропейской культуры на примере трех наиболее значимых ее составляющих – мифологем «Мировое Древо», «Rosa Mundi» и «Корабль», со временем перешедших в разряд топосов. В статье представлен обзор центральных символических значений, анализируемых топосов, в том числе предложена их классификация, заявлены основные инварианты, а также приведены примеры использования в контексте различных мифологических систем, впоследствии составивших основу западноевропейской культуры.*

**Ключевые слова:** *топика, западноевропейская культура, Мировое Древо, Rosa Mundi, Корабль*

Мифопоэтические образы «Мировое Древо», «Rosa Mundi» и «Корабль» являют собой одни из наиболее значимых компонентов не только западноевропейской, но и в целом мировой культуры. Однако именно в лоне последней они приобрели особое значение, со временем перейдя в категорию топосов, по определению немецкого исследователя Э.Р. Курциуса, представляющих собой некое клише, общую схему мысли и выражения, имеющую межкультурный и межвременной характер [1]. Опираясь на метод историко-литературного, интертекстуального, а также культурно-исторического анализа представляется возможным дать общую характеристику рассматриваемых явлений, указав на истоки их формирования и раскрыв их символическое содержание.

«Старшим» звеном анализируемой триады является Мировое Древо, традиционно считающееся воплощением универсальной концепции мира, получившим наибольшее по сравнению с другими мифопоэтическими образами распространение в мировом искусстве. Образ Древа зафиксирован практически повсеместно и представлен как в чистом виде, так и в многочисленных культурно-исторических вариантах. Образ Мирового Древа служит в первую очередь созданию глобальной картины мирового пространства, сводя воедино его бинарные оппозиции. Как отмечает в своем исследовании поэтики мифа Е. М. Мелетинский, «наиболее распространенной моделью космоса в целом, конкурирующей с антропоморфной..., является “растительная” модель в виде гигантского космического древа... <...> Космическое древо структурирует мир, созданный из антропоморфного первосущества» [2, с. 213].

Анализируя семантику мифа о Мировом Древе, французский лингвист Э. Бенвенист описывает данный концепт следующим образом: «Мир имеет середину, центр; в этом центре мира находится дерево, которое является основой мира, его осью, хранителем его жизненных сил; корни дерева уходят в подземное царство нижних, хтонических богов и духов, в царство

мертвых; ствол и пышная крона расположены в срединном мире, на земле; а верхние ветви упираются в небесный свод – область пребывания высших богов» [3, с. 16].

С наступлением эпохи бронзы у древних народов начинает формироваться более четкое представление о структуре мироздания, доминантой которого выступает Древо. Подобная тенденция обусловлена, прежде всего, географическим фактором: «На заре истории Европа была покрыта безбрежными первозданными лесами, и разбросанные там и сям расчищенные участки представляли собой островки в океане зелени» [4, с. 76]. Дж. Фрэйзер приводит немалый перечень безбрежных лесов, некогда покрывавших землю: Герцинский лес к востоку от Рейна, лес Андериды в юго-восточной части Англии, Циминийский лес, служивший естественной границей между Римом и Центральной Этрурией в IV веке до н.э., греческие леса Аркадии и т.д.

В египетской мифологии гигантское золотое дерево выступает в роли Оси Земли: его верхушка упирается в небесный свод, а на ветвях произрастают драгоценные камни и восседает небесная богиня Нут. Согласно древнеиндийской мифологии в центре вселенной произрастает священная смоковница, составные части которой соотносятся в упанишадах с различными частями макрокосма, а также с различными элементами социальных структур. Древние китайцы признавали культ Мирового Древа в образе неохватной шелковицы, на вершине которой живет петух, а на ветвях обитают десять солнц.

Одним из наиболее популярных в западноевропейской культуре воплощений Мирового Древа является германо-скандинавский ясень Иггдрасиль, отражающий вертикальную космическую проекцию мироздания, согласно которой связанными воедино оказываются три уровня вселенной: небо (Асгард), на котором находятся боги и располагается рай для павших воинов (вальхалла), земля (Мидгард), на которой обитают люди, и подземный мир, царство мертвых (хель). У основания этого дерева живут богини судьбы – норны и космический змей Нидхёгг. На макушке ясеня сидит мудрый орел, а по стволу бегают вещая белка.

Образ Мирового Древа сыграл организующую роль в формировании мифологических представлений древних народов не только об основных принципах устройства мироздания, но и о самих себе, этапах своей жизни и событиях, с ними связанных. Структура Древа ассоциировалась с основными зонами вселенной (пространственными и временными): небо – земля – подземное царство, прошлое – настоящее – будущее; генеалогической преемственностью поколений: предки – ныне живущие – потомки; анатомическими признаками человека: голова – туловище – ноги; тремя видами стихии: огонь – земля – вода.

Вертикальное деление Древа позволило соотнести с каждой его частью определенный вид животных: ветви – птицы, ствол – копытные, корни – змеи, лягушки, мыши, фантастические чудовища хтонического типа и т.п. Три яруса Древа (корни, ствол, вершина) также оказались тесно связаны с идеей зачатия и плодородия. Горизонтальная структура Мирового Древа соотнесена с различными ритуалами и их участниками. В горизонтальном отношении ключевым элементом является ствол, от которого по обе его стороны симметрично располагаются изображения животных и человеческих фигур. Подобная проекция вводит понятия четырех сторон света, времен года и времени суток и в

совокупности с вертикальной структурой превращается в универсальную, целостную модель культуры, отделяя мир космического от мира хаотического.

Многочисленные инварианты Мирового Древа могут быть представлены в составе трех основных групп, исходя из выполняемых ими функций: 1) космогонические (Древо жизни, Древо центра, Древо плодородия), 2) хтонические (Древо смерти, Древо зла, Древо подземного царства, Древо нисхождения) и 3) трансцендентальные (Небесное древо, Древо познания, Мистическое древо, Шаманское древо, Древо восхождения). Существует немало трансформаций и изофункциональных Древу образов, которые условно делятся на две группы: абстрактные (Ось мира, Мировой столп, Мировая гора, Мировой человек) и структурные (Храм, Триумфальная арка, Колонна, Обелиск, Трон, Лестница, Крест, Цепь).

Обращаясь к мифологеме «*Rosa Mundi*», выступающей в качестве одного из наиболее значительных мифопоэтических образов, широко представленных в западноевропейской живописи и литературе, процитируем Умберто Эко, определявшего *Rosa Mundi* «как символическую фигуру до того насыщенную смыслами, что смысла у нее почти нет» [5, с. 7]. Наиболее ранние упоминания *Rosa Mundi* относятся к древнеиндусским мифам. Статус розы был настолько высок, что согласно установленному обычаю любой принесший правителю этот цветок мог просить его выполнить свою просьбу. Роза также служила украшением храмов, ею усыпали дорогу, по которой следовали государи или статуи богов, розами платили дань царю. В домах индийской знати каналы, вырытые вдоль парковых дорожек, были наполнены лепестками роз, чтобы их аромат всегда оставался в воздухе. Миф гласит, что самая прекрасная на свете женщина, Лакшми, супруга Вишну, богиня красоты, появилась из розы, которая насчитывала 108 крупных и 1608 мелких лепестков, – с той поры роза стала почитаться как священный цветок, символ тайны и красоты.

Анализ символических значений мифологемы «*Rosa Mundi*» указывает на существенные трансформации, которые она претерпела за время своего существования. К примеру, в античности считалось, что алый цветок связан с возлюбленным Афродиты – смертным юношей Адонисом, тело которого богиня превратила в розы. Этому мифу обязан своим появлением обычай, получивший распространение среди влюбленных, – носить на голове венок из роз. Одновременно, согласно греко-римским обычаям, роза служила атрибутом веселья и праздника (розами убрали обеденные залы, украшали венки победителей, розы клали у подножия статуй богов). Этот цветок также символизировал печаль и скорбь (лепестками роз посыпали могилы и урны с прахом, во время траура было принято носить розу как символ бренности всего сущего).

С падением Рима роза превратилась в символ распущенности, низменных страстей, чувственной любви, плотских утех, утратив свое былое значение царственного цветка: в обеденном зале дворца Нерона, потолок и стены которого вращались при помощи специального механизма, изображая четыре времени года, на гостей сыпался дождь из лепестков роз, а во время одного из пиров императора Гелиогабала несколько патрициев задохнулись от аромата роз, в которых буквально утопали гости римского правителя.

Согласно арабским мифологическим представлениям роза является символом мужской красоты; исламская мифология также превращает розу в символ космической силы. В мусульманской традиции существует образ белой розы, появившейся из пота,

выступившего на пророке Мухаммеде во время его восхождения на небо. Вследствие этого считается, что роза обладает очистительной силой. Алая роза выступает как символ крови пророка, а также связана с его сыновьями Хасаном и Хусейном, которых называют «глазами» или «розами» Мухаммеда. В контексте еврейской каббалы роза – символ единства: «Центр цветка – это Солнце, лепестки – бесконечное, но гармоничное разнообразие природы» [6, с. 277].

В христианстве роза приобретает значение милосердия, божественной любви, мученичества и победы. В Средневековье, вытеснив лилию, она становится символом небесного блаженства, также выступая в качестве символа вечно меняющегося и открывающегося новыми гранями мира. В католицизме четки и особая молитва по ним получила название «Розарий», что «соотносится с размышлением о трех “пятеричах” – пяти “радостных”, пяти “скорбных” и пяти “славных” таинствах жизни Девы Марии» [7, с. 386], которая зачастую отождествляется с розой или имеет ее своим атрибутом.

Наиболее полный набор символических значений мифологемы «Rosa Mundi» включает в себя следующие: 1) сенсуальные (радость, любовь, удовольствие, блаженство), 2) качественные (красота, совершенство, изящество, пышность, аромат, мудрость), 3) эмотивные (хвала, слава, гордость, пламенность) и 4) сакральные (молитва, медитация, тайна, таинство, тишина).

Различные цвета розы, а также ее многообразные трансформации, в свою очередь, наделены особым символическим значением. К примеру, красная роза являет собой традиционный христианский символ земного мира. Этот образ также возможно трактовать как символизирующий восторг, стыдливость, желание, страсть, материнство, смерть, мученичество. Красная роза выступает в роли эмблемы Адониса, Афродиты, Венеры, Сафо (называвшей ее царицей цветов), связана с легендами о Диане и Флоре, а также служит знаком рода Ланкастеров.

Белая роза символизирует девственность, духовность, тишину, абстрактную мысль и является знаком дома Йорков. В эпоху Средневековья белая роза явилась символом скорбных событий Нового Завета. Вместе красная и белая розы символизируют союз огня и воды, являя тем самым образ единства противоположностей. Золотая роза – символ церкви (эмблема Папы Римского), небесного благословения, радости, совершенства. Серебряная ассоциируется с жилищем Брахмы. Голубая роза являет собой символ недостижимого идеала.

Шип розы олицетворяет собой страдание, смерть, а также символизирует грех: как гласит легенда, до грехопадения Адама и Евы в Райском саду произрастали розы без шипов. Богородица нередко именуется «розой без шипов», а также небесной или волшебной розой. Роза на кресте традиционно выступает в качестве символа Христовой смерти, однако крест в сочетании с пятью лепестками розы становится символом воскресения и радости, изображение розы в центре креста символизирует первоначальное мировое единство. Розетка в мусульманстве означает семь имен аллаха.

Гирлянда из роз – ангельский венец, блаженная душа, небесная радость, одновременно это атрибут Купидона и святой Цецилии. Схожий образ, венок из роз, символизирует награду за добродетель. Розовое дерево означает приют, в то время как

розовый сад – символ Нового Иерусалима. Символичным является и количество лепестков у цветка: четырехлепестковая роза – символ четвертичного деления космоса, пятилепестковая – микрокосма, в то время как шесть лепестков на розе означают макрокосм.

Наибольшую популярность начиная с XVII века приобрела эмблема тайного братства розенкрейцеров, на которой был изображен крест, увитый четырьмя розами, или деревянный крест с розой в центре. В символике оккультного ордена роза являла собою божественный свет вселенной, в то время как крест означал бранный мир, полный страданий. В соответствии с подобной трактовкой, розы, произрастающие на кресте, становятся символом воскрешения, а роза в центре креста символизирует четыре элемента и точку их единения – сердце Спасителя. Многочисленные лепестки розы – символы ступеней посвящения, принятых в ордене.

В заключении рассмотрим «младшее» звено анализируемой триады – Корабль. Своими корнями мифологема уходит в глубокую древность, будучи представлена в текстах, созданных в лоне различных культур. В совокупности они образуют «общую память» культурного коллектива и служат «средством дешифровки текстов, циркулирующих в современно-синхронном срезе культуры» [8, с. 675], а также генерируют новые. Древнейшие изображения кораблей обнаружены на стенах мегалитических могил эпохи неолита: высеченные рисунки могут быть поняты «как символы путешествия на острова блаженных» [9, с. 125]. Корабли с двойным штевнем, больше напоминающие сани, представленные на скандинавских наскальных рисунках бронзового века, трактуются как «символы космических процессов» [9, с. 125]. Рожденными в лодке считались месопотамские боги солнца – первые изображения появляются на аккадских печатях, датируемых третьим тысячелетием до н.э: «Небесная ладья переправляла бога в храм, венчающий Зиккурат, где он совершал священный обряд бракосочетания» [10, с. 57]. В корабле-полумесяце, согласно вавилонским преданиям, просторы Космоса бороздил бог Луны.

В иудаистической традиции важное символическое значение придается Ковчегу Завета, который представляет собой ларец, сделанный из акации и покрытый золотом, – он выступает в качестве символа Божьего покровительства. С приходом христианства отдельные части морского судна начали ассоциироваться с церковной постройкой: колокольня храма – мачта «церковного» корабля, контрфорс – штурвал, крест – якорь надежды. В этом контексте корабль стал выступать также в качестве символа жизненного пути человека. Корабль был выбран символом ряда христианских святых, среди которых апостол Петр, Святой Брендан (прозванный Мореплавателем), Святой Николай (покровитель моряков), а также Святая Урсула, с именем которой связана агиографическая легенда, повествующая о трехлетнем плавании одиннадцати кораблей. Многочисленные изображения корабля дошли до наших дней благодаря сохранившимся в римских катакомбах образцам христианской живописи: на таких рисунках мачта судна имеет форму креста, на вершине которого сидит голубь, а само судно покоится на спине гигантской рыбы, в раннем христианстве символизировавшей Спасителя.

Объемное образное поле, сформированное топосом «Корабль» в культуре стран Западной Европы, в составе своего ядра имеет три художественных образа: Ноев Ковчег, Корабль Дураков и Летучий Голландец. Истоки формирования первого из них



обнаруживаются в древнейшей мифологии и приводят к целому ряду так называемых делювиальных мифов, получивших распространение в различных культурах. Образ Ковчега жизни впервые оформляется в рамках шумеро-аккадской мифологии. Миф о Зиусудре, или в аккадском варианте миф об Ут-напишти/Утнапиштим, строится вокруг личности набожного правителя, который, узнав о потопе, вызванном богами с целью наказать людей, решает выстроить ковчег, дабы спастись от гибели. Культурно-историческим «продолжением» шумеро-аккадской легенды является вавилонский миф, оформившийся в трех различных вариантах, одним из которых является предание об Атрахасисе.

В недрах иудаистической мифологии миф о Всемирном Потопе, который Бог ниспослал на землю в наказание за людские грехи, получил дальнейшее развитие и несколько иную интерпретацию. Легенда о Всемирном Потопе нашла свое отражение и в греческой мифологии. До нашего времени, однако, дошли лишь отрывочные сведения об античном варианте делювиального мифа. Дж. Фрэйзер, в частности, указывает на две легенды о великой катастрофе, упомянутые древними учеными и связанные с античными царями Огигесом и Дарданом, между эпохами правления которых произошел второй по счету – Девкалионов – потоп. Распространение получила и кельтская интерпретация древнего мифа о Всемирном Потопе, главными действующими лицами которой стали Бит, сын Ноя, его дочь Кесайр и ее супруг Финтан.

В ренессансную эпоху, ставшую переходным этапом от Средневековья к Новому времени и, что более важно, периодом культурного расцвета в западноевропейских странах на фоне совершающихся географических открытий, объединивших различные цивилизации земного шара и явившихся одной из наиболее значимых вех грядущей глобализации, образное поле «корабль» расширило свои границы за счет формирования нового художественного образа – Корабля Дураков. Его этимология восходит к историческим реалиям эпохи позднего Средневековья: стремясь очистить города от больных всех мастей, в том числе и умалишенных, власти насильно выслали их за пределы городского поселения. В случае с сумасшедшими заботу о них нередко препоручали матросам, отбывающим в очередное плавание, пытаясь таким образом обезопасить себя от повторной встречи с нежелательными горожанами.

В отличие от Ноева Ковчега, символа надежды на спасение человечества, возможности искупить грехи и начать новую, праведную жизнь, образ Корабля Дураков являет собой антипод Ковчега – символ гибели человечества в пучине его грехов и пороков. Ключевыми художественными произведениями, в контексте которых произошло оформление данного образа явились произведения представителей Северного Возрождения: поэма немецкого сатирика Себастьяна Бранта «Корабль Дураков» (1494), одноименное живописное полотно нидерландского художника Иеронимуса Босха (1495 – 1500), а также роман французского прозаика Франсуа Рабле «Гаргантюа и Пантагрюэль» (1532 – 1564) – а именно две последние части книги, в которых описывается достославный вояж Пантагрюэля и его верных спутников к оракулу Божественной Бутылки.

Третьим компонентом ядра образного поля «Корабль» является образ Летучего Голландца, истоки формирования которого обнаруживаются еще в античной мифологии. Речь, в частности, идет о поэме «Аргонавтика» Аполлония Родосского и «Одиссее» Гомера.

Подлинное оформление символического содержания образа происходит в фольклоре эпохи Великих географических открытий, в то время как высшей точки своего художественного воплощения он достигает в искусстве романтизма – в «Балладе о Старом Мореходе» С.Т. Колриджа (1797), опере Р. Вагнера «Летучий Голландец. Моряк-скиталец» (1843) и романе Г. Мелвилла «Моби Дик, или Белый Кит» (1851). В символическом отношении Летучий Голландец являет собой корабль-фатум, символ испытания/наказания, ниспосланного на человека, провинившегося перед богом.

В заключении стоит подчеркнуть, что представленные выше мифологемы, обладающие множеством различных символических значений, вследствие их динамически развивающейся в пространственно-временном континууме природы, с полным на то основанием могут именоваться значимыми топосами западноевропейской культуры, без осознания богатейшего символического потенциала которых невозможно подлинное понимание произведений западноевропейского искусства.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Curtius E.R. European Literature and the Latin Middle Ages. – N. Y.: Harper & Row Publishers, 1953. – 658 p.
2. Мелетинский Е.М. Поэтика мифа. – М.: Восточная литература, 2006. – 407 с.
3. Бенвенист Э. Словарь индоевропейских социальных терминов. – М.: Прогресс-Универс, 1995. – 456 с.
4. Фрэйзер Дж. Золотая ветвь. – М.: Политиздат, 1980. – 494 с.
5. Эко У. Заметки на полях «Имени Розы». – СПб.: Симпозиум, 2007. – 92 с.
6. Купер Дж. Энциклопедия символов / Дж. Купер. – М.: Золотой век, 1995. – 401 с.
7. Мифы народов мира. Энциклопедия: в 2 т. Т. 1. – М.: Советская энциклопедия, 1980. – 672 с.
8. Лотман Ю.М. Семиосфера. – СПб.: Искусство – СПб, 2001. – 704 с.
9. Бидерманн Г. Энциклопедия символов. – М.: Республика, 1996. – 335 с.
10. Hall J. Illustrated Dictionary of Symbols in Eastern and Western Art. – Boulder: Westview Press, 1994. – 244 p.

**Макарова Инна Сергеевна** – доцент; кафедра «Иностранные языки», Санкт-Петербургский государственный технологический институт (Технический университет); Санкт-Петербург, Россия; e-mail: inna-makarova@mail.ru

#### **TOPOI OF WESTERN-EUROPEAN CULTURE: WORLD TREE, ROSA MUNDI, SHIP**

**Abstract.** *The article considers the peculiarities of Western-European topoi on the example of some of its major elements – mythologemes ‘World Tree’, ‘Rosa Mundi’ and ‘Ship’ through the course of time having become its topoi. The paper introduces the overview of key symbolic meanings of analyzed topoi, including their classification, represents their invariants and suggests most remarkable examples of their use in the context of various mythological systems constituting the basis of the Western-European culture.*

**Key words:** *topoi, Western-European culture, World Tree, Rosa Mundi, Ship*

**Inna S. Makarova** – Saint-Petersburg State Institute of Technology (Technical University);  
Saint-Petersburg, Russia; e-mail: inna-makarova@mail.ru

УДК 37.0

**В.Н. Кругликов**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Роль и значение научного наследия А. А. Вербицкого**

**Аннотация.** *В статье рассматриваются вопросы, нашедшие отражение в наследии выдающегося ученого – А.А. Вербицкого. Особое внимание уделено влиянию контекстного подхода А. А. Вербицкого и его личности на начинающих преподавателей, прошедших школу методов активного обучения.*

**Ключевые слова:** *контекстный подход, активное обучение, методы активного обучения, проблемы высшего образования*

Совсем недавно, 22 декабря 2020 года ушел из жизни выдающийся ученый и замечательный человек, профессор, академик Российской Академии образования Андрей Александрович Вербицкий.

Вся жизнь Вербицкого была посвящена служению науки и значение его трудов сегодня трудно переоценить. Если подходить формально, то Вербицкий А.А. является автором одной из наиболее известных и признанных за последние три десятка лет теорий, теории Знаково-контекстного обучения. Основные положения теории и принципы ее использования изложены им в сотнях публикаций, пользующихся неослабевающим вниманием в научных кругах (индекс Хирша 38/41). Он возглавлял, наверное, самую многочисленную авторскую школу наших дней, в которую входят несколько десятков учеников, кандидатов (26) и докторов наук (12), которые защитились при его руководстве или поддержке.

Однако, оценивая значение того большего научного наследия, которое оставил нам проф. Андрей Александрович Вербицкий, хотелось бы обратить внимание на два может быть не самых заметных аспекта его деятельности.

То, что Вербицкий дал дорогу в большую науку огромному количеству аспирантов и докторантов известно многим. Не так широко известно, и трудно подсчитать какое количество молодых и не очень молодых преподавателей прошли обучение у А. А. Вербицкого и в корне изменили свое представление о педагогике, о своем месте и своей роли в образовательном процессе.

Вспоминая события 30 летней давности, хочется еще раз отметить то значение, которое заняли в жизни многих, сегодня уже опытных педагогов, так называемые «Школы МАО». Их история началась в 1975 г. в Звенигороде, под Москвой. Там по инициативе Центрального экономико-математического института (ЦЭМИ) АН СССР и экономического факультета Московского государственного университета была создана первая школа под

названием «Деловые игры и их программное обеспечение». Начиная с середины 80-х гг. на волне очередной реформы и активного поиска путей кардинального обновления отечественной системы образования, использование игровых и других методов активного обучения приняло массовый характер, но, как правило, в порядке личной инициативы. В целях развития игротехнического движения в Ленинграде М. М. Бирштейн (автор первой в истории Деловой игры) вместе с единомышленниками Т. П. Тимофеевским, Р. Ф. Жуковым, И. М. Сыроежиным и другими создают общество АРИСИМ (Ассоциация разработчиков игрового социального имитационного моделирования), почетным президентом которого до конца жизни была М. М. Бирштейн. Под эгидой АРИСИМ в массовом порядке начинают проводиться «Школы деловых игр (школы МАО или АМО)» для распространения и обмена опытом в сфере активной педагогики [5]. В работе школ принимали участие многие известные игротехники. Одной из таких школ руководил А. А. Вербицкий. В рамках школы, обучение в которой проходило на принципах активной педагогики, Вербицкий с группой игротехников и авторов разработчиков проводили деловые и дидактические игры, тренинги, помогали в освоении основ контекстного обучения.

Как один из учеников этой школы, хочу отметить тот переворот в сознании, который происходил у многих обучавшихся в отношении к педагогической деятельности. Рутинная, репродуктивная педагогическая деятельность, уже в те годы по своей эффективности перестала удовлетворять как работодателей, так и самих преподавателей, ответственно относившихся к своему труду. Такими преподавателями активная педагогика воспринималась как глоток свежего воздуха, как неожиданно распахнутая дверь в мир инициативы, высоких целей и интересного творческого труда. Особенно сильное влияние школа оказывала на преподавателей технических и естественно-научных дисциплин, для которых (также, увы, как и для многих в наши дни) педагогика до этого представлялась как некая надуманная наука, а по сути, само собой разумеющаяся деятельность в рамках которой, репродуктивное обучение воспринималось как естественное и единственно возможное. Влияние школ МАО, порой было столь значительным, что некоторые участники, так же как автор данной статьи, пошли по пути смены профессиональной направленности и позже при поддержке А. А. Вербицкого защищали диссертации по педагогике или психологии.

Конечно, не все обучавшиеся в школах МАО проникались идеями активного обучения. Не все смогли преодолеть, как неоднократно отмечал А.А. Вербицкий, собственный консерватизм и лень, а также противодействие системы образования, затрудняющей применение любых методов активного обучения [3]. Были среди обучавшихся и те, кто считает, что обучение – это дело исключительно серьезное и должно оставаться таким. Что играм в учебных заведениях, особенно в вузах не место.

Тем не менее, продолжая дело Андрея Александровича по пропаганде активной педагогики и контекстного подхода, хочется отметить, что его усилия (и усилия других игротехников) не пропали зря. Анализируя многолетний опыта проведения курса, посвященного основам активного обучения, сегодня представляется возможным констатировать, что число преподавателей–сторонников активной педагогики хотя и медленно, но растет. Методы активного, контекстного обучения постепенно перестают быть

инновацией и переходят в категорию привычного и необходимого педагогического инструментария. Поэтому не удивительно, что интерактивные технологии (читай методы активного обучения) стали неотъемлемым элементом современных ФГОСов. А ведущим в высшей школе стал компетентностный подход, в основе которого принцип активного обучения, провозглашающий вслед за выдающимся сторонником активного обучения Дж. Дьюи [2] в качестве цели обучения: учить «умению решать проблемы».

Обращаясь непосредственно к научному наследию А.А. Вербицкого, хочется привести пример глубины понимания им проблем психологии и педагогики. Еще в 80-х годах прошлого века в своих публикациях, посвященных основам контекстного обучения, Андрей Александрович выделил и сформулировал основные проблемы высшего образования [1, 4]. В их число вошли такие, как стремительное старение информации, что приводит к ситуации, когда в вузах учат, по меткому выражению Вербицкого на «культурных консервах»; проблемы двойственности учебной информации, когда реальность представлена в образовательном процессе субъективной знаковой моделью, формируемой преподавателем; дискретности образования; статичности учебных моделей; и другие. Проводя занятия, на которых эти проблемы являются предметом обсуждения как с начинающими преподавателями, аспирантами, так и с опытными преподавателями, причем не только технических дисциплин, но и с преподавателями педагогики и психологии, лишней раз убеждаешься в глубине и четкости мысли А. А. Вербицкого. Прошло довольно много лет, но до сих пор постановка этих проблем вызывает не проходящий интерес в столь разных педагогических кругах, являясь для многих откровением.

В заключение хочется пожелать всем ученикам и сподвижникам Андрея Александровича Вербицкого быть достойными продолжателями его дела.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Панфилова А.П. Игротехнический менеджмент. Интерактивные технологии для обучения и организационного развития персонала: Учебное пособие. - СПб: ИВЭСЭП, «Знание», 2003. - 536 с. С.27-31.
2. Кругликов В.Н. Интерактивные формы профессионального обучения: учеб. пособие / В.Н. Кругликов, М.В. Оленникова. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2015. – 436 с С.12-15.
3. Дьюи Д. Мое педагогическое кредо. На путях к новой школе. – 2002. – № 3. – С. 72–81.
4. Вербицкий А.А. Познавательная активность личности в обучении. Активность личности в обучении (психолого-педагогический аспект)/ Сб. научных трудов. - М., НИИВШ, 1986. С.8-14.
5. Кругликов В.Н. Оленникова М.В. Интерактивные образовательные технологии : учебник и практикум для академического бакалавриата / 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 354 с. С.11-13.

**Кругликов Виктор Николаевич** – д. пед. наук, доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: kruvik@mal.ru

## **THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF VERBITSKY'S SCIENTIFIC LEGACY**

**Abstract.** *The article deals with the issues reflected in the legacy of the outstanding scientist - A.A. Verbitsky. Particular attention is paid to the influence of Verbitsky's contextual approach and personality on novice teachers who have gone through the school of active learning methods.*

**Keywords:** *contextual approach, active learning, active learning methods, problems of higher education*

**Viktor Nik. Kruglikov** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: kruvik@mal.ru

## МАТЕРИАЛЫ СЕКЦИОННЫХ ЗАСЕДАНИЙ

Всероссийской молодежной научно-практической конференции  
«Политехническая весна. Гуманитарные науки» (2-3 апреля 2021 г.)

УДК 821.111-1

А.С. Абакумова, В.Н. Варламова

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### Сюжетообразующая функция мифологемы «огонь» в романе Селесты Инг «И повсюду тлеют пожары»

**Аннотация.** *Статья посвящена исследованию сюжетообразующей функции мифологемы «огонь» в романе Селесты Инг «И повсюду тлеют пожары». Рассматриваются такие понятия как «мифологема», «архетип», «символ» и их трактовка в лингвистической литературе. Анализируются отличительные характеристики мифологемы «огонь» и определяются ведущие значения в рамках ее семантического поля. При изучении указанного произведения выявляются индивидуальные особенности использования данной мифологемы, способы репрезентации ее в тексте для последующего декодирования авторского замысла.*

**Ключевые слова:** миф, мифологема, архетип, символ, огонь, прецедентность, интертекст, интертекстуальность, сюжетообразующая функция

Данная статья посвящена исследованию функций и способов репрезентации мифологемы «огонь» в произведении XXI века “Little fires everywhere”.

Любое литературное произведение берет свое начало из мифологии – устойчивых образов и сюжетов, которые представляют научный интерес для литературоведов, лингвистов, психологов и других исследователей. Изучением мифов и мифологем как их минимальных единиц занимаются К.Г. Юнг, Б.М. Мелетинский, М.Ч. Ларионова и другие ученые. Отмечается, что литература связывается с мифологией через фольклор [1]. Миф являлся фундаментом для создания фольклорных произведений, а они в свою очередь ложатся в основу литературных текстов. Подобным образом прослеживается непосредственная связь и влияние мира мифологии на литературу. Согласно Б.М. Мелетинскому, миф – это почва, на которой расцветают произведения искусства [2]. Таким образом, реализуясь в художественных произведениях, мифологемы являются способом передачи авторской интенции и помогают в создании образов.

*Актуальность* данной статьи заключается в том, что мифологема и ее лингвистические особенности недостаточно изучены на материале современной литературы.

*Целью* настоящего исследования является анализ сюжетообразующей функции мифологемы «огонь» в романе Селесты Инг “Little fires everywhere”.

*Задачи исследования:* ознакомиться с теоретическим материалом, связанным с мифологемой и близкими к ней понятиями (архетип и символ); изучить историко-культурный контекст мифологемы «огонь»; выявить сюжетообразующую функцию

мифологема «огонь» в романе Селесты Инг; проанализировать способы вплетения мифологема в композиционную структуру произведения.

*Материалом исследования* является роман Селесты Инг «И повсюду тлеют пожары» (eng: “Little fires everywhere”).

*Теоретическую базу* составляют работы К.Г. Юнга, М.Ч. Ларионовой, В.Е. Чернявской, В.Н. Варламовой и др.

При написании статьи были использованы следующие *методы исследования*: реферирование теоретического материала, контекстуальный и интерпретационный методы.

При изучении мифологема, основополагающего элемента любого мифа, исследователи сталкиваются с такими понятиями как «архетип» и «символ». Термин «архетип» был введен швейцарским психиатром К.Г. Юнгом. Согласно его интерпретации, архетип является первообразом, существующим в бессознательной психике [3]. Однако, несмотря на то, что он также реализуется в мифах, сюжетах и легендах, его отличие от мифологема заключается в том, что архетип статичен. М.Ч. Ларионова рассматривает его как «инвариант», который, реализуясь в текстах, обретает определенную форму [1]. Таким образом, в рамках определенного текста рассматривается не сам архетип, а художественные образы и символы [3].

Символ представляет собой «соединение разных знаковых систем и культурных моделей» [3, с. 97]. Он соединяет в себе комплекс значений и выступает в тексте в качестве отсылки к известным образам, обрастая дополнительными смысловыми оттенками [4]. Эти характеристики позволяют прийти к выводу, что символ является более широким понятием в сравнении с мифологемой. Более того, символ способен включать в себя не одну мифологему, а целый комплекс [1].

Мифологема – отдельная фундаментальная составляющая мифа, одной из ведущих лингвистических особенностей которой считается способность создавать интертекстуальные связи [5]. Явление интертекстуальности, согласно В.Е. Чернявской, представляет собой «разгерметизацию» произведения [6]. Мифологема несет в себе информацию о прецедентных событиях или текстах, что дает ей возможность соединить тексты различных эпох и культур. Под прецедентным феноменом (события, тексты, имена и т.д.) понимается феномен хорошо известный, значимый «в познавательном и эмоциональном отношениях, обращение к которому происходит многократно в дискурсе данной личности» [5, с.4]. К прецедентным текстам также относятся и мифы. Соответственно, мифологема как основополагающий элемент мифа также является прецедентной.

В.Н. Варламова особо выделяет сюжетообразующую функцию, которая является одной из лингвистических особенностей мифологема и которая послужила основной для данного исследования [7]. Благодаря авторской интерпретации и реализации в разнообразных контекстах мифологема способна расширять семантическое поле [5]. Таким образом, автор наделяет мифологему определенным значением и использует ее для раскрытия образов героев, передачи авторского замысла. Являясь изменчивой, мифологема подстраивается и интегрируется в сюжет произведения и становится неотъемлемой частью композиционной структуры [7].



Мифологема «огонь» является одной из наиболее архаичных по своей природе. Рядом с ней рассматриваются такие мифологемы как «солнце», «пепел», «вода» и другие. В основу символизации легли две противоположные функции огня: очистительная (небесный огонь) и разрушительная (земной огонь) [8]. Несмотря на то, что две ипостаси противопоставлены друг другу, они взаимодействуют, соединяясь в единое целое. Благодаря подобной взаимосвязи двух элементов одного целого появляется образ конца света, который представлен в различных культурах [8]. Основываясь на подобной характеристике можно говорить о том, что мифологема «огонь» имеет амбивалентную структуру. В рамках контекста может раскрываться или один из аспектов огня, или совокупность двух значений для передачи образа конца света – процесса очищения после процесса уничтожения. Однако, учитывая долгое существование данной мифологемы, можно говорить о том, что ее семантика не ограничивается представленными интерпретациями.

В романе Селесты Инг «И повсюду тлеют пожары» мифологема «огонь» проходит красной нитью через все произведение. Мифологема присутствует в создании как сюжетной линии, так и образов главных героев. Повествование открывается сценой пожара в доме главных героев, семьи Ричардсонов, в которой огонь становится символом перерождения, началом новой жизни. “The firemen said there were little fires everywhere,” Lexie said. “Multiple points of origin. Possible use of accelerant. Not an accident” [9]. Огонь предстает перед читателями как разрушающая сила, которая влечет за собой необратимые последствия. Однако этим образ огня в рамках данного эпизода не ограничивается – вслед за подобным «очищением» следуют трансформации как буквально (ремонт дома), так и фигурально (изменение образа жизни и мышления). Примечательно, что автор использует кольцевую композицию, открывая и закрывая повествование одним и тем же эпизодом, что придает ему еще большую выразительность и символичность. Таким образом, мифологема «огонь» появляется в романе с первых строк, сразу обретая определенный смысл. На основе этого можно сделать вывод о том, что подобная акцентуация данного образа не случайна, а имеет большое влияние на ход событий в романе в целом. Упомянутый фрагмент приобретает еще большее значение, поскольку он дал название всему произведению – “Little fires everywhere”. Это позволяет говорить о том, что образ «маленьких пожаров» становится центральным.

Помимо этого, автор использует огонь для создания образов главных героев – Иззи и Елены Ричардсон, а также Мии Уоррен, отношения между которыми носят весьма противоречивый характер. Иззи, младшая дочь Елены Ричардсон, является полной противоположностью своей мамы, однако находит собственное сходство с Мией Уоррен, снимающей у них дом. “She recognized a kindred spirit, a similar subversive spark to the one she often felt flaring inside her...Something inside Izzy reached out to something in her and caught fire” [9]. Подобным образом женщина разожгла в девочке искру, которую долгое время та пыталась погасить. Также Мия Уоррен неоднократно повторяла, что для того, чтобы построить что-то новое, необходимо навсегда покончить со старым, словно огонь в прериях дает начало новой жизни. “It seems like the end of the world <...> But after the burning the soil is richer, and new things can grow <...> People are like that, too, you know. They start over. They find a way” [9]. Многократное повторение этой фразы и обдумывание заложенной в ней мысли привели Иззи к решению, повлиявшему не только на главных героев, но и на

утопический городок Шейкер-Хайтс, в котором происходит действие романа. Таким образом, убеждения и мысли Мия Уоррен, столь внезапно появившейся с жизни семьи Ричардсонов, стали своего рода лакмусовой бумажкой для главных героинь романа, которые раньше жили в идеальном мире порядка и правил. На первый взгляд может показаться, что репрезентацией разрушающего, земного огня является образ только Иззи Ричардсон. Однако подобного рода заключение ошибочно. Вторым примером реализации земного огня является мать девочки. Ненависть к миссис Уоррен разожгла в ней чувства и эмоции, которых миссис Ричардсон пыталась избегать, поскольку с юности знала – они опасны подобно огню. “All her life, she had learned that passion, like fire, was a dangerous thing” [9]. Таким образом, интенцией автора можно считать использование мифологемы «огонь» с целью создания более глубокого образа персонажей.

Отсутствие в произведении большого разнообразия огневой лексики связано с намеренным раскрытием мифологемы сквозь призму событий, места действия и образов персонажей, их поступков. Несмотря на отсутствие богатого разнообразия стилистических приёмов в романе, следует выделить аллюзию как ведущее средство акцентуации лингвистических особенностей мифологемы (прецедентности и интотекстуальности). Аллюзии позволяют реализовать устоявшиеся в культуре сюжеты и образы в рамках конкретного произведения и выявить взаимосвязь текстов и событий. Подобным образом автору удается не только обогатить содержание произведения, но и раскрыть то или иное значение мифологемы.

Как правило, аллюзия – это слово или фраза, которая используется автором в качестве отсылки к какому-либо историческому, мифологическому или библейскому факту или событию [10]. В данном романе автор прибегает к использованию событий, происходивших в США в 1968 году. Это был период протестов и недовольств на территории всей страны. Елена Ричардсон вспоминает то время, когда «все полетело в тартарары» и задается вопросом «Есть ли необходимость разрушать старое, чтобы освободить место для чего-то нового?». “Did you have to burn down the old to make way for the new?” [9]. Помимо протестов тот год был ознаменован двумя событиями, которые повлекли за собой необратимые изменения – убийство сенатора Роберта Кеннеди и Мартина Лютера Кинга. В стране воцарился хаос, разраставшийся со скоростью лесного пожара. “In 1968, at fifteen, she turned on the television and watched chaos flaring up across the country like brush fires. Martin Luther King, Jr., then Bobby Kennedy” [9]. Благодаря использованию прецедентных имен и событий мифологема «огонь» как символ перерождения раскрывается в тексте не только на уровне сюжетной линии, но и более глобально. Также автор использует отсылки к мифологическим мотивам. В описании образа жизни Елены Ричардсон говорится, что с детства ее учили контролировать ту энергию и амбиции, которые она в себе таила. Их надо сдерживать, следить за ними, и, когда придет время, передать эту энергию другому поколению, словно Олимпийский огонь. “Better to control that spark and pass it carefully from one generation to the next, like an Olympic torch” [9]. Традиция передачи Олимпийского огня берет свое начало из древнегреческой мифологии, а именно сюжета похищения Прометеем огня у бога Зевса. Соответственно, Олимпийский огонь олицетворяет собой священный, небесный огонь. Подобное сравнение не только относит читателя к многовековому образу и традициям, но

придает еще большую образность и выразительность эпизоду. Таким образом, выше приведенные примеры доказывают, что автору удалось раскрыть основополагающие черты мифологемы – прецедентность и интертекстуальность.

На основе всего вышесказанного, можно прийти к выводу, что мифологема «огонь» является центральным элементом в композиционной структуре романа Селесты Инг. Передача авторского замысла была бы невозможна без вплетения образа огня в сюжетную линию. Такого рода интеграция говорит о непосредственной реализации ведущей функции мифологемы «огонь» – участия в образовании сюжета.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Ларионова М.Ч. Миф, сказка и обряд в русской литературе XIX века. — Ростов н/Д: Издательство Рост. ун-та, 2006. — 256 с.
2. Мелетинский Б.М. Поэтика мифа. 3-е изд., репринтное. — М.: Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 2000. — 407 с. (Исследования по фольклору и мифологии Востока).
3. Юнг К.Г. Душа и миф: шесть архетипов. Пер. с англ.-К.: Государственная библиотека Украины для юношества, 1996.- 384 с.
4. Лотман Ю.М. Символ в системе культуры. Избранные статьи. Т. 1. - Таллинн, 1992. - С. 191-199.
5. Варламова В.Н. Лингвистические особенности мифологемы в художественном тексте // Вопросы методики преподавания в вузе. — 2016. — №5 (19-2). — С. 20-27.
6. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 248 с.
7. Варламова В.Н. Сюжетообразующая функция мифологем в художественном тексте (на материале английской литературы XX века) // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: гуманитарные науки. – 2018. – №4. – С. 96-99.
8. Поздняков А.В. К вопросу об амбивалентной структуре символики огня в религиозно-мифологическом пространстве // Abyss (Вопросы философии, политологии и социальной антропологии) – URL: <http://filos.oreluniver.ru/issue/7/5> (дата обращения: 09.02.2021).
9. Celeste Ng Little fires everywhere. – Penguin Press, 2017. URL: [https://www.bookfrom.net/celeste-ng/51736-little\\_fires\\_everywhere.html](https://www.bookfrom.net/celeste-ng/51736-little_fires_everywhere.html) (дата обращения: 09.02.2021).
10. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка – М.: Высшая школа, 1977. – 333 с.

**Абакумова Анастасия Сергеевна** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: abaknastya@gmail.com

**Варламова Вера Николаевна** — доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: varlamova7@yandex.ru

## PLOT CREATION FUNCTION OF THE MYTHOLOGEM “FIRE” IN THE NOVEL OF SELESTA NG “LITTLE FIRES EVERYWHERE”

**Abstract.** *The article is devoted to the study of the plot-creation function of the mythologeme “fire” in Celeste Ng’s novel “Little fires everywhere”. Such terms as “mythologeme”, “archetype”, “symbol” and their interpretation in the linguistic literature are considered. The distinctive characteristics of the mythologeme “fire” are analyzed. Its leading meanings within its semantic field are identified. Studying the novel, individual features of the use of the mythologeme and ways of representing it in the text for subsequent decoding of the author’s idea are revealed.*

**Key words:** *myth, mythologeme, archetype, symbol, fire, precedent, intertext, intertextuality, plot creation function*

**Anastasia S. Abakumova** — Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: abaknastya@gmail.com

**Vera N. Varlamova** — Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: varlamova7@yandex.ru

УДК 372.881.161.1

**М. А. Абалихина, Е.С. Клочкова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Исследование восприятия русским человеком образа русского народа на примере сравнения образов русских и китайцев в контексте преподавания РКИ**

**Аннотация.** *Данное исследование посвящено изучению самопредставления русских на примере сравнения образов русских и китайцев. Разработаны два опросника, содержащих идентичные вопросы – разнообразные черты характера. Отвечая на вопросы опросников, респонденты определяли по стандартной пятизвенной системе, насколько русский и китаец обладают той или иной чертой национального характера. Проведя данное анкетирование, автор выясняет, какими русские видят сами себя и какими они видят китайцев. На основе результатов опросников автор формулирует выводы, релевантные в процессе преподавания РКИ.*

**Ключевые слова:** *образ русского народа, характерные черты национального характера, образ китайцев*

Процессы глобализации и интеграции, происходящие в мировом сообществе сегодня, выдвигают на передний план новые научные задачи. Два последних десятилетия в мире происходит всесторонняя глобализация во всех сферах жизни общества, интенсивная межкультурная коммуникация, взаимное влияние, интеграция и, в какой-то степени, постепенная унификация наций. В связи с этим, интерес данного исследования лежит в анализе культурных стереотипов образа современного русского человека, и об их роли в межкультурной коммуникации. Поскольку современная Россия активно взаимодействует с Китайской Народной Республикой в широком спектре областей сотрудничества, существует

возможность изучения образа русского человека на примере сравнения его восприятия самого себя и образа китайца.

Среди особых черт национального духа и характера русского народа выделяют «доброту, отзывчивость, великодушие, инстинкт государственности, патриотизм, артельность, нестяжательство, жажду справедливости, мужество, миролюбие, терпение, совестливость, религиозность и мессианство» [2, с. 21]. Однако, описывая образ русского человека, мы не можем опираться лишь на точку зрения А. И. Киселева или любого другого исследователя, поскольку русское общество на современном этапе не ограничено в коммуникации с другими нациями. В течение последнего десятилетия общества развитых и развивающихся государств интенсивно взаимодействуют друг с другом, что влечет за собой взаимное влияние и всеобщую унификацию и, как следствие, определенные изменения в самосознании людей.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью изучения национально-культурной специфики стереотипов русского народа на современном этапе, поскольку эти знания могут быть использованы в процессе преподавания русского языка как иностранного.

Целью данной работы является исследование восприятия русским человеком собственного образа при помощи метода опроса общественного мнения. Предполагается, что на основе результатов исследования возможен отбор тем, которые лягут в основу обсуждения на занятии при использовании коммуникативного подхода к обучению русскому языку как иностранному с учетом этнопсихологических особенностей китайских обучающихся.

Для достижения этой цели необходимо выполнить следующие задачи:

- Провести два опроса, содержащих идентичные вопросы, основная цель которых – выяснение, какими русские видят сами себя и какими они видят китайцев.
- Сравнить результаты опросов, проанализировать их и сделать выводы.

В основе данного исследования лежит один из наиболее распространенных методов получения информации – метод опроса.

Для проведения анкетирования мы использовали сервис Google Forms, разослав респондентам ссылку на анкету.

Нами было создано два идентичных опросника, содержащих большое количество разнообразных черт характера. Задача респондента, отвечающего на опросы первой анкеты – определить, насколько каждая черта характера свойственна русскому человеку. Задача респондента, отвечающего на опросы второй анкеты – насколько каждая черта характера свойственна китайцу. Респондентами второй анкеты являлись исключительно русские, имеющие либо имевшие контакты с китайцами.

Респондентами первой анкеты были пятьдесят пять человек. Тридцать два человека – женщины, двадцать три – мужчины. Возраст большинства респондентов первой анкеты колеблется от восемнадцати до тридцати лет. Еще десять респондентов – в возрасте сорока одного года и старше, трое – от тридцати одного года до сорока лет. На открытый вопрос ответили семнадцать человек.

По результатам анкетирования (Рис. 1), основными чертами (по мнению более 65% респондентов) присущими русским, являются:

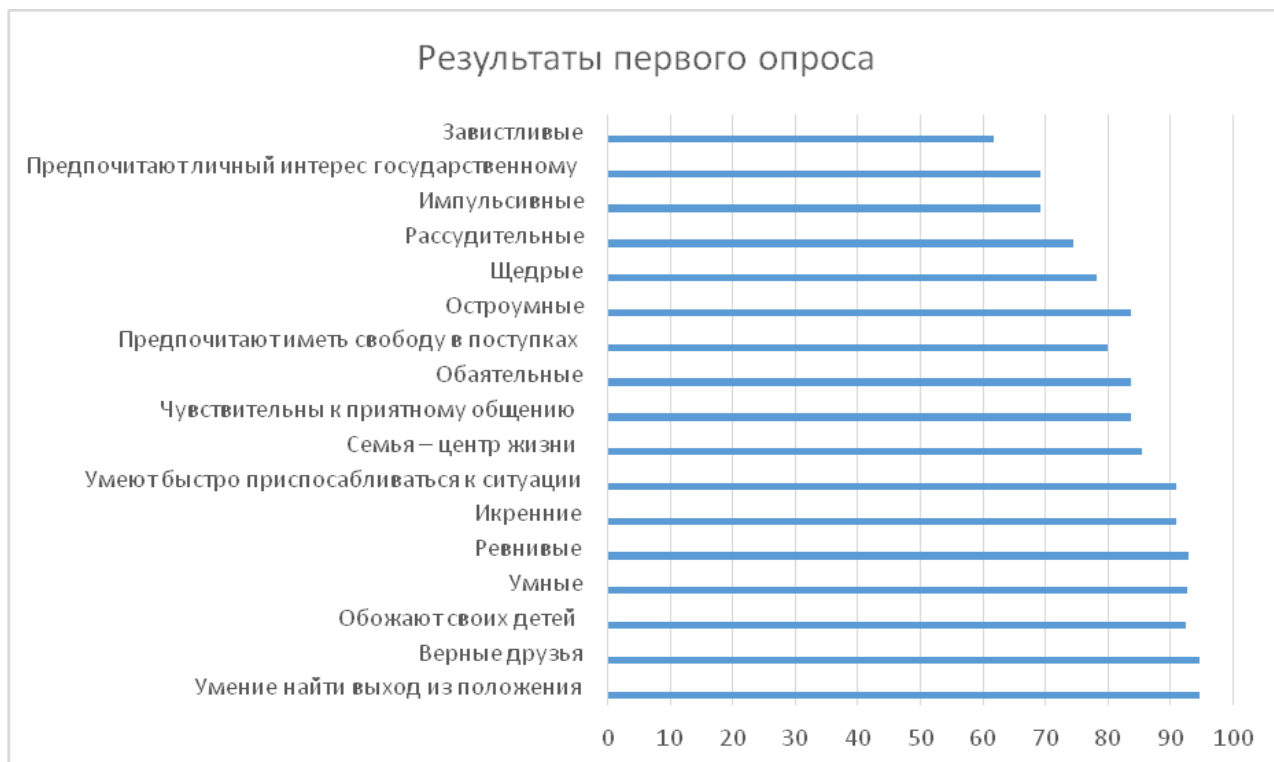


Рисунок 1. Результаты первого опроса.

Также большинство респондентов не согласны с тем, что русские презирают другие культуры, считают себя выше других (58,2% - нет, 20% - скорее нет, чем да) и с тем, что русские законопослушные (27,3% - нет, 38,2% - скорее нет, чем да).

Наиболее противоречивой чертой по результатам исследования оказался патриотизм – мнения разделились почти пополам (29,1% - нет, 18,2% - скорее нет, чем да, 25,5% - да, 25,5% - скорее да, чем нет). Некоторые современные исследователи объясняют это отношением русских к правительству. Для русских Родина – это нечто личное, ассоциируемое с домом. Однако правительство – это нечто чужое, вечный противник, которого надо опасаться, и от встречи с которым надо всячески уклоняться [8]. Результаты нашего опроса подтверждают данную гипотезу: предпочтение личного интереса государственному (40% - да, 29,1% - скорее да, чем нет). Таким образом, русский патриотизм – «особого свойства».

Респондентами второй анкеты были сорок четыре человека. Тридцать человек – женщины, остальные – мужчины. Возраст большинства респондентов второй анкеты так же колеблется от восемнадцати до тридцати лет. Четыре респондента – в возрасте сорока одного года и старше, еще двое – от тридцати одного года до сорока лет. На открытый вопрос было получено шесть ответов.

По результатам второй анкеты (Рис.2), наиболее характерные черты китайцев, которые отметили более 65% респондентов, следующие:

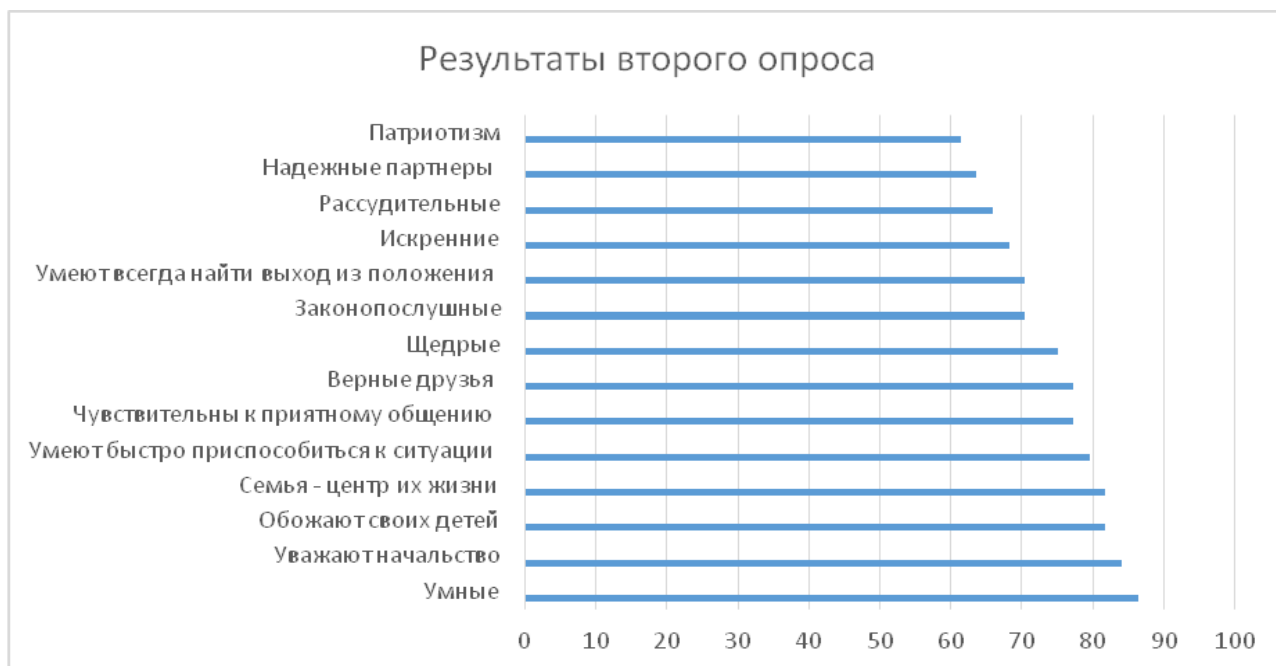


Рисунок 2. Результаты второго опроса.

Кроме того, большинство респондентов не согласны, что китайцы мрачные на вид (36,4% - нет, 27,3% - скорее нет, чем да) и презирают другие культуры (50% - нет, 15,9% - скорее нет, чем да).

Итак, качествами, которые объединяют русских и китайцев, являются: ум, умение найти выход из положения, искренность, умение быстро приспособиться к ситуации, любовь к своим детям, верность друзьям, чувствительность к приятному общению, понимание значимости семьи, отсутствие склонности к шовинизму.

С другой стороны, черты, которые различают русских и китайцев – это законопослушание и отношение к патриотизму. В то время как русские не признают себя законопослушными гражданами, они выделяют эту черту у китайцев. Особенность русского патриотизма описана выше. В китайском же патриотизме респонденты не сомневаются.

Анализируя результаты анкетирования, замечаем, что респонденты второй анкеты не выделяют ни одного отрицательного качества. В то время как респонденты первой анкеты выделяют следующие отрицательные черты: склонность к зависти, ревности, импульсивность, несоблюдение закона. Этот факт, как нам кажется, свидетельствует об еще одной черте характера русских – боязнь обидеть другого. Иначе говоря, это можно интерпретировать как лицемерие.

Также стоит обратить внимание на то, что, отвечая на открытый вопрос, трое респондентов первой анкеты отметили, что русские – «очень разношерстный народ». Еще двое утверждают, что «характер не определяется национальностью». Тем не менее, рассуждая об образе китайцев, таких мыслей у респондентов не возникло.

Кроме того, в открытом вопросе пять респондентов первой анкеты выделяют такие положительные черты русского характера как гостеприимство, взаимоуважение, доброту, желание никогда не оставаться в долгу. Из отрицательных черт отмечают лень, туполобость, любовь к страданиям, тяжесть на подъем, раннее взросление молодежи, изменения в образе под влиянием запада, расизм, непоследовательность, плохую организованность, отсутствие

счастья и жизнерадостности, терпение. Как мы видим, по мнению респондентов, отрицательное и негативное в образе русского человека преобладает.

Предположительно, это связано с тем, что русский народ очень противоречив. Современные исследователи убеждены: «Средний русский – это меланхолик, который надеется на лучшее, одновременно тщательно готовясь к худшему» [8, с. 14]. Поведение русских зачастую прямо пропорционально их настроению. Поэтому сегодня русские про себя скажут, что они – самый невезучий народ в мире, что Россия – нищая страна, а завтра, сидя за столом на кухне, они будут доказывать, что без русских Америка и Европа точно не справятся.

Исходя из результатов опроса можем сделать вывод, что русские осознают отрицательные черты своего характера, но не выражают желания озвучивать таковые относительно других людей. Либо же они действительно считают китайцев народом без изъянов, что маловероятно.

Преподавателю русского языка как иностранного следует прививать интерес не только к русскому языку, но и одновременно и постепенно погружать студентов в русскую культуру, описывать особенности русского национального характера.

Для того, чтобы образ русского человека не складывался лишь из субъективных представлений того или иного преподавателя русского языка как иностранного или же из известных стереотипов, необходимо получить информацию касательно того, каким русский народ видит самого себя.

Опираясь на результаты данного опроса, довольно удобно выбирать стратегию обучения. А также темы, которые лягут в основу обсуждения на уроке, ведь если темы не заинтересуют студентов, будет сложно вывести их на разговорные упражнения.

Напомним, что говорить об объективности результатов данного исследования сложно, поскольку сведения, на основании которых будут сделаны выводы, являются сугубо личным мнением респондентов. Так или иначе, у нас появятся новые знания, которыми мы сможем поделиться с иностранными студентами.

Для дальнейшего определения и уточнения мнений считаем возможным проверить эти самопредставления людей на себе с помощью анализа языкового материала, чтобы дать более объективную оценку. Также следует провести глубинное интервью выборочных респондентов, участвовавших в анкетировании для более детальной прорисовки образов.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Вдовин А.И. Подлинная история русских. XX век. – М.: Алгоритм, 2010. – 432 с.
2. Киселев А.И. Национальное самосознание русских и национализм. Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Сер.: Гуманитарные и общественные науки: научное издание. – 2016. – № 2. – С. 244.
3. Андреенков В.Г., Маслова О.М. Методы сбора информации в социологических исследованиях. Кн. 1. – М.: Наука, 1990. – 232 с.
4. Докторов Б.З. Пост-гэллэповские опросные технологии: к 200-летию опросов общественного мнения в США. Социологический журнал. – 2005. – № 2. – С. 5-36.



5. Осипов Г.В., Москевичев Л.Н. Социология. Основы общей теории: учебник для вузов. – М.: Норма, 2003. – 912 с.

6. Рябова А.Л. Общественное мнение и международные отношения. Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Сер.: Гуманитарные и общественные науки: научное издание. – 2015. – № 1. – С. 85-104.

7. Тимерманис И.Е. и др. /Под ред. И.Е. Тимерманиса А.Г. Тановой. Социология. Методика проведения социологических исследований: учеб. пособие. – СПб.: Политех Пресс, 2016. – 116 с.

8. Жельвис В. И. Эти странные русские: Манеры и этикет. – М: Эгмонт, 2002. – 96 с.

**Абалихина Мария Алексеевна** – студент магистратуры, Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: abalihina.ma@edu.spbstu.ru

**Клочкова Елена Сергеевна** – доцент; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург; e-mail: samarienne@yandex.ru

#### **RUSSIAN PEOPLE'S PERCEPTION OF THE IMAGE OF THEMSELVES BY COMPARING THE IMAGES OF RUSSIANS AND THE CHINESE IN THE CONTEXT OF TEACHING RFL**

**Abstract.** *Russian self-representation is studied in this research by comparing the images of Russians and Chinese. Two questionnaires containing identical questions – various character traits-have been developed. In answering the questions of the questionnaires, the respondents determined to what extent Russian and Chinese have a particular trait. As a result, the author finds out how Russians see themselves and how they see the Chinese. Based on the results of the questionnaires, the author formulates conclusions that are relevant in the process of teaching RFL.*

**Key words:** *the image of Russians, characteristic features, the image of the Chinese*

**Maria A. Abalikhina** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: abalihina.ma@edu.spbstu.ru

**Elena S. Klochkova** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: samarienne@yandex.ru

УДК 811.111

**И.В. Антипова, М.В. Абакумова**

Санкт Петербургский политехнический университет Петра Великого

#### **Гендерные особенности языка рекламных текстов (на материале англоязычных видеороликов)**

**Аннотация.** *Статья посвящена анализу гендерных особенностей лексического и синтаксического аспектов англоязычных рекламных текстов. Проводится сопоставление рекламных текстов видеороликов, репрезентирующих женский, мужской или смешанный*

*гендерный стереотип. Выделяются семантические критерии для разделения лексики на группы. Показано распределение таких групп и синтаксических приемов по текстам трех категорий. На основании распределения устанавливается зависимость выбора лексики и синтаксических средств от содержащегося в видеоролике гендерного стереотипа, а также обосновывается влияние гендерно-окрашенного языка рекламы на аудиторию.*

**Ключевые слова:** *гендерная лингвистика, семантика, реклама, гендерные стереотипы*

Современная реклама способна оказывать всестороннее воздействие на человека через транслируемые рекламными текстами психологические и социокультурные установки, в том числе и гендерные. Одним из каналов такого воздействия является язык. Несмотря на наработки современной гендерной лингвистики, вопрос о роли языка в транслировании гендерных стереотипов остается открытым. Ввиду перечисленного очевиден потенциал исследований, объединяющих гендерную лингвистику и маркетинг, ведь в круг вопросов обеих областей входит влияние вербальных средств на сознание человека.

Многообразие ролей, которые играет реклама в современном обществе, обуславливает сложность однозначного ее определения. В данном исследовании мы будем придерживаться точки зрения Американской Маркетинговой Компании, определяющей рекламу как представляемую в определенном формате информацию о товарах, услугах или идеях, направленную на побуждение аудитории к покупателскому действию и оплачиваемую конкретным спонсором [1]. Центральным понятием рекламы является рекламный текст. Наибольший интерес для данного исследования представляет его семантический аспект, который тесно связан с прагматическим: как семиологическая система, рекламный текст является лишь системой значимостей, однако в сфере рекламы превращается в так называемый «миф», имеющий целью оказать определенное воздействие на человека. Другими словами, информативное рекламное обращение по сути является эмотивным: репрезентированные в рекламном сообщении «факты» на самом деле апеллируют к ценностям человека, свойства продукта подменяются специально созданным образом, а ненавязчивость выбора направляет потенциального покупателя к приобретению [2]. Ввиду перечисленного механизм, благодаря которому рекламные тексты способны оказывать подобное воздействие, называют языковым манипулированием. В нем выделяют следующие направления: эмоции, социальные установки и картину мира [3]. Для того чтобы воздействовать на один из этих аспектов, необходимо, во-первых, определить потенциальную аудиторию, а во-вторых, отобрать необходимые языковые средства.

К характеристикам целевой аудитории, влияющим на форму и содержание рекламного текста, относятся как социокультурные факторы (например, культурная принадлежность), так и более индивидуальные показатели: уровень образования, социальное положение, возраст и гендер [4]. На вопрос о том, как именно взаимодействуют реклама и социокультурные факторы, нет однозначного ответа. Наиболее состоятельной кажется точка зрения американского исследователя С. Джалли, считающего, что реклама преобразует и репрезентирует уже существующие в общественном сознании стереотипы [5].

Итак, рассматривая гендерные стереотипы в языке рекламы, мы сосредоточимся, прежде всего, на семантических оттенках лексики и синтаксических средствах, которые используются в рекламном тексте, ориентированном на создание женского, мужского или смешанного гендерного стереотипов. При анализе семантического аспекта лексического состава рекламных текстов мы будем пользоваться следующими терминами:

- Семантическое поле (СП) — объединение слов различных частей речи с одним общим семантическим признаком. Например, в СП движения входят слова *go, run, swimming, arrival* и т.д.
- Лексико-семантическая группа (ЛСГ) — объединение нескольких слов, принадлежащих к одной части речи, на основе минимального общего компонента значения — семы. ЛСГ обычно выделяется внутри СП [6]. Например, глаголы речи: *speak, mutter, claim* и др.

Под женским и мужским гендерными стереотипами будут пониматься стереотипы с опорой на традиционные феминные и маскулинные ожидания и представления соответственно; смешанный гендерный стереотип будет объединять в себе оба стереотипа в сторону их нейтрализации.

Оценка лексического и синтаксического аспектов текстов будет проводиться с привлечением понятий гендерной лингвистики — отрасли науки о языке, исследующей соотношение языка и гендера. Центральной для данной науки является гендерная теория, заключающаяся в разграничении терминов «пол» (*sex*) и «гендер» (*gender*). По определению американских исследовательниц П. Экерт и С. МакКоннел-Джинет, пол — это разграничение людей на основании их биологических характеристик, в то время как гендер социален [7]. Такой фактор социальности гендера важен для выявления следующей закономерности: качества, которые люди ассоциируют с тем или иным гендером, напрямую зависят от того, какая семантика закодирована в языковых единицах, описывающих мужчин и женщин; используя такие единицы в речи, люди не только выражают личные убеждения о гендерных ролях, но и формируют соответствующие общественные представления [8]. В лексико-семантическом отношении, например, это отражается в закреплении за каждым из гендеров определенных групп слов: так, с «маскулинностью» ассоциируются слова со значением силы, власти, успеха, рациональности, уверенности и др.; с «феминностью» — слова со значением чувствительности, зависимости, эмоциональности, иррациональности, осторожности и др. [9].

В качестве материала для исследования было отобрано 15 рекламных видеороликов, ориентированных на англоговорящих потребителей, — по 5 рекламных текстов на каждый из трех заявленных стереотипов. Сравнительный анализ рекламных текстов проводился по следующим критериям:

- Распределение семантических компонентов (сем), объединяющих те или иные ЛСГ (реже СП), по рекламным видеороликам;
- Распределение и особенности функционирования синтаксических приемов в текстах в зависимости от того, какой гендерный стереотип содержит видеоролик;
- Общий прагматический эффект, оказываемый рекламным текстом из каждой категории на зрителя.

Наиболее отчетливое распределение лексики с определенными семами наблюдалось в текстах видеороликов, содержащих мужской гендерный стереотип: здесь доминирующими оказались слова с семой действия (глаголы *create, turn into, lead* и др. встретились в 80% рекламных текстов категории), движения (глаголы *get out, go*, существительные *step, way, stride* и др. — в 60%), силы (*power, strong, grip* — 60%), восприятия (*see, feel* — 40%), интеллекта (*bright, smart* — в 20%), храбрости (*bold, the brave, dare* — 20%), уверенности (*confident* — в 20%), успеха (*successful* — в 20%).

В категории видеороликов, содержащих женский гендерный стереотип, встретились слова только пяти из этих групп: с семами действия (*overcome, try, work, effort* и др. — в 40%), силы (*power, powerful* — 20%), успеха (*great* — 20%), движения (*go* — 20%), а также глаголы восприятия (*see, seem, feel* — 40%). Как можно заметить, статистически они появляются реже, чем в текстах с мужским гендерным стереотипом. Наоборот, ЛСГ глаголов мышления *think, remember, wonder* встретились только в данной категории (в 20% текстов). Отсутствуют в рекламных текстах предыдущей категории и слова семантического поля красоты, встречающиеся в видеороликах с женским гендерным стереотипом: *beauty, beautiful, ugly* (20% текстов). Группой слов, члены которой присутствуют в большинстве роликов данной категории, стали слова с оценочным компонентом: прилагательные *best, lucky, perfect, fine* присутствуют в 80% из них.

Тексты рекламы, содержащей смешанный гендерный стереотип, оказались, как и предполагалось, «на пересечении»: в них встретились слова СП и ЛСГ, обнаруженные в предыдущих двух категориях. Общими для всех трех категорий текстов стали глаголы действия (*make, brave, do* и др.) — они встретились в 80% текстов смешанного стереотипа; существительные с семой успеха (*glory, greatness, progress*) — в 60%; глаголы движения (*walk in, parade in*) и существительные схожей семантики (*speed*) — в 40%; глаголы и существительные, относящиеся к восприятию (*see, feeling*) — в 40%; слова с семой силы (*strength, stronger*) — в 20%. Общими для текстов женского и смешанного гендерных стереотипов стали прилагательные с оценочным компонентом (они встретились в 80% и 40% текстов соответственно) и прилагательные с семой красоты (в 20% роликов обеих категорий).

В отношении синтаксических средств все три категории текстов обнаружили как сходства, так и различия. Самым заметным отличием стала насыщенность риторическими вопросами и восклицаниями текстов, принадлежащих к «женской» категории (80% текстов), и сравнительная редкость их использования в роликах с мужским (20% текстов) и смешанным (40% текстов) гендерными стереотипами. Полученные данные позволили нам сделать следующие выводы:

- Обилие вопросительных и восклицательных предложений в роликах, содержащих женский гендерный стереотип, и, наоборот, высокая частотность в рекламе «мужской» категории парцелляции и параллелизмов соответствуют принципам гендерно-ориентированного маркетинга: в первом случае рекламное сообщение предстает более эмоциональным, во втором — информативным и логичным.

- Наибольшее разнообразие в части и лексических, и синтаксических приемов в текстах «смешанной» направленности соответствует цели такой рекламы: апеллировать к наиболее обширной аудитории.

Для апробирования результатов исследования был проведен опрос, в котором принял участие 201 респондент. Гендерный состав респондентов был следующим: 78% — женщины, 22% — мужчины. Для вопросов мы выбирали по одному отрывку из рекламы каждой категории и предлагали респондентам определить, какой гендерный стереотип он транслирует. Отрывки были отобраны по принципу наибольшей репрезентативности: они включали в себя соответствующие особенности лексики и синтаксиса. Например, отрывок, относившийся к женскому гендерному стереотипу, содержал в себе: а) прилагательные, описывающие внешность; б) риторические вопросы; в) глаголы размышления, — и 81,1% респондентов ответили верно. Тем не менее, другие вопросы показали уже прослеженную в результатах сравнительного анализа тенденцию: во-первых, половина и более респондентов (от 45,3% до 61,7%) неверно относили тексты со смешанным гендерным стереотипом к текстам с мужским стереотипом и наоборот, подтверждая наши наблюдения относительно лексики текстов смешанного гендерного стереотипа: несмотря на то что семантически она пересекалась с лексикой женской и мужской категории текстов, в процентном отношении эти сходства приближали ее к маскулинной семантике.

Проведенное исследование доказало наличие гендерной стереотипизации в современной англоязычной рекламе в парадигме «нейтральность — маскулинность — феминность» на лексическом и синтаксическом уровнях. Сравнительный анализ лексического и синтаксического состава отобранных рекламных текстов позволил обосновать принципиальные различия в том, какие вербальные средства выбираются в зависимости от целевой аудитории рекламного видеоролика, и связать их с гендерной направленностью той или иной рекламы. Привлечение к исследованию гендерной лингвистики позволило обосновать ведущую роль обнаруженных особенностей лексики и синтаксиса в формировании конечного эффекта рекламного сообщения.

Поднятый в работе вопрос о роли языка в прагматическом влиянии языка рекламного сообщения на человека открыт к дальнейшему уточнению специалистами как лингвистической, так и маркетинговой областей. В работе намечены пути для дальнейшего установления целесообразности гендерного разделения рекламы, пересмотра существующих маркетинговых стратегий и расширения области применения лингвистики в маркетинговых исследованиях.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Edwards Ch. Mundy. Retail Advertising and Sales Promotion. — N.J.: Prentice-Hall, 1981. — 705 p.
2. Кара-Мурза Е.С. «Дивный новый мир» российской рекламы: социокультурные, стилистические и культурные аспекты. — М.: Алгоритм, 2001. — 230 с.
3. Дмитриева Л.М. Разработка и технологии производства рекламного продукта. — М.: Экономист, 2006. — 639 с.

4. Leech G. N. English in Advertising. A Linguistic Study of Advertising in Great Britain. — London: Longman, 1972. — 210 p.
5. Jhally S. Image-Based Culture: Advertising and Popular Culture. The World and I. — 1990. — N 7. — P. 506 — 519.
6. Филин Ф.П. О лексико-семантических группах слов. Очерки по теории языкознания. — 1982. — № 8. — С. 227 — 239.
7. Eckert P., McConnell-Ginnet S. Language and Gender. — Cambridge: Cambridge univ. press, 2013. — 331 p.
8. Lewis M., Lupyan G. Gender stereotypes are reflected in the distributional structure of 25 languages. Nat Hum Behav. — 2020. — N 4. — P. 1021 — 1028.
9. Gender bias in advertising [Электронный ресурс]: Geena Davis Institute on Gender in Media: [сайт]. — 2017. — URL: <https://seejane.org/research-informs-empowers/gender-bias-advertising/> (дата обращения: 10.02.2021)

**Антипова Ирина Викторовна** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: iantipova365@gmail.com

**Абакумова Мария Владимировна** — старший преподаватель; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: abakumova\_mv@spbstu.ru

#### **GENDER BIAS IN THE LANGUAGE OF ENGLISH VIDEO ADS**

**Abstract.** *The article examines how gender bias is conveyed through vocabulary and syntax in English video ads. The texts of the ads are divided into three categories — those representing female, male or mixed gender stereotype and are then compared. The vocabulary is divided into groups based on semantic criteria. The choice of words and syntactic structures is connected to the represented gender stereotype using the theory of gender linguistics. The pragmatic effect of these tendencies is explained.*

**Key words:** *gender linguistics; semantics; advertising; gender stereotypes*

**Irina V. Antipova** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: iantipova365@gmail.com

**Maria V. Abakumova** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: abakumova\_mv@spbstu.ru

### **Применение когнитивно-дискурсивного моделирования при обучении письменному юридическому переводу**

**Аннотация.** *В статье рассматривается когнитивно-дискурсивный подход к переводу, описываются его ключевые понятия – дискурс, концепт, фрейм. Приводится определение и раскрывается специфика юридического дискурса, когнитивно-дискурсивного моделирования. Предпринимается попытка описания использования данного метода при обучении письменному юридическому переводу. Предлагаются упражнения, направленные на анализ юридического документа на русском и английском языке при помощи построения когнитивно-дискурсивной модели – интегрального фрейма – для успешного выполнения перевода юридического текста.*

**Ключевые слова:** *когнитивно-дискурсивное моделирование, интегральный фрейм, обучение переводу, юридический перевод*

Обучение любому виду профессиональной деятельности связано с обращением к когнитивному опыту субъектов образовательного процесса. Необходимость сознательно задействовать когнитивные механизмы при обучении переводу не вызывает сомнений, поскольку будущему переводчику важно понимать, каким образом языки отображают действительность. Несмотря на универсальность основных мыслительных операций и структур мышления, план выражения, где когнитивные процессы приобретают языковую оболочку, характеризуется разнообразием вербальных средств. В связи с этим представляется важным заметить, что обучение переводу предполагает освоение типичных ситуаций, зафиксированных в виде определенных структур (когнитивных моделей), которые впоследствии становятся выраженными средствами языка перевода.

Актуальность данного исследования обусловлена рассмотрением комплексных вопросов, касающихся средств формирования переводческой компетенции. Можно заметить, что обучение юридическому переводу студентов с применением метода когнитивно-дискурсивного моделирования остаётся направлением, потенциал которого не раскрыт и не реализован в полной мере в практике дидактики перевода, что делает перспективу его изучения и применения актуальными. В процессе исследования были использованы следующие методы: изучение и анализ литературы в области переводоведения и дидактики перевода; изучение и анализ документов в области языкового образования в вузе, а также учебных программ и учебно-методических комплексов по курсу теории и практики перевода; наблюдение за организацией учебного процесса в вузе. Данные методы позволили предложить методику обучения письменному переводу специального текста на основе когнитивно-дискурсивного моделирования. Полагаем, что применение настоящей методики может создать у обучающихся холистическое представление о способах репрезентации специального знания в юридическом дискурсе, что способствует более грамотному, осознанному процессу вербализации и, соответственно, осуществления перевода с

иностранный язык на русский язык. Применение настоящего метода осуществляется на материале аутентичных юридических документов на английском и русском языках – Employment contracts / Трудовых договорах. Новизна данной работы состоит в попытке обоснования потенциала применения когнитивно-дискурсивного моделирования при обучении письменному юридическому переводу, а также разработке комплекса упражнений, ориентированного на развитие переводческой компетенции студентов вуза.

Отметим, что когнитивное переводоведение, в т.ч. в дидактическом аспекте, активно развивается в исследованиях как зарубежных (D. Gile [1], G. Lakoff [2] и др.), так и отечественных авторов (Е.С. Кубряковой [3], А.Г. Минченкова [4], З.Д. Поповой, И.А. Стернина [5] и др.). Данные исследователи развивают идею о переводе не как трансляции сугубо вербальных форм, но мыслительных образований.

На основании имеющегося опыта когнитивных исследований, можно предположить, что реализация одной из главных задач переводчика – раскрытие смысла исходного текста – возможна путем когнитивного моделирования концепта текста. Данный метод, описанный, в частности, в трудах З.Д. Поповой, И.А. Стернина [5], позволяет совершить реконструкцию мыслительных процессов, что даёт возможность проникнуть в суть текста, проследить за протеканием ментальных операций, а также обучить передаче значения вне зависимости от того, какими средствами оно выражено на исходном языке.

Рассмотрим подробнее понятие когнитивной модели. По определению Е.С. Кубряковой, когнитивная модель «представляет понимание текста как результата естественной обработки языковых данных» [3, с. 56], из чего следует, что когнитивное моделирование, в свою очередь, является процессом построения когнитивных моделей. Отметим, что когнитивная модель описывает механизмы мышления и образования концептуальной системы человеческого сознания той базы, на которой мышление протекает.

Основной задачей современного когнитивного моделирования, по словам Е.А. Огневой, является «представление в модели специфики ментального содержания концепта по вербальным репрезентациям» [6, с. 82] для того, чтобы описать его глубинную структуру. Понятие «концепт», опираясь на трактовку Е.С. Кубряковой [3, с. 90], можно определить как ментальное образование, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат индивидуальной, когнитивной деятельности личности и несущее комплексную информацию об отражаемом предмете или явлении.

Важно отметить, что концепты существуют в рамках определённого дискурса. В нашем исследовании рассматривается одна из его форм – юридический дискурс. Исходя из общей трактовки дискурса, предложенной В.В. Красных [7, с. 111], определим юридический дискурс как обусловленную историческими и социокультурными нормами ситуативную, речемыслительную деятельность и её результат, направленный на контроль и регулирование отношений в обществе. Субъекты юридического дискурса подчиняются чётким нормам, которые предопределяют когнитивную базу и устанавливают правила протекания взаимодействия. Исходя из того, что дискурсивная ситуация может оказывать влияние на формирование и вербализацию концепта, при составлении когнитивной модели необходимо принимать во внимание основные дискурсивные характеристики.



В качестве способа репрезентации концепта возможно рассмотреть одну из моделей – фрейм. В лингвистику данное понятие было введено Ч. Филлмором, который трактовал его как «единую схематизацию опыта или некоторого знания», как группу слов, которые «структурируются особыми унифицированными конструкциями знания или связанными схематизациями опыта» [8, с. 54]. Фреймы содержат самую важную, типическую информацию, а их составные части – слоты – образуют основу для организации вербальных репрезентантов концепта. Отметим, что фреймы способствуют обработке получаемых человеком данных, упорядочивают информацию, заключают в себе сведения, прогнозирующие дальнейшее протекание какого-либо события.

Полагаем, что сформированный переводчиком в ходе восприятия текста когнитивный опыт возможно представить в виде фрейма, которым переводящая личность пользуется при принятии решений. При этом, процесс перевода может проходить следующим образом: переводчик, во-первых, считывает инокультурный, вербально выраженный концепт, далее сравнивает его с уже имеющимся в сознании и родной культуре концептом, затем передаёт концепт средствами языка перевода, что позволяет транслировать «чужой» концепт с опорой на «родной» и обеспечить таким образом понимание реципиентом заложенных в исходном тексте смыслов. Следует заметить, что по словам И.П. Рябковой, из-за асимметрии концептов переводчик испытывает «столкновение в своем сознании различных когнитивных моделей – родной и иноязычной культуры – при порождении речи в процессе перевода» [9, с. 265], что вызывает у него затруднения.

Полагаем, что образовавшуюся в процессе восприятия иноязычного текста когнитивную структуру возможно представить в виде интегрального фрейма – особого способа отображения когнитивной структуры специального знания, формирующейся в процессе ментальной деятельности переводчика при сопоставлении типизированных текстов на двух языках. Думается, что именно такая структура способна представить ментальную модель протекания переводческого процесса, выявить сходства и различия вербализующих концепт лексических элементов. Это позволяет сформировать основу для понимания смысла исходного текста, а также проследить семантику документа, имеющегося в культуре языка перевода, что способствует процессу более грамотной и полной интерпретации. В связи с изложенным, мы рассматриваем когнитивно-дискурсивное моделирование в переводе как процесс построения прототипа понимания текста (в т.ч. в виде интегрального фрейма) как результата естественной обработки языковых данных, репрезентирующего концептуальное основание в вербализованном виде, учитывающего и демонстрирующего дискурсивные черты.

Перейдём к рассмотрению применения метода моделирования в педагогике. Думается, что необходимость овладения данной методикой связана как с освоением обучающимися общего способа научного познания, так и с психолого-педагогическими мотивами. В процессе построения различных моделей изучаемых явлений, моделирование выступает одновременно в роли учебного средства, а также способа обобщения дидактического материала, представления его в свёрнутом виде.

В педагогическом аспекте применение когнитивно-дискурсивного моделирования представляет собой «системные проявления сознательного манипулирования с понятийными

структурами» и применяется к «разрешению конфликтов педагогической ситуации» при помощи «формирования когнитивных тактик (клише) у субъектов педагогического процесса» [10, с. 54]. Согласимся, что в педагогике когнитивно-дискурсивное моделирование позволяет «преобразовать декларативные знания о педагогической ситуации в процедурные знания о разрешении её основных конфликтов» [Там же].

Когнитивно-дискурсивное моделирование в дидактике перевода можно рассматривать как имитацию определённых ситуаций с целью их анализа. Такие модели отображают субъективное представление исследуемого объекта, которое может быть как индивидуальным, так и коллективным. Когнитивная модель в данном случае служит способом выявления глубинной структуры объекта, а также связей внутри неё.

Когнитивно-дискурсивное моделирование позволяет также подготовить альтернативные варианты решения поставленной проблемы, что способствует выработке у обучаемых приёмов самостоятельного и осознанного исследования и решения поставленных нетипичных задач. Применение данного метода предполагает учёт не только вербальных, но и мыслительных различий в двух культурах, что способствует выходу на внутренний, смысловой уровень текста. Полагаем, что при использовании когнитивно-дискурсивного моделирования в формировании переводческой компетенции учитываются два аспекта – структурно-семантические особенности языковых единиц и внеязыковая реальность, что позволяет воспринимать текст вне отрыва от ситуации его использования, так как он служит описанием реальности и передачи смысла.

Рассмотрим предлагаемые нами упражнения, способствующие приобретению и развитию навыка применения когнитивно-дискурсивного моделирования при осуществлении письменного перевода юридических текстов.

На первом этапе обучения представляется необходимым изучение лингвистических и когнитивных основ профессиональной деятельности переводчика в сфере юридического перевода, что видится возможным осуществить путём проведения лекционных занятий, освещающих когнитивно-дискурсивный подход к переводу, специфику юридического дискурса, способы когнитивно-дискурсивного моделирования.

На втором этапе обучающиеся знакомятся с аутентичными типизированными юридическими текстами (к примеру, трудовыми договорами), осуществляют предпереводческий анализ, при помощи выполнения следующих упражнений:

- *Прочитайте российский трудовой договор. Найдите и подчеркните в нём ключевые слова.*
- *Перескажите содержание российского документа на русском языке, затем на английском языке.*
- *Прочитайте англоязычный трудовой договор. Найдите и подчеркните в нём ключевые слова.*
- *Перескажите содержание зарубежного документа на английском языке.*
- *Составьте фрейм концепта «Трудовой договор» на русском языке.*
- *Составьте фрейм концепта «Labour contract» на английском языке.*
- *Проанализируйте, какие слоты фреймов схожи, какие различны.*
- *Составьте интегральный фрейм.*

• *Обменяйтесь интегральными фреймами с одногруппником, сравните их. Что схоже, а что различается? Какая информация упущена или добавлена?*

• *Проанализируйте предложенный вариант перевода трудового договора с английского на русский язык. Составьте фрейм концепта данного текста. Какая информация упущена? Какая добавлена?*

Полагаем, что выполнение данных упражнений способствует овладению студентами методикой анализа юридического текста, выявлению его смысловой структуры, ключевой информации, приобретению понимания того, как транслируется специальное знание в родной и иностранной культуре.

На третьем этапе происходит практическое осуществление процесса перевода англоязычного юридического текста, после чего выполняется постпереводческий анализ путём выполнения таких упражнений как:

• *Проверьте переведённый текст на наличие лексических, грамматических, стилистических ошибок. Отредактируйте его.*

• *Составьте фрейм концепта переведённого текста. Сравните его с фреймом концепта англоязычного документа. Проследите полноту передачи информации.*

• *Обменяйтесь переводом с одногруппником, сравните свой перевод. Что схоже, а что различается? Обсудите свои переводческие решения.*

Перечисленные выше упражнения направлены на анализ осуществлённого перевода, контроль полноты передачи заложенного смысла, развитие навыков работы в команде.

Подводя итог, отметим, что моделирование – неотъемлемая часть большинства современных лингвистических исследований. В настоящее время когнитивно-дискурсивное моделирование является одним из важнейших инструментов когнитивной лингвистики, а также основным методом семантических исследований. Наряду с этим, оно представляет собой эффективное средство трансляции и усвоения знаний, которое используется в практике преподавания иностранного языка и активно применяется при переводе. Мы предлагаем использование данных упражнений для приобретения и развития навыка применения когнитивно-дискурсивного моделирования при осуществлении письменного перевода юридических текстов. Применение метода моделирования способно обогатить когнитивную систему обучающегося, активизировать формирование совокупности новых концептов, опосредующих развитие языковой картины мира. Кроме того, в процессе построения когнитивных моделей формируются универсальные способы осуществления познавательных действий.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Gile D. Basic concepts and models for translator and interpreter training. — 2009. — 284 p.
2. Lakoff G. Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind. — 1987. — 631 p.
3. Кубрякова Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов. — М.: изд-во МГУ, 1997. — 197 с.

4. Минченков А.Г. Когниция и эвристика в процессе переводческой деятельности. — СПб.: «Антология», 2007. — 256 с.
5. Попова З.Д., Стернин И.А. Когнитивная лингвистика. — М.: АСТ «Восток-Запад», 2007. — 314 с.
6. Огнева Е.А. Когнитивное моделирование концептосферы художественного текста. — М.: Эдитус, 2013. — 282 с.
7. Красных В.В. Свой» среди «чужих»: миф или реальность? — М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. — 375 с.
8. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания / Ч. Филлмор; пер. с англ. Новое в зарубежной лингвистике. — 1988. — Вып. 23. — С. 52 — 92.
9. Рябкова И.П. Асимметрия когнитивных признаков концепта как источник переводческих трудностей. Вестник Челябинского государственного университета. — 2011. — Вып. 57. — С. 264 — 267.
10. Можаров М.С. Педагогическое моделирование в рамках когнитивного подхода как метод структурного исследования педагогической деятельности. Педагог: наука, технология, практика. — 1999. — №7. — С. 54 — 57.

**Афанасьева Арина Алексеевна** — студент магистратуры; кафедра «Лингводидактика», Пермский государственный национальный исследовательский университет; Пермь, Россия; e-mail: arina-af@inbox.ru

#### **APPLICATION OF COGNITIVE-DISCURSIVE MODELING IN TEACHING WRITTEN LEGAL TRANSLATION**

**Abstract.** *The article deals with a cognitive-discursive approach to translation, describes its key notions – discourse, concept, frame. The definitions and specifics of the legal discourse and cognitive-discursive modeling are given. The application of this method in teaching legal translation is described. We propose a set of exercises to analyze a legal document in the Russian language and in the English one, as well as to create a cognitive-discourse model (an integral frame) for the successful written translation.*

**Key words:** *cognitive-discursive modeling, integral frame, translation teaching, legal translation*

**Arina A. Afanaseva** — Perm State University, Perm, Russia; e-mail: arina-af@inbox.ru

УДК 81-119

**К.О. Бадалян**

Российский государственный социальный университет  
Москва

#### **Лингвоэкологический аспект употребления англоязычных заимствований в русском языке**

**Аннотация.** *Статья посвящена рассмотрению функционирования англоязычных заимствований в русском языке в лингвоэкологическом аспекте. Проведенный анализ выявил*

в русском языке значительное количество избыточных англицизмов, то есть заимствований, имеющих однозначные и однословные эквиваленты в принимающем языке. Был сделан вывод о том, что их употребление носителями русского языка обусловлено не объективной необходимостью, но стремлением участников коммуникации почувствовать себя членами некоей замкнутой общности, идентифицировать свою принадлежность к определенной профессиональной группе, продемонстрировать окружающим свой социальный статус.

**Ключевые слова:** английский язык, заимствование, лингвоэкология, русский язык

В настоящее время для русского языка характерно активное вхождение в него англоязычных заимствований [1], что поднимает проблему лингвоэкологического характера. Лингвистическая экология представляет собой интегративную науку, объектом изучения которой выступают проблемы лингвистики в рамках экологической науки, являясь составной частью экологии культуры. Данное направление было сформулировано американским ученым Эйнарсом Хаугеном в 1972 г. Термин «экология языка» трактуется автором как исследование взаимодействий между любым данным языком и его окружением, то есть обществом, использующим этот язык как один из своих кодов [2, с. 325]. Ведущей задачей лингвоэкологии является диагностика современного состояния языка, языкового и информационного пространства с целью сохранения, оздоровления и реанимирования разрушенных языковых компонентов и явлений, а также изучения языковой личности как носителя языка и творца речевой, коммуникативной деятельности, усилия которой следует направлять на создание положительного биоэнергетического поля и «формирования гуманистического, инвайронментального образа мышления» [3, с. 1232].

Далее обратимся к примерам функционирования англоязычных заимствований в русском языке.

*Мне нужно в радиусе 10 от блока получить дамаг. Если кто-то кого-то дамажит – блок должен "знать" и как-то реагировать* [4].

В приведенном фрагменте выделены англицизмы-заимствования от английского *damage* – урон, ущерб, наносить ущерб. Если простой пользователь, который не является специалистом, ознакомится с приведенным выше высказыванием, то его смысл останется для него нераскрытым. В данном случае объективные причины для заимствования отсутствуют: в русском языке имеется лексическая единица, которая используется для номинации обозначаемого англицизмом понятия. Данная единица – *урон, ущерб* – понятна всем носителям русского языка.

Заимствования из английского языка в русский язык могут быть избыточными, то есть необходимость как таковая в их заимствовании отсутствует ввиду наличия в русском языке однозначных и понятных носителям языка эквивалентов [5]. К данной группе англицизмов были отнесены, в частности, следующие:

*анриал тянуть этот графен моей житишной карте* [4].

В приведенном выше фрагмент представлен англицизм *анриал*, который представляет собой транскрипцию английского наречия *unreal*, имеющего в русском языке однозначный эквивалент – *нереально*. Следовательно, необходимости замены русского наречия

английским в анализируемом контексте нет, и выделенный англицизм является избыточным, «засоряющим» русскую речь.

*Это означает, что провайдеры интернет-услуг (ISP), включая Sky, BT, Virgin Media и TalkTalk, будут блокировать доступ клиентов к стримам, предоставляемым сторонними надстройками на Kodi по просьбе Премьер-лиги. Это можно сделать и в середине игры, говорится в отчете Bloomberg [4].*

Англицизм *стрим* (поток передаваемых данных [6]) в примере выше представляется нам избыточным по причине того, что русский эквивалент *поток* (совокупность данных, сведений и т.д. [6]) в полной мере реализует семантику английского заимствования. Следовательно, англицизм в анализируемом случае может быть замещен русским эквивалентом без утраты смысла или его части.

Пользователь-непрофессионал, скорее всего, не сможет постичь смысл выделенного в следующем фрагменте англицизма, не владея знаниями компьютерной терминологии:

*Это связано с тем, что в рассекреченных документах, в основном, упоминаются эксплойты для iOS, которые, по-видимому, уже известны общественности и были запачены [4].*

Выделенная единица *запачен* представляет собой дериват от англицизма *патч* (код для оперативного исправления или нейтрализации ошибки в исполняемой программе). На наш взгляд, возможное непонимание реципиентом анализируемого высказывания можно было бы избежать при условии употребления русскоязычного аналога – *исправлены*, который в полной мере передает семантику использованной в тексте заимствованной единицы.

Избыточным представляется нам употребление англицизма *глич* (от английского *glitch*, сбой) в приведенном ниже фрагменте. Во-первых, данная единица может привести к неверному толкованию смысла высказывания потенциальным реципиентом текста или же полному непониманию, что следует рассматривать как коммуникативный провал. Во-вторых, в русском языке имеется лексическая единица *сбой* (перебой в движении, работе, действии [5]), которая в полной мере раскрывает семантику, реализуемую английским заимствованием в рассматриваемом примере:

*Глич профилей в Facebook «убил» миллионы. Даже Марка Цукерберга [4].*

Рассмотрим еще один пример:

*За свою карьеру я был на бенче, наверное, раз пять-шесть, самый долгий — две недели. <...> Мой друг работал в одной известной всем аутсорсинговой компании, как раз той, где зарплату на бенче продолжают платить <...> Зарплата одного опытного разработчика на бенче — порядка \$2000 [4].*

В приведенных выше фрагментах используется сленговое выражение *быть на бенче*, что означает, что программист не работает в ожидании нового проекта/задания и, по факту, ничего не делает, но получает зарплату. Данное выражение является калькой с английского профессионального сленга в области информационных технологий. Несмотря на то, что в русском языке отсутствует однозначный однословный эквивалент выделенной единицы, мы считаем, что возможно использовать описательный вариант, например, *режим простоя / ожидания*. Попробуем обосновать данное решение. Даже если пользователь владеет

английским языком в достаточной мере и знает значение лексической единицы *bench* – скамейка, рассматриваемое выражение может ввести его в заблуждение, поскольку в нем имеет место употребление сленговой номинации. Принимая во внимание вышеизложенное, мы считаем, что для решения проблемы достижения понимания для передачи значения выделенного выражения следует употребить описательный вариант.

В пределах двух простых нераспространенных предложений в примере ниже было отмечено три примера употребления англицизмов: *роллбэк* (прокрутка назад), *детачить* / *аттачить* (откреплять / прикреплять), которые сложно воспринимаются рядовым носителем русского языка:

*в мастере новое расположение файлов, остановить, перенести файлы, запустить. где тут роллбэк? вы детачили/аттачили что ли?* [4]

Выделенные кальки с английского языка в анализируемом фрагменте являются избыточными, поскольку имеют в принимающем языке стилистически нейтральные однозначные эквиваленты, в полной мере передающие семантику, заложенную в англоязычных единицах. Подобная перегрузка заимствованиями приводит к тому, что значение высказывания остается нераскрытым для среднестатистического пользователя сети Интернет, не имеющего отношения к сфере информационных технологий.

Избыточным признается употребление заимствования и в следующих фрагментах:

*Когда мы получили **апрув** на участие в конференции, представитель организационного комитета сообщил нам, что наш стенд будет представлен все три дня проведения форума.*

*Сайты, на которых объявления уже показываются, сразу получили **апрув** и будут показаны в аккаунте издателя* [4].

Употребленная в анализируемом примере лексическая единица *апрув* представляет собой случай конечного усечения от английского слова *approval*, имеющего значение ‘подтверждение, одобрение’. Поскольку в русском языке имеется однозначный и однословный эквивалент заимствованной единице, мы не видим объективной необходимости прибегать к включению в высказывание англицизма. Единственной причиной его употребления, на наш взгляд, является стремление субъекта речи подчеркнуть, с одной стороны, факт владения английским языком на том уровне, который позволяет достаточно легко переключать коды в пределах высказывания. А с другой стороны, им, возможно, движет желание продемонстрировать свою кастовость как принадлежность к определенной профессиональной группе, имеющей в настоящее время высокий социальный статус в обществах постсоветского пространства. Таким образом, посредством включения в свою речь заимствования участником коммуникации решается экстралингвистическая прагматическая задача демонстрации своего социального статуса.

В примере ниже используется англицизм *локейшн* (от англ. *location*), который обозначает месторасположение файла или приложения на компьютере или телефоне. Приведем пример:

*Физический **локейшн** файла в 99.9% случаев вообще не важен, этим только голову забивать* [4].

Русскоязычные пользователи, не являющиеся программистами или специалистами в сфере информационных технологий, скорее всего, не поймут значения выделенной единицы и, как следствие, семантика всего высказывания останется для них нераскрытой. Более того, в русском языке имеется однозначный эквивалент *месторасположение*, который может быть использован вместо англицизма.

В ходе анализа нами была зафиксирована лексическая единица *геймдев*, представляющая собой неологизм, который был образован от английского словосочетания *game development* ‘разработка игр’ в результате соединения слов и усечения одного из них:

*Клиенты геймдев-компаний не спят ночами, берут отгулы на работе в предвкушении релизов, не жалеют денег на Steam, шьют себе костюмы персонажей игр и называют в их честь детей* [4].

Данная единица не известна широкому кругу пользователей сети Интернет, только специалистам, либо любителям, увлекающимся и интересующимся данной индустрией. По этой причине значение приведенного выше высказывания остается нераскрытым. Мы считаем, что вместо выделенного заимствования целесообразно использовать русский описательный вариант – разработки игр. Несмотря на определенную громоздкость, данный вариант способствует решению прагматической проблемы раскрытия семантики высказывания.

Аналогичный подход, т.е. использование описательного русского варианта вместо заимствования из английского языка, является, на наш взгляд, более удачным и в случае с использованным в следующем примере англицизмом *гипервизор* (англ. *hypervisor*), который обозначает программу, предназначенную для управления виртуальными машинами и операционными системами в единой вычислительной машине:

*Существует множество продуктов виртуализации и такое многообразие заставляет задуматься: какой гипервизор выбрать?* [4]

В русском языке отсутствует однозначный однословный эквивалент, однако для раскрытия значения выражения с указанным заимствованием, на наш взгляд, может быть использован и описательный вариант – программа управления.

К группе избыточных заимствований нами была отнесена и лексическая единица *баг* (от английского компьютерного сленгизма *bug* – ошибка):

*Сколько раз отправлял в ТП видосы с багами, до сих пор баги остались. <...> Рад, что вы работаете.) правда в вф есть баги и похлеце, которым уже больше 5 лет, но возможно это как неизлечимая болезнь у человека... Хотя я и впервые слышу про этот баг с подрывом и даже не знаю как он выглядит, но все же приятно видеть, что вы работаете и исправляете что-то, еще и отчитываетесь :) <...> А откуда берутся баги? Правильно – плохо налажены процессы разработки и тестирования. Сами наделали багов, сами же исправили и сообщают об этом как о чём-то героическом* [4].

Несмотря на то, что русскоязычный эквивалент *ошибка* выделенного в примере выше англицизма имеет бóльшую по сравнению с английской единицей длину, он понятен всем без исключения носителям русского языка, а потому возможность появления недопонимания или полного непонимания высказывания полностью элиминируется.



В следующем примере используется калька с английского языка *билд* (англ. build), которая имеет значение «сборка мобильного приложения, несущая в себе последние обновления»:

*В этом руководстве я расскажу Свой новый **билд** как раз для таких ситуаций + тест билда* [4]

Зафиксированный англицизм был отнесен нами к группе избыточных заимствований на том основании, что в русском языке имеется однозначный и однословный эквивалент *сборка*, понятный для всех носителей русского языка и обеспечивающий полное понимание высказывания, в состав которого входит указанная единица.

В ходе анализа была отмечено употребление заимствования из английского языка *инвайт* (англ. invite), которое обозначает ‘приглашение, рекомендация в какое-либо сообщество, полученная от члена этого сообщества’. Приведем пример его функционирования в коммуникации на русском языке:

*Мне прислали **инвайт**. Что мне, отказываться что ли? Условно говоря, я ездил на все турниры, куда звали. Даже сам напрашивался* [4].

В русском языке имеется однозначный однословный эквивалент выделенной английской единицы – *приглашение*, которое известно всем без исключения носителям русского языка и которое, в отличие от англоязычной версии, не вводит в заблуждение и не вызывает непонимания. Несмотря на то, что русский вариант имеет несколько большую длину по сравнению с английским, объективных причин для его активного заимствования и употребления в настоящее время в речи не имеется. На этом основании лексическая единица *инвайт* была отнесена нами к группе избыточных.

Интересным, на наш взгляд, представляется случай употребления заимствования *дезигнер* (от англ. designer), которое номинирует специалиста, разрабатывающего визуальную часть ИТ-продукта:

*Уволить **дезигнера** и сделать кнопку синей в белый горошек* [4].

Следует особо подчеркнуть тот факт, что в русском языке уже имеется англицизм *дизайнер*, пришедший в язык ранее. Данный новый вариант англицизма, являющего собой вариант некорректной транскрипции, является ярким подтверждением высказанного выше предположения о том, что включение в профессиональное общение программистов заимствований из английского языка нацелено, прежде всего, не на решение лингвистических задач, а на демонстрацию своей избранности, классовости, принадлежности к определенной группе людей по признаку отнесенности к профессии с высоким социальным статусом. Использование некорректного калькирования звуковой формы заимствования средствами русского языка подтверждает эту мысль.

В проанализированном в рамках данного исследования материале были зафиксированы случаи употребления заимствованного из английского языка глагола *кикнуть* (от англ. to kick away), который обозначает «выгонять из (группы, команды, клана, игры), выкинуть пользователя из чата, геймера или бота из игры, используя полномочия»:

*Давеча регнув Остров мертвых, меня **кикнули** из группы перед первым боссом из-за отсутствия ВИПа* [4].

Выделенный англицизм демонстрирует сужение значения при переходе в русский язык, а потому может быть неверно истолкован реципиентом высказывания, в состав которого он входит. По этой причине мы считаем более обоснованным употреблять русский эквивалент – *выгнать*, который снимает возможную многозначность и, тем самым, элиминирует возможность некорректной интерпретации высказывания.

Значение английской глагольной заимствованной единицы *коммитить* (англ. to commit) – сохранить / зафиксировать изменения кода в репозитории (хранилище) кода – является сленговым. Приведем примеры употребления данной единицы в корпусе проанализированного материала:

*Следует ли коммитить в git промежуточные копии когда библиотека вообще не готова?* [4]

Мы считаем, что данный англицизм может быть успешно заменен русским эквивалентом *зафиксировать*, который в целом понятен большинству носителей русского языка. Кроме того, данное заимствование может быть спутано со схожим по звучанию и написанию англицизмом *комментить* (оставлять / писать комментарии), что, в свою очередь, приведет к неверному толкованию всего высказывания.

Анализ корпуса фактического материала позволил сформулировать мысль о том, что употребление избыточных англицизмов, то есть заимствований, имеющих однозначные и однословные эквиваленты в принимающем (русском) языке обусловлено не объективной необходимостью, но, прежде всего, стремлением участников компьютерного дискурса почувствовать себя членами некой замкнутой общности, идентифицировать свою принадлежность к определенной профессиональной группе, продемонстрировать окружающим свой социальный статус.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Русский язык и культура речи / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. – Ростов н Д: Феникс, 2007. – 539 с.
2. Haugen E. The Ecology of Language: essays by Einar Haugen / selected and introduced by Anwar S. Dil. – Stanford: Stanford University Press, 1972. – 368 p.
3. Семчук Е.В. Лингвоэкология как междисциплинарная наука. Молодой ученый. – 2014. – №4. – С. 1233 – 1235.
4. Stack Overflow [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.stackoverflow.com> (дата доступа: 12.12.2020)
5. Панов М.В. Из наблюдений над стилем сегодняшней периодики. Язык современной публицистики. — М.: Наука, 1988. — 399 с.
6. Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С. А. Кузнецов. 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gramota.ru> (дата доступа: 12.12.2020)

**Бадалян Кристина Олеговна** — студент магистратуры; Российский государственный социальный университет; Москва, Россия; e-mail: [krbadalyan@yandex.ru](mailto:krbadalyan@yandex.ru)

## LINGUO-ECOLOGICAL ASPECT OF THE USE OF ENGLISH BORROWINGS IN RUSSIAN

**Abstract.** *The article considers the use of English borrowings in the Russian language in the linguo-ecological aspect. The analysis has revealed that the Russian language has a significant number of redundant English borrowings, that is, borrowings that have unambiguous and one-word equivalents in the receiving language. It was concluded that their use by native speakers of the Russian language is not due to an objective necessity, but to the desire of the communication participants to feel like members of some closed community, to identify their belonging to a certain professional group, and to demonstrate their social status to others.*

**Keywords:** *English language, borrowing, linguoecology, Russian language*

**Kristina O. Badalyan** — Russian State Social University, Moscow, Russia; e-mail: krbadalyan@yandex.ru

УДК 81-119

**К.О. Бадалян**

Российский государственный социальный университет  
Москва

### К вопросу определения понятия «сленг» и перевода английского сленга на русский язык

**Аннотация.** *В работе обосновывается актуальность изучения сленга как регистра лексической системы языка. Автором представлены имеющиеся в лингвистической литературе подходы исследователей к определению понятия «сленг». Сленг рассматривается в качестве разновидности речи, используемой при устной коммуникации в социальных группах по признаку профессии, социального положения, возрастной категории. Рассмотрение сленга происходит с точки зрения самостоятельной подсистемы с характерными функциями, а также особенностями в стилистическом и прагматическом аспектах, уточняются положения и требования, предъявляемые к переводу сленговой лексики.*

**Ключевые слова:** *обсценная лексика, сленг, сленговая номинация, перевод, переводческая трансформация*

*Постановка проблемы.* Целью данной статьи является анализ подходов к переводу английского сленга на русский язык. Выбор темы работы определяется, прежде всего, неизменным интересом и вниманием со стороны исследователей ко всему разнообразию субстандартной лексики. Сленг в этом смысле не является исключением. Язык находится в неразрывной связи с социальным развитием индивида и общества. Именно в языке находит свое отражение и выражение состояние общества на конкретном этапе его развития. Язык очень чутко реагирует на происходящие в обществе трансформации, языковыми маркерами которых выступают изменения в структуре, функционировании и составе вокабуляра. В соответствии с целью были сформулированы задачи: обзор и анализ научной литературы по теме. Методы исследования: анализ научных публикаций.

Актуальность данного исследования связана с происходящим в настоящее время стремительным развитием сленга и его проникновением в различные сферы жизнедеятельности человека, что обусловлено, прежде всего, активными процессами демократизации общества. Основным результатом указанных социальных процессов выступили свобода слова и самовыражения, а слова и выражения, которые ранее считались неприличными и даже непристойными, стали употребляться образованными людьми в общественных местах и в СМИ (в прессе, на радио и телевидении).

Объяснение данному феномену, как отмечают исследователи, следует искать в новых функциях, реализуемых субстандартной лексикой. Например, М. М. Козырева объясняет использование обсценной лексики не только в конфликтных, но и в бесконфликтных ситуациях общения тем фактом, что данный слой лексики может функционировать не только как средство реализации речевой агрессии, но и выражать положительное эмоциональное состояние субъекта речевого высказывания и даже служить цели оптимизации межличностного взаимодействия. Исследователь приходит к выводу о том, что активное распространение субстандартной лексики, а также расширение сферы ее употребления и функционирования обусловлено, прежде всего, имеющимися в современном обществе активными процессами переосмысления и переоценки сформировавшихся «коммуникативных и духовно-нравственных ценностей», что имеет своим результатом значительное влияние на устоявшуюся в конкретном лингвосообществе языковую норму [1, с. 3].

Обзор современной лингвистической литературы по теме исследования свидетельствует о существовании неоднозначного отношения к проблеме активного проникновения сленговых слов и выражений во все стили речи. Отсутствует единый подход к оценке происходящих трансформаций в определении места и функции сленга в языковом и коммуникативном пространстве. Данное положение характерно не только для научной сферы лингвистических изысканий, но и для взглядов, представленных в обществе в целом. В свете сложившейся ситуации, а также с учетом постоянно усиливающегося процесса глобализации, актуальным представляется комплексное рассмотрение сленга в сопоставительном аспекте на материале нескольких языков, например, английского и русского.

Исследование в этом направлении, на наш взгляд, позволит в значительной степени повысить языковую компетенцию носителей русского языка, в том числе и изучающих английский язык, обеспечит значительный вклад, как в развитие, так и в повышение культуры речи, в ее совершенствование. Кроме того, у представителей той или иной лингвокультуры обеспечивается формирование коммуникативного такта, развивается чувство коммуникативной целесообразности при употреблении в речи сленговых единиц в самых разнообразных условиях протекания межличностной и межкультурной коммуникации.

Сленговые единицы могут представлять собой серьезную проблему в переводческом аспекте по причине того, что они могут создавать значительную проблему переводчику, так как данная лексика зачастую не фиксируется в двуязычных словарях, несмотря на активное употребление в языке по причине быстрого «устаревания» и последующего перехода в

другие группы лексики. Следует отметить, что проблема разработки универсального алгоритма работы переводчика со сленговой лексикой не получила должного освещения в научной и методической литературе, а потому требует дальнейшего комплексного изучения.

Лексический состав современного языка представлен разными группами в зависимости от положенного в основу классифицирующего признака. По функционально-стилевому критерию принято выделять следующие группы: нейтральная лексика; литературно-книжная лексика; нелитературная лексика. Литературно-книжная и нелитературная лексика делится далее на подгруппы по степени экспрессивно-стилистической окраски. Литературно-книжная лексика представлена такими подгруппами, как высокая лексика; научная лексика; официально-деловая лексика. Нелитературная лексика подразделяется далее на разговорную и просторечную. По критерию происхождения лексика делится на исконную и заимствованную, а по критерию частотности употребления – на активную и пассивную. Сленг является неотъемлемым компонентом лексической системы языка [2].

Сленг неизменно привлекает внимание исследователей и не раз выступал объектом исследования. Например, в своем диссертационном исследовании А.Н. Колесниченко рассматривает сленг с привлечением материала английского и русского языков в структурном, семантическом, этимологическом, функциональном и стилистическом аспектах [3]. Анализ осуществляется автором на основе художественных текстов: произведений англо- и русскоязычных писателей Д. Сэлинджера «Над пропастью во ржи» и Д. Гуцко «Русскоговорящий» [3].

Е. Е. Матюшенко фокусирует внимание на освещении таких аспектов современного молодежного сленга, как пути и способы его формирования и особенности функционирования. В результате проведенного анализа автор приходит к выводу о том, что сленговые единицы выступают символическими средствами вербализации мыслей, эмоционально-чувственных состояний и базовых концептов, доступных пониманию и известным большинству представителей конкретного лингвосообщества. Ведущим индикатором сленга, по мнению Е.Е. Матюшенко, выступает групповая немаркированность сленговых номинаций [4].

Данный признак объясняется исследователем следующим образом: сленгизм, в отличие от других типов субстандартных единиц – арготизма, жаргонизма или профессионализма – не ассоциируется в сознании носителя языка с конкретной социальной группой и, соответственно, не соотносится с определённой субкультурой. Следовательно, групповая соотнесенность сленгизму не свойственна [4, с. 6]. По мнению данного автора, сленговая лексика носит непостоянный характер и подвержена изменениям. Объясняется это тем, что старая сленговая единица не применяется часто, в виду того, что возникают более новые, яркие выражения, что обусловлено увеличением квазисинонимических отношений. При этом, такие квазисинонимы не являются новыми лингвистическими образованиями, а представляют собой только форму уже существующих сленговых выражений. Основной их задачей является разнообразие существующих форм речи, и они не несут никаких стилистических и смысловых различий.

Предпринятый анализ литературы по теме работы свидетельствует о том, что исследователи по-разному подходят к трактовке понятия «сленг», включая в него самые разнообразные лексические и стилистические явления. Высказываются также мнения и против выделения сленга как отдельного субстрата лексики. Например, И.Р. Гальперин в своей статье приходит к выводу о том, что сленг как явление отсутствует. Автор объясняет свою позицию тем, что категорию «сленг» достаточно сложно конкретизировать. В этой связи автор предлагает отнести сленг к «жаргону» [5, с. 107-114].

И. В. Арнольд, в свою очередь, считает возможным выделить сленг в особую группу лексики, уточняя, что она представляет собой «генетически весьма неоднородный слой лексики и фразеологии», для которого характерны такие отличительные черты, как ярко выраженная эмоциональность, оценочность и экспрессивность. Кроме того, исследователь указывает и на сферу функционирования сленга, отмечая, что он находится «вне пределов литературной нормы» и используется преимущественно в разговорной речи [6, с. 39].

О.С. Ахманова определяет сленг как часть разговорной профессиональной речи и элемент коммуникации представителей той или иной профессии или отдельной социальной прослойки населения. Автор считает, что сленговые выражения при проникновении в литературный язык или разговорную речь представителей иных профессий или социальных групп изменяют свою эмоциональную и экспрессивную окраску [7, с. 419].

Сленг представляет собой и переводческую проблему, что обусловлено экстралингвистическими факторами и особенностями сленга как языковой единицы: ввиду быстроты процесса пополнения сленгового словаря новыми словами и выражениями, переводные словари не в состоянии фиксировать их все, а догадаться о значении сленговой номинации не всегда представляется возможным. Кроме того, анализируемая группа лексики отличается ярко выраженной самобытностью и наличием в структуре значения оценочных коннотаций, понятных носителям языка или представителям определенной социальной группы, которая пользуется данными сленгизмами. Еще одной причиной, почему сленг может вызвать затруднения при переводе, является отсутствие в принимающем языке эквивалентов для сленговых единиц языка оригинала, в результате чего переводчику сложно достичь адекватности и эквивалентности как базовых показателей процесса перевода.

В.Д. Девкин, проводя исследование немецкого сленга, сделал вывод о том, что значительная проблема возникает при передаче семантики разговорного слова путем иностранного языка, что в свою очередь оказывает влияние на возникающие вопросы в теоретическом и практическом ракурсе. Самая основная проблема, по мнению автора, состоит в «переводимости сленга, который своеобразен и национально самобытен» [8, с. 20].

Основными параметрами, которые должны быть переданы при переводе сленговой единицы выступают: «денотативная семантика; равнообъемность понятия; градуальная характеристика; оценка; социальная специализация; степень сниженности; внутренняя форма; возраст слова; структурный параллелизм (частеречная принадлежность); этическая окраска; эстетика слова; комизм; узуальный ассоциативный фон» [8, с. 21]. При этом В.Д. Девкин подчеркивает, что в реальности достичь поставленной цели в полном объеме не представляется возможным, но задача передать основные из указанных выше моментов в процессе перевода вполне решаема [8, с. 21].

Таким образом, в результате проведенного анализа мы считаем необходимым поддержать позицию научных исследователей, считающих, что сленг является самостоятельной подсистемой, выполняющей как общие для всего языка, так и специфические функции и которой свойственны отличительные характеристики на языковом, стилистическом и прагматическом уровнях.

Сленг является одной из разновидностей речи, которая функционирует на устном уровне коммуникации среди участников определенной социальной группы, характеризующейся относительно высокой степенью устойчивости. Основанием для образования социальной группы могут выступать различные параметры, например, профессиональная принадлежность, социальный статус, единство интересов или возрастной критерий.

Основная трудность при переводе сленговых единиц возникает по той причине, что отсутствует понимание нового слова и его определение в словарях. Для того, чтобы выбрать средство выражения слова при переводе, необходимо уяснить значение слова в контексте. Вариант перевода лексической сленговой единицы должен передавать смысловое содержание и экспрессивно-стилистическую окраску слова. Для достижения указанного эффекта используют переводческие трансформации.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Козырева М.М. Общественная лексика в речи образованных носителей английского и русского языков: функционально-прагматический аспект: Автореферат дис...канд. филол. наук. М., 2013. — 21 с.
2. Абросимова Н.А. Языковые особенности переводов комических текстов (на материале рассказов М. Твена, О. Генри и С. Ликока) : дис...канд. филол. наук. Казань, 2007. — 172 с.
3. Колесниченко А.Н. Сленг в английском и русском языках: структурно-семантический, этимологический, функциональный и стилистический аспекты (на материале произведений Д. Сэлинджера "Над пропастью во ржи" и Д. Гуцко "Русскоговорящий"): дис...канд. филол. наук. Ростов-на-Дону, 2008. — 190 с.
4. Матюшенко Е.Е. Современный молодежный сленг: формирование и функционирование: автореферат дис...канд. филол. наук. Волгоград, 2007. — 26 с.
5. Гальперин И.Р. О термине сленг. Вопросы языкознания. 1956. №6. С. 107-114.
6. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. Л.: Просвещение, 1981. — 295 с.
7. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. М.: Русский язык, 2007. — 608 с.
8. Девкин В.Д. Особенности немецкой разговорной речи. М.: Наука, 1983. — 319 с.

**Бадалян Кристина Олеговна** — студент магистратуры; Российский государственный социальный университет; Москва, Россия; e-mail: krbadalyan@yandex.ru

## THE PROBLEM OF DEFINING THE NOTION “SLANG” AND TRANSLATION OF ENGLISH SLANG INTO RUSSIAN

**Abstract.** *The paper justifies the relevance of studying slang as a register. The author presents the approaches to the understanding and definition of the term “slang”. Slang is seen as an independent subsystem of the national language, characterized by functions both common to the whole language and functions that are characteristic exclusively for it, as well as a subsystem that has distinctive features in the linguistic, stylistic and pragmatic aspects.*

**Keywords:** *obscene vocabulary, slang, slang nomination, translation, translation transformation*

**Kristina O. Badalyan** — Russian State Social University; Moscow, Russia; e-mail: krbadalyan@yandex.ru

УДК 821.111-1

Д.А. Балашова, Е.В. Шостак

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### Потенциал формата парной работы в MS Teams на практических занятиях по языку

**Аннотация.** *Статья посвящена изучению потенциала формата парной работы на практических занятиях по иностранному языку с использованием платформы Microsoft Teams. Актуальность исследования обусловлена необходимостью пересмотреть традиционные методы преподавания в условиях дистанционного образования. Сделан обзор литературы по применению формата парной работы, описаны основные характеристики данного формата; проведено анкетирование для оценки организации парной работы на платформе Microsoft Teams; сформулированы особенности организации формата парной работы на платформе Microsoft Teams.*

**Ключевые слова:** *парная работа, самостоятельная работа на занятии, практические занятия по языку, дистанционное обучение*

В настоящее время эпидемиологическая ситуация обуславливает важность исследования вопросов применения традиционных методов, средств и приёмов обучения в условиях нового дистанционного образования. В Санкт-Петербургском Политехническом университете дистанционное обучение проходило на платформе Microsoft Teams, являющуюся частью программного продукта Microsoft 365. Процедура проведения потоковых лекций в режиме реального времени по теоретическим дисциплинам не сильно отличается от аудиторного формата: все участники собираются в одной видеоконференции, в арсенале программы есть функция поднятой руки, возможна демонстрация экрана с презентацией наравне с другими базовыми характеристиками фронтальной работы. Однако организация практических занятий по иностранному языку в новых условиях дистанционного образования претерпела вынужденные изменения.

Работа в мини-группах и в парах на занятиях по таким практическим аспектам, как разговор, грамматика, практикум по культуре речевого общения и другим дисциплинам, определенно занимает большое количество аудиторного времени, обладает высокой долей



дидактической полезности и является одним из самых применяемых форматов работы. В свете новых дистанционных реалий *актуальность* исследования заключается в недостаточной изученности потенциала формата парной работы на практических занятиях с использованием платформы Microsoft Teams.

*Цель* исследования – определить особенности организации формата парной работы в платформе Microsoft Teams на практических занятиях по иностранному языку. В соответствии с целью были выдвинуты *задачи*: сделать обзор литературы по применению формата парной работы, описать основные характеристики формата парной работы; провести анкетирование среди студентов и преподавателей для оценки парной работы на платформе Microsoft Teams. В работе использовались следующие *методы* исследования: анализ научно-исследовательской литературы, анкетирование.

Парная работа относится к коллективным формам деятельности учащихся. Парная работа создает условия для совместной учебной деятельности, взаимного контроля, развития способности учащихся объективно оценивать не только свою работу, но и работу партнера [1]. Форма парной работы нередко используется вместе с индивидуальной и фронтальной работой; деление учащихся на пары осуществляется преподавателем [2].

Рассмотрим несколько вариантов формата парной работы или работы в мини-группах, выделяемых О.А. Рыжковой [3]. Статистическая пара предполагает принцип формирования мини-группы или пары из сидящих рядом друг с другом студентов. Внутри пары студенты могут попеременно исполнять роли «проверяющего» и «делающего». В динамической мини-группе над одним общим заданием работают четыре человека. Каждый выполняет свою часть и затем обсуждает полученный результат с другими участниками своей мини-группы. В вариационной мини-группе каждый учащийся получает индивидуальное задание, анализирует его с преподавателем, а затем проводит взаимное обучение с остальными участниками своей мини-группы [3]. Вышеперечисленные варианты формата парной работы или формата работы в мини-группах подходят не только для школьников, но и для учащихся высших учебных заведений.

В ходе парной работы деятельность партнеров может быть организована следующим образом. Обучающиеся могут вместе выполнять одну и ту же операцию одновременно. Также студенты могут самостоятельно разделить задание по операциям и выполнить их последовательно, где каждый внутри пары несет ответственность за соответствующую операцию. Кроме того, возможен такой вариант, при котором один участник пары берет на себя всю работу, а второй – имеет функцию контроля.

Таким образом, специфика парной работы обеспечивает ряд преимуществ для учебного процесса. Во-первых, каждому учащемуся предоставлена возможность говорить в комфортной обстановке, так как общение максимально приближено к условиям общения в реальной жизни. Во-вторых, парная работа способствует активной коммуникативной практике, что сказывается положительно на запоминании материала [4]. В-третьих, в процессе парной работы студент учится работать самостоятельно. Самоконтроль и самокоррекция играют важную роль в формировании самостоятельности студентов, а развитию умений самоконтроля способствует взаимоконтроль, осуществляемый в паре [5]. В-третьих, парная работа позволяет учащимся проявлять свою индивидуальность, так как в

процессе работы такого формата учащиеся используют более привычные для них слова, выражения и фразы [6].

Важно отметить, что парная работа развивает навыки сотрудничества, так как для выполнения задания учащимся необходимо взаимодействовать и работать вместе, помогать друг другу. Каждый участник пары несет ответственность за успех пары в целом [5]. В некоторых случаях в процессе парной работы обучающиеся осознают, что они могут справиться с заданием сами, без помощи преподавателя.

Вместе с тем, следует подчеркнуть, что работа в паре, как правило, воспринимается как более интересная по сравнению с традиционной фронтальной работой, что положительно влияет на мотивацию учащихся к изучению языка.

Отметим некоторые особенности внедрения парной работы в процесс обучения. Парная работа всегда должна начинаться с инструктажа и объяснения заданий, а также с демонстрации примера выполнения того или иного задания. Все задания должны быть ограничены по времени. Субъекты процесса обучения должны следить за временем выполнения задания. Работа в парах предполагает зрительный контакт учащихся. Именно поэтому рекомендуется разворачивать стулья, если учащиеся сидят за одной партой или объединяться в пары с учащимися, сидящими позади [7].

Важную роль при организации формата парной работы студентов играет преподаватель, который выступает ментором, куратором по отношению к учащимся. Правильно подобрав упражнения и проинструктировав студентов, преподаватель занимает позицию наблюдателя и консультанта в случае возникающих спорных моментов. Рекомендуется записывать ошибки и после завершения задания указывать на них учащимся и исправить вместе. Помимо этого, по окончании выполнения задания преподаватель может более подробно разобрать со студентами наиболее трудные моменты заданий [8].

Итак, становится ясно, что в процессе групповой работы преподаватель выполняет ряд функций, включающих объяснение последовательности работы учащимся, контроль за ходом работы учащихся, ответы на вопросы. Таким образом, роль преподавателя в процессе парной работы обучающихся сводится к мониторингу выполнения задания, оказанию помощи при необходимости и анализу ошибок.

Далее мы рассмотрим некоторые ограничения, которые следует учитывать при организации процесса парного формата работы. Во-первых, нецелесообразно объединять в пару двух студентов с низким уровнем подготовки; предпочтительней формировать пары по принципу «сильный» – «слабый». Во-вторых, при нахождении нескольких пар в одном помещении может допускаться «рабочий» шум. В-третьих, длительность работы в паре обычно занимает от 15 до 30 минут.

Итак, мы рассмотрели дидактические возможности формата парной работы. Теперь изучим особенности организации парной работы в дистанционном формате посредством платформы Microsoft Teams. В качестве практической части исследования мы провели анкетирование среди преподавателей (7 респондентов) и студентов (30 респондентов) с целью выяснения, насколько эффективно применение формата парной работы в рамках программы Microsoft Teams. Анализ полученных ответов помог выявить следующие закономерности.

Большинство опрошиваемых студентов (59%) ответили, что применение программы Microsoft Teams для организации парной работы на практических занятиях по иностранному языку скорее эффективно. Около половины преподавателей оценили применение программы Microsoft Teams для организации парной работы на практических занятиях по иностранному языку нейтрально.

Также значительная часть опрошиваемых студентов (46%) посчитала применение формата парной работы в программе Microsoft Teams при выполнении грамматических упражнений скорее эффективным. Большая часть преподавателей (70%) также посчитала применение формата парной работы в программе Microsoft Teams при выполнении грамматических упражнений скорее эффективным.

Примерно половина студентов (46%) ответили, что формат парной в программе Microsoft Teams применяется в процессе их обучения иногда; больше половины опрошиваемых преподавателей (60%) отметили, что формат парной работы в программе Microsoft Teams применяется в ходе работы часто.

Среди значимых преимуществ организации парной работы в программе Microsoft Teams опрошиваемые студенты выбрали исчезновение страха за ошибки перед преподавателем (64,5%) и увеличение аудиторной языковой практики (51%). Среди других преимуществ большинство опрошиваемых студентов отметили легкую организацию работы и комфортную обстановку. Опрошиваемые преподаватели (80%) отметили оказание взаимопомощи в паре как преимущество организации формата парной работы в Microsoft Teams.

Среди значимых недостатков опрошиваемые студенты выбрали возникновение трудностей в самопроверке, невозможность оперативно обратиться к преподавателю (52%), а также нежелание одних студентов работать с другими (45%). Среди других недостатков большинство опрошиваемых отметило, в основном, технические сбои, а также неспособность контролировать время, отведенное на выполнение задания. Все опрошиваемые преподаватели среди значимых недостатков выбрали снижение ответственности у студентов при отсутствии непосредственного надзора преподавателей, а также возможные технические неполадки.

На основе анализа литературы и результатов анкетирования были выявлены ключевые характеристики по организации формата парной работы в программе Microsoft Teams. Процесс парной работы студентов должен быть потенциально доступен для мониторинга преподавателю, другими словами, последний должен иметь доступ в вебинарную комнату к студентам – с одной стороны, это поможет мотивировать обучающихся выполнять задание в ожидании возможной проверки; с другой стороны, отсутствие преподавателя большую часть времени при выполнении задания снижает страх ошибок и создаёт благоприятные условия для самоорганизации. Далее, должны быть обозначены точные временные рамки перед выполнением задания для обеспечения синхронизации действий субъектов обучения – это позволит вернуться всем участникам в общую вебинарную комнату в назначенное время независимо от того, удалось ли полностью выполнить поставленную перед парой задачу. Последним ключевым критерием по организации формата парной работы в программе Microsoft Teams выступает специфика самого задания. Отсутствие преподавателя можно

компенсировать распределением ролей «проверяющий» – «делающий» в паре, где «проверяющий» имеет доступ к ответам и может контролировать своего партнера.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что формат парной работы на платформе Microsoft Teams на практических занятиях по языку несмотря на свои недостатки в целом положительно влияет на качество работы студентов при должной организации. Результаты исследования могут применяться в преподавании иностранных языков при онлайн обучении.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Королева Т.А. Парная работа как один из методов интенсификации учебного процесса в неязыковом вузе. Актуальные исследования и разработки в области гуманитарных, общественных и экономических наук: Сб. науч. тр. – Белгород, 2019. – С.112-116.

2. Никишина И.В. Инновационные педагогические технологии и организация учебно-воспитательного и методического процессов в школе: использование интерактивных форм и методов в процессе обучения учащихся и педагогов. – 2-е изд., стереотип. – Волгоград: Учитель, 2008. – 91с.

3. Рыжкова О. А. Цели, задачи, содержание парной работы в рамках ФГОС. Евразийский научный журнал. – 2017. – №2. – С. 215-216.

4. Заседателева М. Г. Роль парной и групповой форм работы в повышении мотивации студентов к изучению иностранного языка. Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета. – № 8. – 2017. – С. 29-35.

5. Ботирбекова Г. А., Иргашева У. Р. Роль самостоятельной деятельности студента в процессе обучения. Наука и образование сегодня. – 2020. – №1 (48). – С. 34-35

6. Никишина, И. В. Интерактивные формы методического обучения. – Москва, 2007. – 233 с.

7. Панфилова А.В. Инновационные педагогические технологии: Активное обучение: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — Москва: Издательский центр «Академия», 2009. – 192 с.

8. Султанова В. К. Педагогические особенности общения между учителем и учащимися и пути его организации. Педагогика: традиции и инновации: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, апрель 2013 г.). – Т. 0. – Челябинск: Два комсомольца, 2013. – С. 24-26.

**Балашова Дарья Андреевна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет имени Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: dashysha1999@mail.ru

**Шостак Екатерина Владимировна** – старший преподаватель; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: ekaterinavsh@yandex.ru

## PAIR WORK IN MS TEAMS AT A LANGUAGE CLASS

**Abstract.** *The article explores the potential of pair work format in Microsoft Teams. Practical language classes are undergoing forced changes and require the study of various teaching methods in the context of distance education. Literature review on the pair work format was made, the main characteristics of the format were identified; a survey was conducted among students and professors to assess pair work in Microsoft Teams; the main features of pair work in Microsoft Teams have been stated.*

**Key words:** *pair work, independent work in class, practical language classes, distance learning*

**Darya A. Balashova** – Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University, Saint-Petersburg, Russia; e-mail: dashysha1999@mail.ru

**Ekaterina V. Shostak** – Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: ekaterinavsh@yandex.ru

УДК 81-23

**А.А. Богданова, Н.С. Спиридонова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Сравнительный анализ функциональных и языковых особенностей деловых писем в русском и французском языках**

**Аннотация.** *Данная статья посвящена проблеме функциональных и языковых особенностей деловой корреспонденции французского и русского языков. В ходе работы были рассмотрены виды деловых писем и их основная характеристика, проанализированы функции и языковые нормы деловой переписки обоих языков. Были выявлены общие черты и основные лексические, грамматические и синтаксические особенности русских и французских деловых писем.*

**Ключевые слова:** *французский язык, русский язык, деловое письмо, функции, языковые нормы*

Образование официально-деловой письменной речи связано с развитием государственности, аппарата управления и вызвано необходимостью фиксировать правовые отношения юридических и физических лиц. Официально-деловой стиль очень часто используется в сфере административно-правовой деятельности, так как он удовлетворяет потребность общества в документальном оформлении актов государственной, политической, экономической жизни. Деловые письма можно назвать самым распространенным видом документов предприятия, их используют для переписки по довольно широкому кругу вопросов. Зачастую деловая корреспонденция является наиболее надежным и практичным видом коммуникации, так как при проведении устных переговоров коммуникантам не всегда удается корректно выразить свои мысли, что приводит к недопониманию. Многие ученые, такие как Г.М. Алиева, И.Н. Мешкова, И.С. Данилова внесли свой вклад в исследование проблемы особенностей деловой переписки на русском и французском языках [1,2]. Так, деловое письмо является кратким документом, объем которого составляет 1-2 страницы,

касающийся одного или нескольких взаимосвязанных вопросов [3]. Его правильное оформление имеет особую значимость для установления деловых контактов, заключения сделок и в целом для успешного ведения бизнеса.

Целью данной статьи является выявление функциональных и языковых особенностей деловой корреспонденции русского и французского языков. Для ее достижения были поставлены следующие задачи: рассмотреть функции деловых писем обоих языков, изучить языковые нормы делового стиля русского и французского языков и провести сопоставительный анализ.

Особенности деловой переписки русского и французского языков недостаточно изучены, что и определяет актуальность данного исследования.

Деловое письмо является пограничным явлением между частной перепиской и документацией. С частной перепиской, его объединяют более гибкие возможности реализации коммуникативного акта, а с документацией – характерная композиционная и структурная организация.

Деловой корреспонденции свойственны лаконизм, стандартизация текста и недвусмысленность языка сообщения. Иными словами, деловое письмо должно содержать достоверную, достаточную для принятия решения информацию; как правило, оно содержит различные готовые, прочно вошедшие в деловой обиход словесные формулы; недвусмысленность текста делового письма обусловлена предметной и коммуникативной точностью:

- Предметная точность – точность факта, которая достигается с помощью употребления слов в их прямом значении;
- Коммуникативная точность – точность реализации замысла пишущего.

По тематическому признаку деловую корреспонденцию можно разделить на 3 основные группы:

- официально-деловые письма (письма-просьбы, письма-сообщения, письма-запросы, письма-заявления, письма-заказы, письма-предложения, гарантийные письма, претензионные письма и т.д.);
- частные деловые письма (письма-поздравления, письма-приглашения, письма-извинения, благодарственные письма, рекомендательные письма, письма-резюме);
- организационно-распорядительные письма (объяснительные, докладные записки, акты, договоры, справки, инструкции, решения, постановления, указы) [3].

Что касается их содержания, то тексты делятся на определенные смысловые блоки, и каждый из них выполняет свою функцию.

Функции деловых писем, в свою очередь, имеют интернациональный характер, так как они являются следствием универсальности задач, которые решает деловая корреспонденция. Следовательно, и в русском, и во французском языках набор функций делового письма является идентичным. Можно выделить следующие функции:

1. Информационная функция (в письме фиксируются различные факты, сведения, мнения и другие продукты практической и мыслительной деятельности человека);
2. Организационная функция (деловые письма воздействуют на коммуникантов в целях организации и координации осуществляемой деятельности);

3. Коммуникативная функция (деловая переписка обеспечивает внешние связи юридических и физических лиц);

4. Юридическая функция (содержание делового письма может послужить свидетельством или доказательством в каких-либо спорных вопросах);

5. Воспитательная функция (деловые письма дисциплинируют исполнителей и требует повышенного уровня образовательной подготовки) [4];

Реализацию вышеупомянутых функций осуществляют структура делового письма и ряд языковых норм, которых стоит придерживаться в ходе осуществления деловой переписки. Что касается структуры, то деловые письма на русском и французском языке обязательно содержат:

- реквизиты участников коммуникации;
- обращение к адресату;
- основную часть;
- заключительную форму вежливости;
- подпись [5].

Языковые нормы, в свою очередь, делят на лексические, грамматические и синтаксические.

Говоря о лексических нормах делового стиля, необходимо отметить, что большинство из них являются интернациональными. Так, деловые письма как на русском, так и на французском языках характеризуются точностью словоупотребления, в них недопустима двусмысленность. Следовательно, для деловой корреспонденции свойственно использование терминов и профессионализмов, чаще всего употребляются бухгалтерские, юридические или же дипломатические термины: “accréditation – «аккредитация», “dotation” – «ассигнование», “tempérament” – «рассрочка», “présomption” – «презумпция», “prétentions” – «исковые требования», “ratification” – «ратификация», “signalement” – «особые приметы», “soumission” – «подчинение», “taxation” – «налогообложение», “tolerance” – «толерантность», “unanimité” – «единогласие», “véracité” – «достоверность», “instance” – «инстанция», “autorité” – «орган власти», “information” – «опровержение», “garant” – «поручитель», “formalité” – «формальность», “expropriation” – «принудительное отчуждение», “licenciement” – «увольнение», “falsification” – «фальсификация», “disponibilité” – «резерв», “débours” – «издержки», “consignation” – «консигнация», “depot” – «депозит» [6]. Автор письма не может обойтись без употребления терминологии и сочетаний терминологического характера, соответствующих теме переписки, что обусловлено содержанием любой деловой корреспонденции. Также, в ходе деловой переписки не допускается искажение значения термина или его замена синонимами. В случае, если автор думает, что адресату термин может показаться непонятным, необходимо объяснить его значение. Нейтральность тона изложения исключает употребление эмоционально-экспрессивных слов и выражений, например, разговорной лексики, междометий, образных средств и слов в переносном значении. Также, для русских и французских деловых писем характерно использование заимствованных из других языков слов. Еще одной особенностью деловой корреспонденции обоих языков можно назвать употребление языковых формул, а именно устойчивых оборотов и различных клише: «Надеемся на дальнейшее сотрудничество», «Благодарим Вас

за...», «Информируем Вас о том...», “*Veillez, Monsieur, agréer nos salutations distinguées*”, “*Nous avons le plaisir de...*”, “*Vous trouverez ci-joint...*”. Тем не менее, и у русских, и у французских деловых писем существуют свои лексические особенности. Так, во французской деловой корреспонденции часто употребляются слова высоко стиля (*mots nobles*), например: “*comporter l’attribution d’une indemnité*”, “*accepter comme une mission l’obligation de formuler sa pensée* [5;6]. Также, глагол “*faire*” заменяют глаголом “*effectuer*”: “*Effectuer une négociation le lacement, une revision*”. Деловому стилю французского языка характерен плеоназм, другими словами, избыточность выражения. К примеру, часто встречаются такие выражения, как: “*Il est formullement défendu*” и др. Плеонастическую нагрузку выполняют различные существительные, глаголы, местоимения, прилагательные и наречия: “*exclusivement réserve*”, “*une identification exacte*” и т.д.

Грамматические нормы, в свою очередь, имеют свои особенности в каждом из языков, что является результатом различного набора грамматических категорий. Так, например, в деловых письмах на русском языке часто используют формы родительного и дательного падежей, например, «во избежание...», «в силу...», «согласно...», в то время как во французском категория падежа отсутствует вовсе. Еще одним различием является наличие категории детерминации во французском языке, которой нет в русском. Также, число времен и наклонений в обоих языках является различным. Во французском языке, к примеру, за деловым стилем закреплена определенная система времен (*Présent de l’indicative, Présent absolu, Futur simple, Futur antérieur, Passé Composé, Conditionnel Passé, Conditionnel Présent, Subjonctif*) [7]. Немаловажной особенностью русской деловой корреспонденции является тенденция к утрате местоимения «я», местоимение «он» тоже следует использовать правильно, потому что оно сохраняет свое указательное значение. Требуется особая осторожность при его использовании в деловых письмах, так как данное местоимение может являться средством обезличивания, фамильярности. Однако, необходимо отметить и схожие грамматические нормы русских и французских деловых писем. Так, при осуществлении деловой переписки следует придерживаться правильного спряжения глаголов в зависимости от подлежащего, согласования прилагательных в роде и числе. Немаловажной чертой делового стиля обоих языков является и использование пассивного залога, с помощью чего составитель акцентирует внимание на адресата на подлежащем и сказуемом: «Документы были отправлены вчера.», “*Les documents ont été envoyés hier .*”. С точки зрения морфологии, как в русском, так и во французском языке, при указании на какое-либо действие следует использовать отглагольные существительные: «пополнение счета», «оказание услуг». Что касается французского языка, то по мнению Ш. Балли данная особенность делового стиля приводит к стремлению убрать из современного письменного языка слова “*qui*” и “*que*”, следовательно, наблюдается использование большого количества предлогов, особенно предлога “*de*”: “*Concernant les échanges de jeunes, nous devons nous féliciter de la pérennité de l’échange du Lycée Dautet...*” [1].

Синтаксические нормы русских и французских деловых писем имеют множество общих черт. Так, им свойственны длинные предложения с разветвленной союзной связью, характерно использование причастных и деепричастных оборотов, различных вводных конструкций и инфинитивных конструкций. Данная отличительная черта деловой



корреспонденции позволяет коммуникантам детализировать излагаемое содержание. Однако, существуют и определенные особенности. Деловым письмам французского языка характерен обратный порядок слов или «абсолютная инверсия», которая рассматривается как постпозиция подлежащего, стремление выделить его логически: “Sont commerçants ceux qui exercent des actes de commerce.”. Считается, что данная особенность унаследована от старофранцузского языка [7]. Русским деловым письмам, напротив, характерен прямой порядок слов в предложении. Однако, необходимо помнить о синтаксических особенностях деления текста на абзацы, пункты, подпункты и нумерацию. Это является одной из важнейших структурно-языковых особенностей деловой корреспонденции на русском языке, так как в текстах писем можно наблюдать две противоречивые стилевые черты:

1. Усложнение синтаксиса предложения для того, чтобы заключить в нем как можно больше актуальной информации;
2. Членение письма на максимально возможное число абзацев с целью конструктивно изложить содержание письма и выделить ту информацию, которая наиболее важна для коммуниканта.

В первом случае такая синтаксическая единица, как предложение, не требует дополнительной системы средств межфразовой связи. Что касается второго случая, то здесь ситуация складывается иначе. Такая синтаксическая структура текста является причиной появления специальных средств связи, объединяющих структурные компоненты текста – абзацы.

Анализ функциональных и языковых особенностей деловых писем русского и французского языков показал, что функции деловых писем являются интернациональными и как таковых различий не имеют, чего нельзя сказать об языковых нормах. Деловая корреспонденция обоих языков имеют свои лексические, грамматические и синтаксические особенности.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Алиева Г.М., Данилова И.С. Функциональные и языковые особенности деловых писем во французском языке. Наука и образование. – 2016. – С. 106-112.
2. Мешкова И.Н. Некоторые особенности официально-делового стиля французского языка в правовой сфере. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Юридические науки. – 2013. - №3. – С. 301-308.
3. Деловое письмо: Учебно-справочное пособие для бакалавров / Авт-сост. И.Н. Кузнецов. – 9-е изд., перераб. – М: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 161 с.
4. Эль-Амари О.Н. Национальный аспект русского делового письма. Культура и Цивилизация. – 2017. - №7. С. 150-156.
5. Балли Ш. Французская стилистика. – М: Либроком, 2009.
6. Dominique Le Fur, Yaël Freund, Géraldine Sourdot, Ghislain Geitner, Sandra Escoffier. Lexique administratif. – Dictionnaires Le Robert. – 2003.
7. Интернациональные свойства делового языка. URL: <https://lektsii.org/16-34620.html/> (дата обращения 01.03.2021).

**Богданова Алина Александровна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: alina.bogdanova16@gmail.com

**Спиридонова Наталья Сергеевна** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: nataliasan@mail.ru

## **COMPARATIVE ANALYSIS OF FUNCTIONAL AND LINGUISTIC FEATURES OF BUSINESS LETTERS IN RUSSIAN AND FRENCH**

**Abstract.** *This article is devoted to the problem of functional and linguistic features of business correspondence in French and Russian. The functions and language norms of business correspondence in both languages were analyzed in this work. Based on the research there were identified common features and main lexical, grammatical and syntactic features of Russian and French business letters.*

**Key words:** *The French language, The Russian language, business writing, functions, language norms*

**Alina A. Bogdanova** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: alina.bogdanova16@gmail.com

**Natalya S. Spiridonova** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: nataliasan@mail.ru

УДК 608.2

**Н.М. Бурикова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Литературно-художественные журналы – вчера, сегодня, завтра**

**Аннотация.** *Данная статья рассматривает литературно-художественные журналы с точки зрения их развития: начиная с истории их появления в России и их становления, продолжая нынешним состоянием отрасли и заканчивая рассмотрением потенциально-возможных путей дальнейшего изменения. Рассматриваются модели существующих литературно-художественных журналов «нового типа», где упор делается на технические новшества (развитие электронных версий журнала) и тематическое расширение (охват новых аудиторий); предлагаются концепции для новых изданий, пути улучшения существующих.*

**Ключевые слова:** *литературно-художественный журнал, субкультура, культура, развитие*

Современный российский рынок периодических изданий находится в двойственном состоянии: с одной стороны, можно говорить о его упадке, потери интереса к нему у читательской аудитории, с другой – он беспрестанно развивается и видоизменяется. Эти два

направления тесно связаны между собой: лишь развитие может остановить упадок, но именно упадок является причиной развития. В этой связи можно говорить о многом, но в нашей работе мы бы хотели остановиться на том, как это влияет на конкретный тип журналов, а именно – на литературно-художественные издания.

Данные журналы - особый «феномен» российского журнального рынка, с момента своего появления сформировавший чёткие рамки касательно содержания, структуры и читательской аудитории. Так, еще в XIX в. отмечается, что традиционно литературно-художественный журнал должен иметь триадную структуру рубрик: литературно-художественные тексты, публицистика, критика и библиография [1]. Это всегда высококультурное издание, поднимающее своего читателя на новый уровень, раздвигающий границы его мировоззрения.

Как же воспринимается это издание сейчас? ГОСТ определяет литературно-художественный журнал как журнал, содержащий произведения художественной литературы, а также публицистические статьи и материалы [2]. Подобных проектов на рынке представлено достаточно. У каждого из них есть своя аудитория, специфика, сильные стороны и недостатки. Редакция каждого из этих журналов неустанно работает над тем, чтобы сделать свой журнал лучше, привлечь к нему новых читателей. Но всё это происходит лишь на уровне конкретных журналов. Можем ли мы изменить (разумеется, в значении «расширить», а не «отказаться от имеющегося») саму отрасль, сам образ этих журналов?

Прежде всего, стоит отметить, что подобное глобальное развитие далеко не новаторская идея – так, не стоит ли воспринимать появление «Журнального зала» (электронного ресурса, представляющего доступ к материалам многих литературно-художественных журналах, их архивам) как одно из таких «расширений»? [3]. Этот ресурс напрямую ведёт к росту читательской аудитории всей отрасли в целом: с одной стороны, он позволяет тем, кто уже читает один из журналов, узнать о других его «собратях», сравнить их; с другой – он привлекает новых читателей (так, они могут бесплатно ознакомиться с материалами, которые позволят понять, насколько эти журналы соответствуют их требованиям и исканиям).

Наше же «расширение» касается не только технических вопросов, но, в первую очередь, концентрируется на тематических изменениях. Так, есть огромный спектр тем, которые попросту не принято освещать в журналах, предназначенных более взрослой аудитории (впрочем, едва ли аудиторию подобных журналов стоит определять через возраст – куда большую роль играет тематическая расположенность, а также уровень культуры и/или образования). Вместе с тем, есть приличный пласт потребителей, которые платёжеспособны, заинтересованы в приобретении продукции, но попросту лишены её. Итак, пытаясь охарактеризовать эти неосвещаемые темы, их можно привязать к такому понятию как субкультура.

Субкультура – это подсистема целостной системы культуры [4]. Каждая субкультура обладает своими ценностями, мировоззрением, отличительными чертами. Субкультуры могут быть связаны со многими аспектами нашей жизни – политикой, имиджем, хобби. И вот что интересно – политических и модных журналов разных уровней (от массовых до весьма элитарных и серьёзных) не счесть, а вот журналы, так или иначе связанные с хобби,

представлены на нашем рынке в количестве подавляюще массовом (разумеется, некоторые исключения имеются и здесь, так – есть толстые журналы посвящённые конкретным музыкальным направлениям, но это очень редкие случаи), и зафиксированном на конкретных аспектах (рукоделие, готовка и так далее), мало соотносимых с понятием субкультуры.

Чем может быть вызвано подобное пренебрежение – сложно сказать. Вероятно, в первую очередь, сказывается влияние стереотипов, причём – сразу нескольких и весьма тяжёлых. Так, принято считать, что субкультуры, это именно молодёжные движения, то есть потребители – подростки (что влияет и на их экономический достаток, и на их потребности), но это заявление в корне ошибочно. Да, безусловно, подростки наиболее яркие представители своих течений, но сами направления ими не исчерпываются. Многие люди сохраняют приверженность своим интересам после выхода из подросткового возраста и вступления во взрослую жизнь. Но наше общество устроено так, что на вопрос «Кто из них качественный специалист, ответственный человек...» (продолжать можно до бесконечности) большинство выберет аккуратно одетого человека в костюме, а не взрослого с «симптомами подростка». Поэтому приверженность к тем или иным субкультурам зачастую уходит на другой, внутренний уровень – люди продолжают жить по своим интересам, но уже «для себя», а не «на публику». Можно с уверенностью сказать, что получи они возможность ознакомиться с журналом по своим интересам, предназначенным именно для их уровня восприятия, они бы воспользовались ею.

Итак, именно эти ниши мы предлагаем попробовать занять литературно-художественным журналам. Многие субкультуры связаны с литературой (это как могут быть фанаты конкретных литературных вселенных, так и жанров) или соприкасаются с ней (так, любителей музыки некоторых направлений (барды, рок, фолк) можно соотнести с любителями поэзии).

Стоит отметить, что подобные решения опять же нельзя назвать новыми: на рынке уже существуют журналы, воплотившие эти идеи в реальность.

Так, ярким примером является журнал «Мир фантастики» — «легендарный журнал о фэнтези и фантастике во всех проявлениях, созданный Николаем Пегасовым, автором множества популярных настольных игр». [5]. Журнал рассказывает о фантастических книгах, кино и сериалах, настольных играх, комиксах и аниме. Несмотря на упор на публицистические статьи, журнал публикует и литературные произведения в указанных жанрах. Обращаясь к рубрикам журнала, видим, что они мало чем отличаются от рубрики, представленной в классических литературно-художественных журналах:

«Книжный ряд» - классическая рубрика книжных рецензий, имеющаяся практически в каждом литературном журнале.

«Фан» - в этом разделе публикуются новые литературные произведения подходящей тематики. Разница лишь в том, что в классических журналах этот отдел занимает первоочерёдное и наиболее влиятельное место в выпуске, а здесь имеет несколько уменьшенный характер (что, впрочем, не отменяет его наличия).

«Врата миров» (о персонажах и их вселенных), «Видеодром» (о киноиндустрии), «Игровой клуб» (об играх), «Машина времени» (о научных теориях и достижениях), «Спецматериалы» (более внимательное рассмотрение некоего вопроса) – эти отделы в той

или иной степени соотносятся с классическими рубриками публицистического характера, статьями и эссе, где авторы высказывают своё мнение о тех или иных вопросах. Так, в одном из выпусков журнала «Иностранная литература» за 2019 год, посвящённого Мексике есть статьи о мексиканском болеро, кино, художниках, обычаях [6]. Всё это едва ли связано с литературой, но тесно связано с общей идеей выпуска дать представление о культуре конкретной страны. Также дело обстоит и со статьями в «Мире фантастики».

Подобным «жанровым» литературным журналом можно считать и DARKER — ежемесячный российский вебзин о жанре ужасов и мистике. В нём публикуются статьи, интервью, рецензии, а также рассказы и повести отечественных и зарубежных авторов. Его рубрики также близки к классическим: рецензии, интервью, статьи, спецрубрики, проза [7].

В начале статьи мы говорили о том, что расширение границ литературно-художественных журналов возможно благодаря техническим решениям. Это так, но, к сожалению, далеко не все «классические» журналы пользуются этой возможностью. Да, практически у всех журналов сейчас есть сайт, позволяющий узнать больше об авторах журнала, его редакции. Обычно здесь же располагается архив старых номеров и предложения о покупке новых выпусков. Но этим всё и исчерпывается — несмотря на наличие практически на всех сайтах рубрики «новости», последние обновления там имеют многолетнюю давность. Это не может не наводить на мысль о том, что перед нами мёртвые, формальные сайты, созданные в попытке показать, что редакция идёт в ногу со временем, но полностью забытые практически сразу после создания.

В это же время журналы о которых мы упоминали выше в полную силу пользуются интернет-пространством. И если журнал DARKER является полностью онлайн-изданием, то «Мир фантастики» иллюстрирует собой весьма активный симбиоз печатных версий и онлайн-платформ. Некоторое время назад у журнала были две версии — печатная и электронная, но последняя практически не приносила дохода и её закрыли. В то же время журнал активно ведёт свой сайт и социальные сети, снимает видео для своего канала на YouTube. Такая многопрофильность позволяет достичь сразу нескольких целей:

Привлечение новой аудитории. Потенциальные читатели появляются не только после знакомства с печатным журналом, но и столкнувшись с ним на популярных интернет-площадках. Они получают возможность понять, насколько им подходит журнал, стоит ли его покупать.

Постоянное общение с уже имеющейся аудиторией. Перед нами уже не просто журнал, а целая информационная система, позволяющая представлять своему читателю информацию в разное время и в разном виде. Вы покупаете журнал, в перерывах между новыми выпусками читаете новости на сайте и в социальных сетях, а перед сном смотрите новые видео с канала. Пример, конечно, условный, но редакция вполне может говорить о том, что всегда держит читателя в курсе событий.

Использование имеющейся информации в полную силу. Далеко не всю информацию можно печатать в журналах, и тому есть разные причины: недостаточность материала для полноценной статьи, его старение (например, новые анонсы, некие срочные события не могут быть актуально отражены в ежемесячном издании). А использование множественных площадок для подачи информации позволяет использовать любую, даже самую

незначительную информацию (её всегда можно превратить в пост в социальных сетях, обыграть краткой новостью на сайте или обсудить в видео).

Наконец, подобная многопрофильность позволяет создать очень подвижную систему, реагирующую на читательский спрос, способную отслеживать какие решения редакции принято «на ура», а что ещё необходимо доработать.

Подводя итог, можно сказать следующее: в современном обществе всё находится в состоянии движения. Всё стремится вперёд и меняется, отвечая требованиям времени. Это нормально, но с этим необходимо считаться. В независимости от того, идёт ли речь об очень удачных индивидуальных проектах, или целых популярных отраслях. Литературно-художественные журналы, это явление, имеющее долгую историю, сильное настоящее и весьма перспективное будущее. Они могут развиваться как в тематическом аспекте, так и в технологическом. Но процесс этот требует времени, а главное - усилий, так как не терпит формального подхода.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Мисюров Н.Н., Тесля Е.В. Отечественные литературно-художественные и филологические журналы: история и современность. Библиосфера. – 2013. – № 1. – С. 70-75.
2. ГОСТ Р 7.0.60-2020 СИБИД. Издания. Основные виды. Термины и определения. – М.: Стандартинформ, 2020.
3. Тесля Е.В. Электронные литературно-художественные и Филологические журналы: преимущества и перспективы. Вестник культуры и искусств. – 2009. – № 3. – С. 15 – 16.
4. Кузьмина И.К. Субкультуры современного общества // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. – 2014. – № 3. – С. 203 – 206.
5. Мир фантастики: официальный сайт. – URL: <https://www.mirf.ru/faq/new-mirf/> (дата обращения: 07.03.2021).
6. Иностранная литература. – М.: Иностранка, 2019. – №6. – 287 с.
7. DARKER, онлайн-журнал ужасов и мистики: официальный сайт. – URL: <https://darkermagazine.ru/page/about> (дата обращения: 07.03.2021).

**Бурикова Наталья Максимовна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [burikova.nm@edu.spbstu.ru](mailto:burikova.nm@edu.spbstu.ru)

#### LITERARY AND ART MAGAZINES – YESTERDAY, TODAY, TOMORROW

**Abstract.** *This article examines literary and art magazines from the point of view of their development: starting with the history of their appearance in Russia and their formation, continuing with the current state of the industry and ending with the consideration of potentially possible ways of further change. The models of existing literary and art magazines of a "new type" are considered, where the emphasis is on technical innovations (the development of electronic versions of the magazine) and thematic expansion (the coverage of new audiences), concepts for new publications are proposed, and ways to improve existing ones.*

**Key words:** *literary and artistic magazines, subculture, culture, development*

**Natalia Maks. Burikova** - St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: burikova.nm@edu.spbstu.ru

УДК 378

**Ван Ши, Вэнь Цзясинь, Я.К. Кулик, Е.А. Крылова**  
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Использование технологии Edutainment при обучении русскому как иностранному**

**Аннотация.** *Статья посвящена изучению современной образовательной технологии Edutainment. Рассматриваются основополагающие принципы использования технологии Edutainment, нацеленные на активизацию учебного процесса по русскому языку как иностранному. Дается характеристика учебно-методических ресурсов, которые могут быть использованы на занятиях по русскому языку как иностранному при реализации технологии Edutainment.*

**Ключевые слова:** *технология Edutainment, иностранные языки, русский язык как иностранный*

Образовательная система находится в постоянном поиске методов, приёмов, обеспечивающих активизацию учебного процесса, а также вовлеченность и деятельностную позицию учащихся. В методике преподавания русского как иностранного возрастает интерес к инновационным технологиям обучения, построенных на использовании современных технических средств обучения, к которым относятся компьютер, мультимедиа, видеоряд и пр. С точки зрения психологии обучения такие образовательные технологии способствуют более эффективному усвоению учебного материала, что достигается путем активного включения студента в учебный процесс.

Edutainment является современной образовательной технологией, представляющей собой форму подачи информации в развлекательном формате. Данная технология направлена на преодоление психологических барьеров учащихся, а также на создание комфортной среды для обучения.

Данное исследование ставит перед собой целью, во-первых, изучение сущности технологии Edutainment, во-вторых, обзор учебно-методических ресурсов, которые могут быть использованы в иноязычном образовательном процессе по русскому как иностранному.

Рассмотрим, как трактуется понятие «Edutainment» в отечественной и зарубежной литературе.

Шэррон Де Вари определяет сущность технологии Edutainment как эффективный баланс между информацией, мультимедийными продуктами, психологическими приемами и современными технологиями [1].

Р. Донован представляет эдьютейнмент как соединение социального заказа с развлекательным механизмом и считает его эффективным средством для распространения информации большому количеству людей за короткое время. В качестве основных характеристик технологии автор отмечает создание психологически комфортной образовательной среды, что несомненно способствует активизации учебного процесса [2].

А.В. Попов вводит термин «игразование» и подчеркивает, что организация учебного процесса в игровой форме помогает установить эмоциональную связь между учеником и учебной информацией. А эмоциональный компонент отвечает за более прочное усвоение знаний [3].

Интересная трактовка технологии Edutainment представлена в исследованиях О. М. Железняковой и О. О. Дьяконовой, которые отмечают следующее: «Технология Edutainment - особый тип обучения, который начинается с развлечения (раз + влечение) в обучении, сопровождается формированием привлечения (при + влечение) внимания учащегося к предмету и, в результате, завершается увлечением (у + влечение) и получением удовольствия от процесса обучения» [4]. Увлеченность и познавательный интерес являются основой «внутренней мотивации», которая, в конечном счете, становится главным двигателем познавательной активности.

Н. А. Кобзева определяет Edutainment как технологию обучения, рассматриваемую как совокупность современных технических и дидактических средств обучения, основанную на концепции обучения через развлечение [5]. В данном исследовании будем полагаться именно на это определение.

Анализ вышеуказанных исследований подтверждает актуальность технологии Edutainment при организации учебного процесса. Однако вместе с тем, хотелось бы отметить, что только системное методически целесообразное использование образовательной технологии может являться основой активизации учебного процесса. Считаем необходимым выделить основополагающие принципы использования технологии Edutainment, обеспечивающие эффективность учебного процесса по русскому как иностранному.

1. **Принцип активности** подразумевает выстраивание субъект-субъектных отношений в рамках учебного процесса. А это значит, что учащиеся занимают деятельностную позицию и характеризуются готовностью к самостоятельному добыванию знаний, исследованию фактов, анализу изученной учебной информации, формулированию выводов, рефлексивной деятельности и т.д.

2. **Принцип мотивации** связан с характеристикой деятельности по изучению иностранного языка, расширением и обогащением опыта в этой деятельности; стремлением к саморазвитию и самоусовершенствованию, а также к полной реализации своих способностей. Однако данные процессы будут возможны только в том случае, если изучаемый на занятии материал соответствует интересам учащихся. В связи с этим целесообразным представляется обратиться к современным интерактивным учебно-методическим ресурсам, активизирующим мотивационные процессы учащихся, а также их вовлеченность.

3. **Принцип интерактивности**, с одной стороны, отвечает за реализацию коллективного взаимодействия между всеми участниками учебного процесса, использование приемов, вовлекающих в учебный процесс непрерывное взаимодействие учащихся друг с другом, а также с преподавателем; а с другой стороны, подразумевает использование современных интерактивных технологий на занятиях по русскому как иностранному.



4. **Принцип индивидуализации** учебного процесса обеспечивает такую организацию учебного процесса, которая принимает во внимание существенные характеристики современных учащихся, характеризующихся клиповостью мышления и называемых «цифровыми аборигенами» (digital natives), родившихся в цифровую эпоху и находящихся под воздействием информационных технологий. Отметим, что клиповое мышление характеризуется фрагментарностью и кратковременностью. Студенты, обладающие данным типом мышления, неспособны фокусировать внимание в течение долгого времени, что говорит о необходимости использования в обучении постоянно сменяющихся видов деятельности и средств информационно-коммуникационных технологий, иначе информация не будет усвоена в должной мере.

5. **Принцип осознанности.** Не вызывает сомнений, что основной чертой технологии Edutainment является ярко выраженный упор на предоставление знаний через визуальные способы, а также преподнесение этой информации в неформальном стиле, в форме игры и т.д. Однако все участники учебного процесса должны осознавать, что неформальные приемы, используемые в учебном процессе, не являются самоцелью. Они лишь призваны разнообразить обучение, а значит должны быть методически целесообразны и отвечать определенным целям и задачам по усвоению иноязычной учебной информации. Поэтому важной проблемой является баланс между обучением и развлечением.

6. **Принцип коммуникативности.** Основной целью любого занятия по иностранному языку является формирование иноязычной коммуникативной компетенции. Технология Edutainment обеспечивает создание на занятиях среды для иноязычного общения в рамках продуктивных и рецептивных видов речевой деятельности.

Перейдем к рассмотрению учебно-методических ресурсов, которые могут быть использованы на занятиях по русскому как иностранному при реализации технологии Edutainment. Нами были выделены следующие категории учебно-методических ресурсов:

#### 1. **Специализированные порталы и ресурсы по русскому языку.**

К данной категории можем отнести такие специализированные сайты, как «Грамота.ру» – gramota.ru, «Русские словари» – slovari.ru, а также порталы высших учебных заведений russianword.ru, pushkin.edu.ru, cie.ru, russian4foreignes.ru и др., где содержатся методические и учебные ресурсы. Особо хотелось бы отметить Лингвострановедческий словарь Россия - инновационный проект Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина. Главная цель словаря – помочь изучающим русский язык в усвоении слов и выражений, обладающих национально-культурным компонентом семантики, и сформировать их культуроведческую компетенцию. Словарь создан на базе книжных версий Большого лингвострановедческого словаря «Россия» и дополнен мультимедийным контентом: вербальными текстами различных жанров, репродукциями, фотографиями, аудиозаписями, видеофрагментами, панорамами, караоке, интерактивными заданиями.

#### 2. **Ресурсы сети Интернет.**

В данной категории в первую очередь отметим видеохостинг YouTube, открывающий поистине безграничные возможности для презентации, семантизации и актуализации лексических единиц и грамматических структур, а также для организации подлинно коммуникативных заданий. Также не стоит забывать, что работа с YouTube не

ограничивается просмотром видеозаписей с последующим выполнением разнообразных заданий. Можно предложить студентам выложить свои видеоматериалы на данном ресурсе, например, в ходе подготовки творческого задания; студенты могут самостоятельно подобрать интересующее их видео и поработать с ним самостоятельно.

### 3. Веб-приложения для разработки учебно-методических ресурсов.

На каждом уроке иностранного языка уделяется время отработке языкового учебного материала, то есть формированию и развитию лексических и грамматических навыков. Традиционно используемые в данном случае языковые и условно-речевые упражнения воспринимаются учащимися как достаточно неинтересными, соответственно уровень вовлеченности учащихся в учебный процесс и их мотивационные установки ослабевают. Так, целесообразным представляется использование различных веб-ресурсов для активизации вышеописанного процесса. Рассмотрим некоторые из них.

- <https://wordwall.net/ru> - представляет собой многофункциональный инструмент для создания как интерактивных, так и печатных материалов.

- <https://learningapps.org/createApp.php> является аналогом вышеуказанного ресурса и также представляет возможность разработки различных учебных материалов. Так, при отработке лексических единиц в рамках темы «Где лучше жить?» можно предложить следующее задание (Рис. 1):



Рис.1. Портал Learningapps

### 4. Веб-ресурсы для организации совместной учебной деятельности.

К данной категории ресурсов можно обратиться при организации и выполнении учащимися различных творческих заданий и проектов.

<https://ru.padlet.com/dashboard> - электронная онлайн доска, которую можно использовать для совместного сбора материалов по той или иной теме. Учащиеся при этом могут работать как все вместе, так и в группах. Помимо текстовой информации можно добавлять фото, видео, аудио, ссылки. Дидактический потенциал данного ресурса достаточно обширен, что позволяет использовать его для реализации следующих целей: для

повторения изученного на прошлом уроке; для хранения документов и материалов по курсу; сбора информации по конкретному проекту или творческому заданию и т.д.

Таким образом, технология Edutainment является перспективной педагогической технологией, призванной активизировать иноязычный учебный процесс и повысить вовлеченность учащихся. Однако вместе с тем, хотелось бы отметить, что данная технология требует дальнейшего изучения, в частности более детальной разработки принципов ее внедрения в учебный процесс, и ответа на главный вопрос - до какой степени нужно и можно делать обучение увлекательным?

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. De Vary Sh. Educational Gaming. Interactive Edutainment. Distance learning. Information Age Publishing. - 2008. - № 5. - pp. 35-44.
2. Donovan R. Principles and Practice of Social Marketing, an International Perspective. - Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2010. - 504 p.
3. Попов А. В. Маркетинговые игры. Развлекай и властвуй. - М.: Манн, Иванов, Фербер, 2006. - 320 с.
4. Дьяконова О. О. Понятие «эдьютейнмент» в зарубежной и отечественной педагогике. Сибирский педагогический журнал. - 2012. - № 6. - С. 182-185.
5. Кобзева Н. А. Edutainment как современная технология обучения. Ярославский пед. вестник. - 2012.- № 4. Т. II (Психолого-педагогические науки). - С. 192-195.

**Ван Ши** – студент магистратуры; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: shiw461@gmail.com

**Вэнь Цзясинь** – студент магистратуры; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: ven.ts@yandex.ru

**Кулик Яна Константиновна** – студент магистратуры; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: sharkovayana@yandex.ru

**Крылова Елена Александровна** – доцент; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: shalena@yandex.ru

#### **EDUTAINMENT TECHNOLOGY APPLICATION IN TEACHING RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE**

**Abstract.** *The article studies a modern educational technology Edutainment. The article considers the fundamental principles of using Edutainment aimed at enhancing Russian as a foreign language teaching and learning. A number of educational and methodological resources that can be used to introduce Edutainment in Russian as a foreign language classroom are characterized in the study.*

**Key words:** *edutainment, foreign languages, Russian as a foreign language*

**Wang Shi** – Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: shiw461@gmail.com

**Wen Jiabin** - Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg; e-mail: ven.ts@yandex.ru

**Yana K. Kulik** - Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: sharkovayana@yandex.ru

**Elena Alek. Krylova** – Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: shalena@yandex.ru

УДК 37.048.2

**И.Е. Василевская, Л.В. Крашенинникова**  
Московский городской педагогический университет

### **Тьюторское сопровождение проектной деятельности студентов системы СПО с привлечением цифровых ресурсов как способ повышения её эффективности**

**Аннотация.** На базе полученных рядом исследователей данных показано, что учебная проектная деятельность является способом повышения качества обучения. Однако высоких результатов такой деятельности не всегда удаётся достичь из-за трудностей с выбором студентами темы проекта. С другой стороны, тьюторское сопровождение проектной деятельности студентов с использованием цифровых ресурсов может способствовать их самоопределению в пространстве возможных тем проекта и развитию универсальных компетенций обучающихся. На базе модели формирования готовности к проектной деятельности разработана программа тьюторского сопровождения выбора темы проекта учащимися системы среднего профессионального образования, способствующая самоопределению студентов в образовательном пространстве.

**Ключевые слова:** проектная деятельность, тьюторское сопровождение, цифровой ресурс

Технология проектного обучения используется в образовании больше 100 лет и интерес к ней то затухает, то возобновляется. Возврат к проектной деятельности в последние десятилетия обусловлен становлением нового мирового цифрового уклада и возросшей необходимостью наращивать интеллектуальный потенциал людей для его освоения и распространения. Все это усилило позиции «компетентного подхода» в образовании, ориентированного на обучение практическому использованию знаний. «Проектирование» стало трендом общественной жизни, так как в нем заложена возможность отвечать на эти вызовы времени. Сегодня оно используется и в рабочих процессах, и в учебном контексте в образовании, оно рассматривается и как «вид управленческой деятельности» [1,2] и как способ освоения действительности.

Однако далеко не все специалисты разделяют надежды на проектный метод обучения. Действительно, «метод проектов» может быть инструментом повышения качества и результативности процесса обучения только при хорошей его организации. Так, доказано,

что эффективность проектной деятельности зависит от квалификации преподавателей, их умения занять тьюторскую позицию и субъективной готовности обучающихся. [3]. С другой стороны, она постоянно совершенствуется, что подтверждает опыт использования проектной деятельности в российском образовании за последние десятилетия [4].

Данная работа содержит обзор актуальных и более ранних концепций проектной деятельности. В ней также рассматривается возможность повышения эффективности проектной деятельности на этапе выбора темы проекта через тьюторское сопровождение обучающихся. Для выявления и анализа подходов к проектной деятельности в данной работе применялся системный подход, а для выявления компонентов готовности к проектной деятельности - структурно-функциональный метод, позволивший выделить определённые структуры в рамках общих подходов к проектной деятельности.

Требования к результатам освоения обучающимися основной образовательной программы и к учебной проектной деятельности в системе СПО определяет ФГОС СПО [5]. Согласно стандарту, развиваемые в системе СПО компетенции делятся на общие (универсальные) и профессиональные.

К общим компетенциям относятся умение организовывать свою деятельность, способность принимать решения, оценивать риски, нести ответственность, осуществлять поиск, анализ и оценку информации, и другие сложно организованные компетенции [5].

Поэтому одной из форм организации образовательного процесса для развития компетенций у обучающихся и реализации условий государственной образовательной программы выбрана проектная деятельность. В учебное расписание СПО введен обязательный образовательный предмет – «Основы проектной деятельности». В рамках организации этой деятельности обучающиеся должны осуществлять собственное (индивидуальное или в малой группе) учебное исследование или учебный проект. Эта деятельность выполняется ими самостоятельно под руководством преподавателя (тьютора) в контексте одного или нескольких изучаемых учебных предметов, курсов в любой избранной области деятельности. Индивидуальный проект выполняется обучающимися в течение одного или двух лет в границах учебного времени, предусмотренного учебным планом, и должен быть представлен в виде завершённого учебного исследования или разработанного проекта (информационного, творческого, социального, прикладного, инновационного, конструкторского, инженерного характера). По сути дела, учебная проектная деятельность является одной из форм образовательной деятельности для организации профессионального становления студентов СПО.

У педагогов сегодня накоплен и методически описан определенный опыт осуществления этой деятельности с учащимися, умение пользоваться этим методом — показатель высокой квалификации педагога. [6]. Но сохраняется серьезное препятствие эффективности этой работы в виде невысокой готовности самих обучающихся к учебному проектированию. Одни исследователи отмечают завышенную самооценку обучающимися их проектно-исследовательских навыков. [7]. Другие отмечают пассивность старших подростков, невысокий исследовательский интерес, и, как следствие, несоответствие деятельности их ожиданиям; сложность проектной деятельности для подростков и малую информированность старших подростков в сферах деятельности, изучением которых они

предполагают заняться. Ребята в большинстве своем демонстрируют слабое умение работать с литературой, делать теоретический обзор, имеют сложности с поиском информации. А переход от групповой к самостоятельной деятельности часто сопровождается возникновением у подростков страхов перед неудачей и ошибками [8].

Сами подростки при анкетировании выделяют трудности практически на всех этапах проектной деятельности:

- на стадии выбора области, направления деятельности и определения темы;
- при выполнении исследовательской работы;
- на стадии разработки плана работы;
- на стадии оформления;
- при защите готовой работы (навыки презентации) [9].

Ряд специалистов, исходя из анализа названий работ, поступающих на ученические конференции и конкурсы, утверждают, что правильно сформулированное название темы организует всю последовательность этапов работы над ней [10]. Однако на этапе выбора тем отмечаются такие недостатки проектной деятельности, как малое количество оригинальных тем (формальный подход), несоответствие содержания заявленным темам, слишком широкие темы и невысокий уровень развития мышления и малая начитанность. [3]. Таким образом, уже в начале проектной деятельности наблюдаются низкая психологическая и организационно-практическая готовность старших подростков к этой деятельности, а «в процессе» - недостаточно развитые инструментальные умения управлять этой деятельностью.

В качестве причин называются внутренние психологические и образовательные дефициты, малое количество предшествующей проектной практики во время обучения в школе и поэтому - невысокий уровень развития проектных компетенций, недостаточная сформированность субъектной позиции у обучающихся, внутренний страх неудачи.

Поэтому некоторыми исследователями ставится задача повысить такой комплексный показатель, как «готовность к проектной деятельности», определяемый как система интегрированных свойств и качеств, фундамент активной деятельности обучающихся. Такая готовность считается предпосылкой к предстоящей деятельности, нацеленной на активные действия с целью работы над новыми проектами и достижение профессиональных компетенций в проектной деятельности. [11].

Другие исследователи полагают, что для эффективной реализации проектной деятельности необходимо создать внутренние условия готовности к этой деятельности, поскольку способность человека управлять своей деятельностью будет определяться актуальным уровнем развития его субъектности [12]. Но субъектная позиция – это в большей степени образовательный результат, достигаемый через участие в опыте деятельности и осмыслении его. А для того, чтобы такое преобразование произошло, необходимы педагогические условия и сопровождение взрослым (тьютором). Само по себе предоставление возможности выбора не решает проблемы. Так, по мнению Н. М. Борытко, свобода выбора не делает человека свободным внутренне. Требуется научить человека выбирать, помочь ему разобраться в сути проблемной ситуации, выработать план решения и сделать первые шаги, и здесь также необходима помощь педагога- тьютора [13].

Учебная проектная деятельность осуществляется через ученическо-педагогическое сотрудничество (субъект-субъектные отношения) и необязательно связана с предметной деятельностью, Это дает возможность тьютору сделать образовательную среду более открытой; в ней педагог с тьюторскими компетенциями или (тьютор) создает учебные тренирующие условия, используя провокативность, образовательную навигацию и масштабирование, чтобы учащийся смог увидеть свой интерес и самоопределиться с дальнейшими шагами по развитию этого интереса [14].

Вслед за психологом А.Г.Теплицкой мы полагаем, что важно выделить следующие особенности тьюторской позиции при сопровождении проектов обучающихся:

- усиление субъектности обучающихся;
- сопровождение задач каждого этапа проектной деятельности;
- помощь в удержании обучающимися структуры проектов;
- организацию рефлексии обучающихся для понимания смысла их проектов. [15]

С другой стороны, разработанная в сетевом институте ПРЭСТО (г. Пермь) технология свободного проектирования обозначает следующие этапы проектной деятельности тьютора, где тьюторское сопровождение является наиболее уместным:

- обсуждение замысла проекта;
- проектирование;
- рефлексия [16].

На основании этого можно сказать, что первое, с чем встречается обучающийся СПО при включении в учебную проектную деятельность –это выбор и изучение проблематики возможных исследований и определение поля проблемных вопросов. Ему необходимо изучить эту предметно-содержательную основу (требуется анализ и синтез материала, сужение проблемного поля, проработка-осознание ситуации и препятствий в ней). На основании этой деятельности учащийся должен **самоопределиться с замыслом** и постараться **сформулировать тему своего проекта**, и в этом, следуя технологии свободного проектирования, тьюторское сопровождение может быть эффективным средством достижения целей проектной деятельности.

Теоретическое и практическое обоснование достоверной зависимости между готовностью и успешностью студентов-первокурсников ВУЗа к проектной деятельности, выделение условий готовности, разработка компонентов готовности к проектной деятельности, предпринятое Панчук Т.А. [17], позволило рассмотреть следующую модель как общую рамку сопровождения самоопределения студентов СПО в проектной деятельности с целью повышения ее эффективности (Рис.1).

Проведение системно-структурного анализа проектной деятельности, выделение и обоснование уровней готовности студентов через применение модели к подготовке студентов педагогического колледжа к проектной деятельности, приведенные в диссертации Митрофановой Е.А. [18], позволили рассмотреть эту модель уже в качестве рабочей схемы для повышения эффективности тьюторского сопровождения проектной деятельности в СПО.

Наше предложение состоит в том, что эту авторскую модель можно применить для организации тьюторского сопровождения самоопределения обучающихся СПО в темах их учебных проектов с целью повышения эффективности данного образовательного этапа. Для

этого были подробно изучены внутренние компоненты готовности обучающихся к проектной деятельности: мотивационно-целевой, операциональный, креативный, волевой, рефлексивный.



Рис. 1. Модель готовности к проектной деятельности по Т.А.Панчук [17].

Для развития этих компетенций у учащихся предлагается *система развивающих дистанционных тьюториалов* по направлениям:

1. Основы работы с источниками информации;
2. Развитие умений видеть проблемы;
3. Развитие умения задавать вопросы;
4. Активизация умения давать определение понятиям, умения классифицировать; развитие навыков наблюдения, навыков умозаключения;
5. Основы креативного мышления.

При этом возможно применить смешанный формат в учебной проектной деятельности и продуманно перенести тьюторское сопровождение отдельных этапов учебной проектной деятельности в дистанционный формат. Тогда, ввиду его освоения в период пандемии и современного развития онлайн сервисов, проектная деятельность выиграет, так как интернет, согласно последним академическим исследованиям, задает зону ближайшего развития для детей и подростков и является для них очень привлекательной средой [19]. Показано также, что тьюторское сопровождение может работать в дистанционном формате не менее эффективно, чем в очном традиционном [20]. Кроме того, современные компьютерные технологии предоставляют хорошие возможности для регулярного мониторинга в виде обратной связи, что тоже способствует повышению эффективности учебно- образовательной деятельности.

Таким образом, подход с позиции «цифрового» тьютора позволяет модернизировать метод проектов, увеличивая тем самым его возможности и педагогическую эффективность. Однако основные смыслы включения учащихся в проектную деятельность остаются прежними: это развитие их интеллектуальных способностей к познанию изменяющегося мира и решение практических проблем жизнедеятельности.



#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Гилева Е.А. История развития метода проектов в российской школе. Наука и школа. -2007. - № 4. – С. 17-19.
2. Фещенко Т.С. Школа управления. Новые стандарты -новое качество работы учителя. – М.: УЦ «Перспектива», 2013. – 136 с.
3. Лазарев В.С. Проектная деятельность в школе: неиспользуемые возможности. Вопросы образования. - 2015. - №3. – С. 292 – 305.
- 4.Савина Н.Н. Типичные недостатки исследовательских работ школьников. Приволжский научный вестник. -2013. - 8-1(24). – С. 119-122.
5. ФГОС СПО <https://fgos.ru/>
6. Полат Е.С. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования. – Москва: АСАШГА. 1999. С.57-58.
7. Борисова Л.Н., Борисов Н.Н. Научно-исследовательская деятельность как средство и условие развития личностных и профессиональных качеств студентов и преподавателей. Библиотека журнала «Исследовательская работа школьников». Исследовательская деятельность учащихся. Том 2. Практика организации. Редактор-составитель А.С. Обухов. М: Общероссийское общественное движение творческих педагогов «Исследователь», 2007 – С. 246.
8. Алексеева Е.Ю. Особенности исследовательской деятельности старшеклассников в системе дополнительного образования: этапы, мотивы, проблемы. Библиотека журнала «Исследовательская работа школьников». Исследовательская деятельность учащихся Том 2. Практика организации. Редактор-составитель А.С. Обухов. М: Общероссийское общественное движение творческих педагогов «Исследователь», 2007 – С.109.
9. Соболева Е.В. Проблемы в организации работы учителя по управлению исследовательской деятельностью школьника. Вестник Бурятского государственного университета. -2010. -№15. – С. 102-107.
10. Исследовательская и проектная работа школьников: 5-11 классы/ Под ред. А. В. Леонтовича. -3-е изд.-М.: ВАКО, 2018. – 25 с.
11. Дьяченко М.И. Готовность к деятельности в напряженных ситуациях: психологический аспект / М.И. Дьяченко, Л.А. Кандыбович, В.А. Пономаренко. – Минск: Университетское издательство, 1985. – 206 с.
12. Битянова М.Р., Беглова Т.В. Развитие субъектной позиции учащихся: модель и технология. Сибирский педагогический журнал. – 2016.- № 5. - С.114.
13. Борытко Н. М. Система профессионального воспитания в вузе: Учебно-методическое пособие / Под ред. Н. К. Сергеева. - М.: АПК и ГПРО, 2005. – 75 с.
14. Ковалева Т.М. Материалы курса «Основы тьюторского сопровождения в общем образовании»: лекции 1-4. – М.: Педагогический университет «Первое сентября», 2010. – 56 с.
15. Теплицкая А.Г. Как научить ребенка проектному управлению будущим. Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=YMWNQPcVwmg> (дата обращения 09.03.2021).

16. Материалы проекта «Фестиваль свободного проектирования 2020», Сетевой институт ПРЕСТО, г. Пермь. Режим доступа: <http://presto-project.ru/> (дата обращения 09.03.2021).

17. Панчук Т. А. Формирование готовности к проектной деятельности студентов факультетов технологии и предпринимательства. автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Панчук Татьяна Аркадьевна. – Новокузнецк. - 2004. – 23 с.

18. Митрофанова Е.А. Подготовка студентов педагогического колледжа к проектной деятельности. автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Митрофанова Елена Александровна. – Саратов. - 2006. – 23 с.

19. Солдатова Г. У. Цифровое детство: компетентность и безопасность: результаты совместного исследования Фонда развития Интернет и Психологического факультета МГУ. Режим доступа: [http://kirovipk.ru/sites/default/files/files/1275009\\_0.pdf](http://kirovipk.ru/sites/default/files/files/1275009_0.pdf) (дата обращения 09.03.2021).

20. Онлайн школа Фоксфорд, электронный ресурс. Режим доступа: <https://externat.foxford.ru/tutory> (дата обращения 09.03.2021).

**Василевская Ирина Евгеньевна** - студент магистратуры, направление «Тьюторство в цифровой образовательной среде»; Московский городской педагогический университет МГПУ; Москва, Россия; e-mail: [klimanovaie@gmail.com](mailto:klimanovaie@gmail.com)

**Крашенинникова Любовь Вениаминовна** - доцент, руководитель магистратуры «Тьюторство в цифровой образовательной среде»; Московский городской педагогический университет МГПУ; Москва, Россия; e-mail: [l.krasheninnikova@gmail.com](mailto:l.krasheninnikova@gmail.com)

#### **TUTOR'S SUPPORT OF EDUCATION PROJECT ACTIVITIES OF THE SECONDARY VOCATIONAL EDUCATION STUDENTS INVOLVING DIGITAL RESOURCES AS A MEAN TO IMPROVE ITS EFFECTIVENESS.**

**Abstract.** *Education project activities was shown to be a good way to improve efficiency and quality of learning. Nevertheless, high results of such activities are not always achieved because of difficulties with choosing a project's subject. On the other hand, tutor's support involving digital resources may facilitate students' self determination in the space of subjects. Basing on the model of formation of readiness for project activities a program of tutors' support was developed for choosing project's subject by the secondary vocational education students.*

**Key words:** *project activities, tutor support, digital resource*

**Irina E. Vasilevskaya** - Moscow City University; Moscow, Russia; e-mail: [klimanovaie@gmail.com](mailto:klimanovaie@gmail.com)

**Liubov V. Krasheninnikova** - Moscow City University; Moscow, Russia; e-mail: [l.krasheninnikova@gmail.com](mailto:l.krasheninnikova@gmail.com).

**Финансовый анализ деятельности регионального издательства**

**Аннотация.** *Книгоиздательский бизнес – та отрасль национальной экономики, что подверглась существенным изменениям, в первую очередь, на технологическом уровне. Это, безусловно, повлекло за собой перемены в управлении хозяйственной деятельностью соответствующих предприятий. Как для исследователя, так и для предпринимателя имеет большое значение понимание современных закономерностей функционирования книгоиздательского бизнеса; в частности, его финансового аспекта. С этой целью мы проанализировали финансовую отчетность и бухгалтерский баланс российского регионального издательства.*

**Ключевые слова:** *региональное книгоиздание, эффективность финансовой деятельности, бухгалтерский баланс, показатели ликвидности, финансовые коэффициенты*

Актуальность данного исследования заключается в необходимости пополнения базы знаний об экономическом управлении в российской отрасли книгоиздания, поскольку оно должно происходить своевременно. Сегодня очень важно выделить особенности развития бизнеса в сфере книгоиздания как экономической системы, поскольку оно происходит стремительно – к началу второго десятилетия XXI века некоторые из тех методов ведения хозяйственной деятельности в книжном деле, что считались достаточно эффективными в нулевых и десятых, сегодня являются устаревшими и нерабочими.

Нас интересовали именно региональные издательства, поскольку их столичные коллеги быстрее приспосабливаются к новым условиям ведения хозяйственной деятельности, которые диктует современность, за счет быстрого перехода к новым методикам и технологиям. В регионах же ситуация обстоит несколько иным образом; то, что используется, например, в Москве на протяжении двух лет, в регионах лишь начинают осваивать.

Таким образом, мы поставили перед собой цель рассмотреть региональное издательство как систему посредством его финансового анализа и исследования эффективности методов реализации им хозяйственной деятельности. Для достижения в ходе данного исследования поставленной нами цели мы выполнили следующие задачи:

- обозначить методы проведения финансового анализа;
- провести анализ финансовой деятельности исследуемого предприятия;
- сформулировать на основе проведенного исследования выводы о принципах ведения хозяйственной деятельности в региональном издательстве на данном этапе развития отрасли.

Объект исследования – финансовая деятельность регионального издательства; предметом данного исследования выступило издательство «Асгард».

Издательство «Асгард» основано в 2010 году в Самаре и входит в структуру полиграфической компании ООО «Вектор»; является членом Ассоциации книгоиздателей

России. Основные направления деятельности – научная литература (преимущественно), а также художественная литература и издания для детей. В этих рамках издательство предлагает следующие услуги:

- редакционно-издательские услуги;
- полиграфические услуги;
- редактирование и верстка диссертаций, авторефератов;
- электронные издания: выпуск и регистрация;
- дизайн рекламной продукции;
- наполнение сайтов: создание и редактирование текстов.

Офис издательства разделен на следующие отделы:

- бухгалтерия;
- отдел набора;
- редакция;
- типография;
- маркетинговый отдел [1].

В каждом из вышеперечисленных отделов существует определенная иерархия. Издания в процессе редакционной подготовки поочередно проходят каждый из отделов издательства. Рассмотрим их подробнее.

Отдел бухгалтерии контролирует документацию предприятия, а также осуществляет взаимодействие с официальными структурами. Отдел набора занимается набором текстов (его оцифровыванием) и последующей корректурой. Редакция осуществляет допечатную подготовку изданий; редакторы взаимодействуют с авторами, при необходимости дополнительно корректируют текст. Типография также участвует в допечатной подготовке изданий: здесь с авторами обговариваются дизайн и верстка, создаются оригинал макеты. Затем осуществляется печать, резка продукции под готовый формат и перелетные работы. Наконец, маркетинговый отдел взаимодействует с внешней средой, продвигая свою продукцию на рынке и общаясь с потребителем.

Издательство тесно сотрудничает с министерством образования Самарской области, российским государственным архивом научно-технической документации в городе Самаре и ведущими вузами областной столицы [1].

Мы, исходя из данных бухгалтерского баланса издательства «Асгард» за 2016-2018 годы, смогли оценить финансовую деятельность предприятия в прогрессе.

Актив баланса составили:

- в числе внеоборотных активов – нематериальные активы и основные средства;
- в числе оборотных активов – запасы, дебиторская задолженность, денежные средства и денежные эквиваленты.

За указанный период внеоборотные активы уменьшились, оборотные – возросли. Общая величина актива баланса с 2016 по 2018 гг. увеличилась на 36,9%.

Согласно данным бухгалтерского баланса, доли внеоборотных и оборотных активов не менялись существенно; а понижение доли первых может быть свидетельством сокращения инвестиций. Повышение доли вторых может указывать на:

- формирование более мобильной структуры активов, что положительно отразится на их оборачиваемости;
- сокращение производственного потенциала за счет продажи части необоротных активов (основных средств), в том числе машин, оборудования и т.д.;
- занижение реальной стоимости необоротных активов.

Пассив баланса предприятия составили:

- капитал и резервы предприятия, в числе которых – уставной капитал, добавочный капитал (без переоценки), резервный капитал, нераспределенная прибыль (непокрытый убыток);
- краткосрочные обязательства предприятия, представленные кредиторской задолженностью и доходами будущих периодов.

Расчет долей капитала и обязательств продемонстрировал незначительные колебания в значениях долей пассива баланса, что указывает на устойчивое финансовое положение предприятия на рынке.

Затем мы проанализировали ликвидность бухгалтерского баланса и пришли к заключению, что бухгалтерский баланс считается абсолютно ликвидным, поскольку показатели активов и пассивов баланса соответствующе пропорциональны [2].

Далее нами был проведен расчет показателей ликвидности, а именно:

- абсолютный показатель ликвидности «Чистые оборотные активы»;
- относительный показатель ликвидности «Коэффициент текущей ликвидности»;
- коэффициент критической ликвидности;
- коэффициент абсолютной ликвидности;
- коэффициент ликвидности запасов [3].

Абсолютный показатель ликвидности стабильно находится в значении больше нуля, что говорит о способности издательства покрывать краткосрочные обязательства текущими активами и наличием у него резервов для расширения предприятия.

Относительный показатель ликвидности при анализе оставался в пределах допустимых значений от 1 до 2; это еще раз доказывает способность предприятия покрывать краткосрочные обязательства текущими активами, а также указывает на возможность избежать замораживания денежных средств.

Рекомендуемое значение коэффициента критической ликвидности (больше 1) предприятие достигло лишь к концу указанного периода. Из этого следует, что в 2016-2017 гг. предприятие не было способно покрыть краткосрочные обязательства в результате работы с дебиторами.

Значения коэффициента абсолютной ликвидности в указанный период отвечают нормативам (больше либо равно 0,2-0,5); следовательно, предприятие способно покрыть краткосрочные обязательства с помощью финансовых вложений, денежных средств и денежных эквивалентов [4].

Помимо бухгалтерского баланса предприятия, мы опирались на отчет о финансовой деятельности издательства «Асгард». Приводим статистику по его показателям:

- выручка предприятия росла достаточно планомерно;
- увеличилась себестоимость продаж;
- валовая прибыль несущественно увеличилась за период с 2016 по 2017 гг., а к концу 2018 г. совершила скачок;
- коммерческие расходы несущественно колебались;
- прибыль от продаж за исследуемый период увеличилась более, чем в два раза;
- прочие доходы увеличились более, чем в три раза;
- расходы совершили скачок в период с 2016 по 2017 гг., а затем сократились;
- прибыль до налогообложения, снизившись почти в два раза с 2016 по 2017 гг., к концу 2018 г. совершила скачок;
- текущий налог на прибыль постоянно рос, также увеличивалась скорость его роста;
- постоянные налоговые обязательства (активы) в течение исследуемого периода колебались;
- прочие доходы также колебались в течение исследуемого периода, и к 2018 г. возросли.

Затем мы провели вертикальный анализ финансовой деятельности [5], в ходе которого получили следующие данные: предприятие рентабельно и приносит прибыль: с 2016 по 2017 гг. чистая прибыль упала более, чем в два раза, однако к концу 2018 года совершила скачок, увеличив значение в почти 6 раз. Таким образом, за весь исследуемый период чистая прибыль возросла на 60%. Также возросли все сопутствующие показатели – прибыль от продаж и прибыль до налогообложения за три года увеличились в своем значении на 61%, валовая прибыль возросла на 40%; в связи с этим налог на прибыль увеличился на 80%.

Таким образом, исследуемое предприятие имеет следующие характеристики:

- рентабельность и прибыльность;
- абсолютно ликвидный баланс;
- способность покрывать краткосрочные обязательства текущими активами, а также за счет финансовых вложений, денежных средств и их эквивалентов;
- наличие резервов для расширения деятельности;
- отсутствие замораживания денежных средств;
- способность покрывать краткосрочные обязательства в результате работы с дебиторами.

Наш первичный вывод после проведенного исследования свидетельствует о высоких показателях состояния книгоиздательского бизнеса в регионах. Имея исходные данные, мы можем лишь порекомендовать предприятию и далее последовательно увеличивать эффективность своей деятельности, внося коррективы в производство.

В частности, это касается обеспечения ресурсами дальнейшего планируемого расширения предприятия с помощью изготовления печатной продукции производственного назначения. Само же расширение рекомендуется планировать в области изготовления книжной продукции, особенно в сегменте научно-популярной литературы [6]. Поскольку здесь региональное издательство ожидает серьезная конкуренция с более крупными

игроками книжного рынка, при расширении рекомендуется также руководствоваться основными принципами системного моделирования предприятия [7].

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Ивченко И.Ю., Ноздрачева М.А. Особенности моделирования предприятия как сложной экономической системы. Экономика: реалии времени. 2013. №3 (8). С. 187-193.
2. Информация об издательстве «Асгард» как предприятии. Сайт издательства «Асгард». URL: <http://www.asgard-samara.ru/> (дата обращения: 08.12.2019.)
3. Мерзликина Е.М. Показатели экономической эффективности в управлении издательско-полиграфическим бизнесом. Региональная экономика: теория и практика. 2007. №4. С. 41-48.
4. Петросов А.А., Орлова Н.М. Анализ финансовых показателей предприятия. ГИАБ. 1997. №5. С. 40-47.
5. Тюленева Н.А. Современная методика анализа ликвидности бухгалтерского баланса. ПУФ. 2013. №4 (12). С. 61-65.
6. Тюленева Н.А. Экономический анализ: теория, методология, методика. – Томск: Изд-во НТЛ, 2003. 204 с.
7. Фирсова Е.В. Методы финансового анализа. Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2009. №2 (3). С. 77-79.

**Васильева Анастасия Дмитриевна** – студент бакалавриата; ВШИППиПЛ, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [vasiljevanastya@gmail.com](mailto:vasiljevanastya@gmail.com)

**Шакуров Андрей Алексеевич** – доцент, ВШИППиПЛ, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [shakurov\\_86@mail.ru](mailto:shakurov_86@mail.ru)

#### FINANCIAL ANALYSIS OF THE PUBLISHING INDUSTRY IN RUSSIA

**Abstract.** *Publishing industry is a branch of the Russian national economy that has certain development in the past years, mostly at the technological level; that's why we can see changes in the management of the publishing industry. It means that understanding the modern patterns of the functioning of the publishing business, especially its financial aspect, is important for both the researcher and the entrepreneur. In this paper we analyzed a financial report and a balance sheet of a Russian publishing house.*

**Key words:** *Russian publishing industry, financial efficiency, balance sheet, liquidity ratios, financial ratios*

**Vasilieva Anastasia Dmitrievna** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: [vasiljevanastya@gmail.com](mailto:vasiljevanastya@gmail.com)

**Shakurov Andrei Alexeevich** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: [shakurov\\_86@mail.ru](mailto:shakurov_86@mail.ru)

### **Теоретические аспекты маркетингового стратегирования в рамках редакционно-издательского процесса подготовки новых видов изданий**

**Аннотация.** *За последнее десятилетие книгоиздательская отрасль претерпела множество глобальных изменений, связанных с технологическим прогрессом в обществе; в частности, это повлекло появление принципиально новых видов изданий, процесс подготовки которых существенно отличается от классической бумажной продукции. Важную роль в редакционно-издательском процессе играет редактор-маркетолог, перед которым стоит задача пересмотреть подход к стратегированию и продвижению товара.*

**Ключевые слова:** *редактор-маркетолог, маркетинговые стратегии, PEST, Agile, Интернет-маркетинг, B2B*

Актуальность данного исследования обусловлена следующими факторами. Редакторская деятельность включает в себя множество зон ответственности и, следовательно, обязанностей. Так, одной из важнейших составляющих редакционно-издательского процесса является маркетинг: он сопровождает совместную работу редакции на протяжении всех ее этапов. От редактора-маркетолога зависит, что именно будет издаваться, какие решения будут приняты на стадии подготовки издания, и его судьба на рынке: стратегия продвижения, а как следствие, и уровень продаж.

В свете того, что сфера маркетинга постоянно развивается, а ситуация на рынке книгоиздания бросает специалистам все новые и новые вызовы, в частности, в связи с появлением новых технологий и, соответственно, новых видов издания, редактор-маркетолог обязан постоянно совершенствовать свои профессиональные навыки, быть в курсе последних тенденций и способным адаптироваться к любой поставленной перед ним задаче.

Таким образом, мы поставили перед собой цель рассмотреть работу редактора-маркетолога над разработкой маркетинговой стратегии для одного из принципиально новых видов издания – электронного туристического путеводителя.

Кроме этого, объект исследования представляет собой продукт регионального рынка–путеводитель по Санкт-Петербургу. Мы считаем важным осваивать новые подходы к работе, осмысливать опыт именно за пределами столичного рынка, и тем самым подталкивать к развитию специалистов по всей России.

Для достижения поставленной цели нами были выполнены следующие задачи:

- установить точное определение электронного туристического путеводителя как представителя нового вида издания и объекта деятельности редактора;
- описать теоретические аспекты работы редактора-маркетолога;
- выделить наиболее релевантные по нынешним меркам инструменты маркетингового стратегирования.



Объект исследования – электронный туристический путеводитель по Санкт-Петербургу; предметом данного исследования является работа редактора-маркетолога над разработкой маркетинговой стратегии для объекта.

Научное сообщество не располагает четким определением понятия «электронный туристический путеводитель»; для его формулировки мы обратились к актуальным существующим стандартам в книжном деле; в частности, ГОСТ 7.0.60-2020 «Издания. Основные виды. Термины и определения».

Согласно стандарту:

- электронным изданием является электронный документ (группа электронных документов), прошедший редакционно-издательскую обработку, предназначенный для распространения в неизменном виде, имеющий выходные сведения;
- путеводителем называется справочник, содержащий сведения о каком-либо географическом пункте или культурно-просветительном учреждении (мероприятии), расположенные в порядке, удобном для следования или осмотра [1].

Кроме этого, наш путеводитель – интерактивное издание, что является важным аспектом исследования. Согласно вышеупомянутому ГОСТ 7.0.60-2020 «Издания. Основные виды. Термины и определения»:

интерактивное электронное издание – электронное издание, способ взаимодействия с которым пользователь выбирает в соответствии со своими интересами, целями, уровнем подготовки с помощью алгоритмов, определенных производителем [1].

Однако опираться лишь на определения, описанные в национальном стандарте, нельзя: очевидна проблема в несовременности существующих формулировок. В частности, отказ от признания сайтов и мобильных приложений электронными изданиями (что делает их объектом редакционно-издательской деятельности) в рамках государственного стандарта затрудняет процесс работы исследователей-практиков над типологической моделью и механизмом редактирования таких изданий, что положительно сказалось бы на уровне их редакционно-издательской подготовки и, соответственно, качестве продукции [2].

Следует отметить точку зрения Н. Н. Федулеевой на этот счет. Она считает, что определения, данные в стандартах, не вполне состоятельны и весьма абстрактны: ведь, согласно ГОСТу, электронным изданием считается любое произведение, размещенное в сети Интернет. Однако фактически речь идет лишь об электронной версии печатного издания, которая не проходила должную редакционно-издательскую подготовку; при ней редактору необходимо учесть все тонкости и использовать возможности электронного издания. Колоссальный потенциал компьютерных технологий позволяет предоставить пользователю не просто текст на цифровом носителе, но и интерактивные элементы, как упрощающие пользование изданием, так и делающие его интересным и захватывающим для пользователя, что обеспечивает преимущество продукта на книжном рынке перед традиционными печатными изданиями [3].

Также Н.Н. Федулеева отмечает, что зачастую некоторые электронные «издания» (например, периодические – новостные сайты) не имеют выходных данных, подготовленных

в соответствии со стандартом, изначально разработанным для печатных изданий или их электронных версий, и только поэтому не могут официально называться изданиями; это еще одна проблема, стоящая перед научным сообществом, и, по мнению автора статьи, решить ее можно, узаконив уникальный подход к подготовке именно электронных изданий, ведь сравнивать их с традиционными видами изданий по существующим критериям невозможно [3]. Тем не менее, с учетом наличия у объекта исследования выходных сведений, при формулировке авторского определения мы будем оценивать его как издание.

Таким образом, дадим определение объекту исследования.

Электронный интерактивный туристический путеводитель – это справочник, содержащий расположенные в удобной для навигации пользователя форме актуальные сведения о каком-либо географическом пункте, прошедший редакционно-издательскую обработку, и способ взаимодействия с которым пользователь выбирает в соответствии со своими интересами и целями с помощью алгоритмов, определенных производителем [определение автора – А.Д. Васильева].

После того, как мы вывели точное определение объекта исследования, перед нами стояла задача описать работу редактора-маркетолога в системе редакционно-издательского процесса.

Маркетинг в системе книгоиздания – важнейший элемент подготовки продукции. Однако в рамках отечественной книгоиздательской отрасли мы часто можем наблюдать неэффективную организацию маркетинговых коммуникаций. Определяющими факторами в данном случае являются игнорирование современных методов продвижения, либо незнание и непродуктивное использование технологий маркетинга. М.С. Толкачева отмечает, что это может быть спровоцировано отсутствием однозначного толкования основных категорий маркетинга и их единой системы классификаций [4]. Поэтому для данного исследования стояла необходимость уделить пристальное внимание теоретическим аспектам маркетинговой деятельности редактора.

Согласно работе М.С. Толкачевой, маркетинговые мероприятия, проводимые в рамках редакционно-издательского процесса, должны восприниматься как комплексный и непрерывный маркетинг-менеджмент. Это означает управление стратегией продвижения продукта на всех этапах:

- в процессе подготовки издания;
- тщательнейшим образом в период реализации продукции;
- в процессе использования продукта потребителем;
- в дальнейшее время для поддержания уровня реализации [4].

На начальном этапе работы необходимо составить маркетинг-план редакции. По мнению Н.В. Волковой, в стандартном маркетинговом плане этапы представлены:

- анализом рынка;
- маркетинговыми исследованиями;
- разработкой комплекса маркетинговых мероприятий;
- утверждением маркетингового бюджета и сроков [5].

Исследователи СПбПУ выделяют шесть функций маркетинга, на которые мы также считаем целесообразным ориентироваться при построении стратегии:

- Изучение состояния рынков и конкуренции на них.
- Изучение нужд и потребностей потребителей товаров.
- Разработка товаров.
- Установление цен на товары.
- Формирование системы продвижения (маркетинговых коммуникаций).
- Создание системы дистрибуции (распространения, размещения) товаров [6].

Безусловно, для редактора-маркетолога есть необходимость конкретизировать маркетинговый план подбором определенных инструментов стратегирования. Таким образом, мы рассмотрели несколько классических подходов к маркетинговому стратегированию, а также изучили принципиально новые подходы к продвижению товаров или услуг, которые начали активно использоваться специалистами в последние годы. Выделим среди них наиболее релевантные, по нашему мнению, при работе с имеющимся объектом исследования:

- SWOT-анализ;
- PEST-анализ;
- Agile-маркетинг;
- методы интернет-маркетинга (SEO, SMM, контент-маркетинг).

SWOT-анализ был выбран нами как классический подход для предупреждения возможных угроз и проблем, а также как метод выявления сильных и слабых сторон продукта на начальном этапе стратегирования. Это позволит заранее продумать то, как зафиксировать внимание потребителя на преимуществах товара, а также сделать первые шаги к ликвидации его недостатков.

PEST-анализ является невероятно важным элементом стратегирования для туристического путеводителя, поскольку его продвижение как продукта на рынке туризма напрямую зависит от условий внешней среды. В 2021 году это особенно важно, поскольку пандемия определила высокий спрос на внутренний туризм в ближайшие годы; а постоянно меняющиеся меры по ограничению распространения вируса и, соответственно, меняющиеся потребности потребителя обязывают быть готовым буквально к любым обстоятельствам; соответственно, мы бы предложили концепцию динамического PEST-анализа, при котором продумывается несколько сценариев условий внешней среды – как с полными ограничениями на экскурсии и посещение музеев, так и с лояльной политикой властей в отношении мер по борьбе с распространением заболевания. Сам вид издания (электронное и интерактивное) позволяет редактору модифицировать продукт и, как минимум, удерживать уровень продаж на одном уровне.

Также редактору-маркетологу стоит учитывать возможности работы на B2B-рынке. Так, по данным С. Коноплитского [7], одна из наиболее сильно пострадавших сфер туризма – отдельные B2B направления; в их числе и туристические путеводители, чье основное контентное содержание составляет информация о заведениях, посещение которых в период пандемии ограничено или невозможно в принципе.

К вопросу об упомянутом сценарии с неблагоприятными условиями внешней среды, которые можно использовать как возможность улучшить продукт: по мнению А.С. Гусарова, подобное падение спроса стимулирует к созданию ресурсной подушки для быстрого старта после кризиса. Под этой «подушкой» понимаются, в первую очередь, маркетинговые ресурсы долгосрочного использования, при подготовке которых можно максимально эффективно реализовать появившийся временной ресурс:

- обновление контентной составляющей в частности и сайта/приложения в целом, подготовка запаса контента;
- обновление продуктовых линеек в зависимости от изменившихся предпочтений аудитории и с учетом ослабления конкурентов и их ниш;
- повышение качества товара (после кризиса при сохранении стоимости высокое качество обеспечит ощутимое преимущество перед конкурентами).
- Следует также уделить особенное внимание инструментам повышения уровня доверия (например, программы лояльности), которые позволят сохранить аудиторию, переживающую кризис [8].

Agile-маркетинг – это, с одной стороны, относительно новый подход к стратегированию, но, с другой стороны, прочно закрепивший свои позиции среди специалистов-маркетологов. Для нас удобен гибкостью, поскольку современные электронные продукты, на наш взгляд, с трудом поддаются долгосрочному планированию. Даже исключая фактор пандемии, мы неизбежно приходим к выводу, что в случае электронного интерактивного издания в виде сайта и приложения есть существенная необходимость в постоянных обновлениях как контента, так и технических решений.

Необходимость использования методов интернет-маркетинга для позиционирования и продвижения продукта продиктована эпохой. Однако стоит отметить, что, например, SMM в данном случае не является самоцелью, и социальные сети должны служить только в качестве площадки, с которой пользователь перейдет на сайт или скачает приложение, наряду с SEO. Контент-маркетинг же, с нашей точки зрения, должен быть делегирован двум специалистам: первый разрабатывает контент-стратегию для социальных сетей, мотивирующую посетить сайт или скачать приложение; второй работает над контентным наполнением самого путеводителя, ориентируясь на результаты SWOT- и PEST-анализа, сезон и сегментацию целевой аудитории.

Таким образом, выполнив поставленные в начале исследования задачи, мы выделили наиболее эффективные инструменты стратегирования и продвижения для новых видов издания, захватывающих современный издательский рынок, и предложили новый взгляд на работу редактора-маркетолога; в дальнейших исследованиях мы планируем доказать выдвинутые нами гипотезы эмпирическим путем.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. ГОСТ 7.0.60-2020 «Издания. Основные виды. Термины и определения».
2. Жебит М.Э., Шеметова Е.П. Электронное издание: проблема определения. Вестник НГПУ. 2015. №6 (28). С. 172-182.
3. Федулеева Н. Электронное издание. Библиография. 2003. № 4. С. 8-11.

4. Толкачева М.С. Проблемы внедрения маркетинговых технологий в региональный издательский процесс. Текст. Книга. Книгоиздание. 2015. №1 (8). С. 111-121.

5. Волкова Н.В. План маркетинга в издательском деле. Достижения вузовской науки. 2015. №14. С. 12-16.

6. Современные аспекты маркетинга [Электронный ресурс]: [монография] / [Дуболазов В.А., Гаранин Д.А., Климин А.И., Лукашевич Н.С., Тихонов Д.В., Павлов Н.В., Пономарева О.А., Череватенко В.Н., Щеголев В.В.]; СПбПУ; [под ред. В.А. Дуболазова]. – СПб, 2014 – Электронная версия печатной публикации. Свободный доступ из сети Интернет (чтение).

7. Коноплитский С. Маркетинг в период коронавируса [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/u/239846-sergiv-konoplitskv/112687-marketing-v-period-koronavirusa> (Дата обращения: 09.12.2020)

8. Гусаров А.С. Развитие интернет-маркетинга в период пандемии COVID-19 в России и мире. Скиф. 2020. №5-2 (45). С. 363-368.

**Васильева Анастасия Дмитриевна** – студент бакалавриата; ВШИППиПЛ, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: vasiljevanastya@gmail.com

**Шакуров Андрей Алексеевич** – доцент; ВШИППиПЛ, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: shakurov\_86@mail.ru

#### **THEORETICAL ASPECTS OF MARKETING STRATEGY DEVELOPMENT AS PART OF THE PUBLISHING PROCESS AND THE PREPARATION OF NEW TYPES OF PUBLICATIONS**

**Abstract.** *Over the past decade, book publishing industry has seen many global changes associated with technological advances in society; in particular, this has led to the emergence of fundamentally new types of publications, the preparation process of which is significantly different from the preparation process of classic paper products. An important figure in the editorial and publishing process is the editor-marketer, who is faced with the task of redefining the approach to working on marketing strategy and product promotion.*

**Key words:** *editor marketer, marketing strategies, PEST, Agile, Internet marketing, B2B*

**Anastasia D. Vasilieva**– Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: vasiljevanastya@gmail.com

**Andrei Alex. Shakurov**– Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: shakurov\_86@mail.ru

**Развитие цифровой компетентности преподавателей педагогического колледжа**

**Аннотация.** *Подготовка квалифицированных компетентных кадров в рамках цифровой трансформации образования является одним из приоритетных направлений в сфере развития образования в нашей стране. Данная статья посвящена проблеме развития цифровой компетентности преподавателей педагогического колледжа. В работе представлены результаты исследования цифровой компетентности преподавателей педагогического колледжа. Описанные в статье данные будут использованы для разработки учебно-методической программы и проектирования онлайн курса ориентированных на развитие цифровых компетенций преподавателей колледжа.*

**Ключевые слова:** *цифровизация образования, цифровая образовательная среда, цифровые компетенции педагога*

Во всем мире в настоящий момент уделяется повышенное внимание таким понятиям, как «цифровая грамотность», «цифровые компетенции», «цифровое образование», «цифровая образовательная среда».

В целях реализации Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 Путиным В.В. была утверждена программа «Цифровая экономика Российской Федерации», «направленная на создание условий для развития общества знаний, повышение благосостояния и качества жизни граждан путем повышения доступности и качества товаров и услуг, произведенных в цифровой экономике с использованием современных цифровых технологий, повышения степени информированности и цифровой грамотности, улучшения доступности и качества государственных услуг для граждан, а также безопасности как внутри страны, так и за ее пределами» [1].

Данная программа предполагает создание определенной системы цифровой экономики в Российской Федерации, которая подразумевает развитие цифровой грамотности населения. Цифровая грамотность — это не стихийно приобретенные навыки, а определенные компетенции, приобретенные в ходе всеобщей цифровизации. Они являются необходимыми для полноценной жизни в современном обществе, формирование этих компетенций помогает достигнуть главной цели цифровизации – повышение уровня жизни людей.

Подготовка квалифицированных и компетентных кадров для цифровой экономики – приоритетное направление государственной политики в области образования. В этом направлении был утвержден федеральный проект «Цифровая образовательная среда». Данный проект направлен на создание к 2024 году современной безопасной цифровой среды. Проект гарантирует доступность и качество всех видов образования на любом уровне. Основная цель проекта – решение проблемы повышения конкурентоспособности страны за счет подготовки компетентных кадров в рамках развития цифровой экономики Российской Федерации.

Образование, как сектор экономики и социальной деятельности, ориентировано на интеграцию информационных и телекоммуникационных технологий, расширение прав и возможностей, направленных на использование преподавателями интернет-среды и цифровых ресурсов для создания и обмена новыми идеями в области образования.

Для умения ориентироваться в новых информационных и коммуникационных технологиях и цифровых инструментах педагогам необходимы дополнительные знания, умения и навыки, а для создания цифровой образовательной среды в образовательном учреждении и успешного осуществления образовательной деятельности педагог должен обладать широким спектром новых профессиональных компетенций в этой сфере.

Важность подготовки преподавателей в контексте цифровизации образования подчёркивает М.П. Лапчик, формирования цифровой компетентности преподавателя – С.М. Гушина, на необходимость развития навыков создания электронных пособий – Н.П. Ячина, а также увеличилось количество исследований, посвященных подготовке кадров в рамках цифровизации (А.А. Коновалов, О.В. Михалева, В.К. Обыденкова, С.Р. Хаблиева, М.С. Яницкий).

Сегодня в образовательном пространстве для описания навыков и компетентностей преподавателя в сфере информационных технологий ученые, в большинстве случаев, используются такие термины, как: «цифровая компетентность» (digital competence), «цифровая грамотность» (digital literacy), «информационно-коммуникационная компетентность» (information and communication technology competence, ICT competence), «медиакомпетентность» (media competence), «ИКТ-грамотность» (англ. ICT literacy), «информационно-коммуникационно-технологическая компетентность» (ICT literacy) и др. [2].

Основные понятия исследования: «компетентность», «информационно-коммуникационная компетентность», «цифровая компетентность».

Опираясь на исследования таких учёных как, В.Н. Введенский, Л.М. Умнова, Дж. Равен, В.А. Рупышева можно сформулировать следующее определение: компетентность - это совокупность личностных характеристик, которые включают в себя высокий профессионализм, набор определенных знания, умения и навыков, способность эффективно решать проблемы или выполнять функции, которые направлены на достижение цели в профессиональной деятельности [3,4,5,6].

На основании анализа теоретических источников по проблеме исследования (Н.Е. Курмашева, О.А. Фролова, О.Ю. Рязова, Е.И. Цуканова) можно выделить общую характеристику в понимании понятия «информационно - коммуникационная компетентность» – это умение решать соответствующие задачи с использованием информационно-коммуникационных технологий. [7,8].

Сегодня в мировом образовательном пространстве нет единого термина для характеристики овладения специалистом ИКТ-технологиями и использования их в своей профессиональной деятельности (В.И. Солдаткин, Н.В. Татаринова, Е.В. Рублёва, И.В. Доможирова и др.). Цифровая компетентность – это не только общепользовательские и профессиональные знания, умения и навыки, поиск информации и работа с ней, но и критическое осмысление, и уверенное использование, применение цифровых технологий в

профессиональной деятельности для создания методических материалов с использованием цифровых ресурсов. [9,10,11].

В современных условиях наблюдается быстрый темп развития информационных технологий, неуклонно растет количество пользователей Интернета, постоянно появляются различные устройства, призванные упростить жизнь современного человека. Такие изменения влияют на все сферы жизни, включая и образование. Растут и требования к личности современного преподавателя. Педагог должен свободно владеть современными технологиями и использовать их в своей профессиональной деятельности, тем самым обеспечивать эффективность образовательного процесса.

Целью нашего исследования является изучение уровня развития цифровой компетентности преподавателей педагогического колледжа.

Исследование проходило на базе Государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения - Педагогический колледж Санкт-Петербурга.

Методики исследования: анкета «Цифровые компетенции педагога» Аналитический центр НАФИ (Авторы: Т.А. Аймалетдинов, Л.Р. Баймуратова, О.А. Зайцева, Г.Р. Имаева, Л.В. Спиридонова), авторская анкета «Портрет современного преподавателя колледжа». Сбор данных осуществлялся методом онлайн-опроса (Google Forms) преподавателей колледжа по структурированной анкете, включающей закрытые и открытые вопросы.

Результаты авторской анкеты показали, что самая большая возрастная группа опрошенных — преподаватели колледжа в возрасте до 35 лет (52%), далее преподаватели в возрасте от 46 до 55 лет (20%), от 36 до 45 лет (16%) и преподавателей — старше 56 лет (12%). Среди участников исследования больше преподавателей - женщин (87%) . Почти две трети преподавателей колледжа преподают гуманитарные (40%) и общественные (28%) дисциплины, 20% - ведут точные и технические науки, а на естественные науки приходится меньше всего – 12%. Педагогический стаж составляет менее 10 лет - 52%, более 20 лет работают в сфере образования 32% преподавателей, от 10 до 20 лет 16%.

Практика использования цифровых технологий преподавателями колледжа. Блок вопросов по цифровой грамотности позволил выявить следующее:

- 96% опрошенных согласились с утверждением «Компьютер помогает мне в решении повседневных задач (например, в работе или учёбе)»;

- 79% преподавателей согласились с утверждением «Современные гаджеты и приложения помогают людям в повседневной жизни, делают жизнь проще».

- при этом лишь 47% опрошенных стараются быть в тренде и следят за технологическими новинками в сфере образовательных технологий, когда 53% - достаточно мало интересуются или не интересуются вообще.

Далее следовал блок вопросов по цифровым компетенциям преподавателей колледжа:

- чуть больше половины опрошенных 52% - самостоятельно улучшают свои навыки применения цифровых технологий в обучении;

- при этом большая часть преподавателей 60% достаточно часто принимают участие в разных видах онлайн-обучения и пробуют различные варианты и площадки для онлайн-обучения.

Продолжительность (опыт) использования цифровых технологий:



При ответе на вопрос «На сколько давно Вы используете цифровые технологии в своей преподавательской деятельности?» ответы преподавателей колледжа распределились так: менее одного года – 12% , 1-2 года – 12%, 3-5 лет – 36%, 6-10 лет - 20%, 11-15 лет - %, 16 лет и дольше - 4%.

Согласие преподавателей колледжа с суждениями о цифровых технологиях:

«Мне легко работать на компьютере» - чуть больше половины опрошенных преподавателей согласились с этим утверждением 52%, остальные 48% - испытывают незначительные трудности при работе с компьютером. «Я активно использую интернет» - больше половины преподавателей 72% полностью согласились с данным утверждением, 28% - согласны или скорее согласны с данным утверждением. «Я интересуюсь новыми приложениями, программами, ресурсами» - диапазон ответов на данное утверждения оказался самым широким, разброс утверждений от «не согласен» до «абсолютно согласен». «Не согласен» - 16%, «согласен» - 32%, «скорее согласен» - 20%, «абсолютно согласен» - 28%. «Я активно пользуюсь социальными сетями» - абсолютно согласны с этим утверждением 52% преподавателей, 48% - выбрали утверждение согласны и скорее согласны.

Подводя итоги исследования, можно сделать вывод о том, что большая часть преподавателей колледжа не испытывает затруднений при работе с компьютером, достаточно давно используют в своей работе цифровые образовательные технологии и считают их неотъемлемой частью современности. То есть можно сказать, что большая часть преподавателей обладает компонентами общепользовательских компетенций, таких как, навыки работы в сети Интернет, базовая цифровая грамотность, основы кибербезопасности и умение проводить аналитику данных.

Однако при этом преподаватели не интересуются технологическими новинками, приложениями, программами, ресурсами и не следят за новинками и трендами в сфере образовательных технологий, а улучшение навыков по работе с цифровой средой возлагается на плечи преподавателей и остаётся для самостоятельной проработки. Следовательно, общепедагогические и предметно-педагогические цифровые компетенции находятся на среднем и низком уровнях, так как они подразумевают внесение изменений в методику и содержание образовательного процесса с учетом использования возможностей использования ИКТ в полной мере, применение современных информационных технологий в различных процессах организации образовательной деятельности (планирование проектной деятельности, подготовка заданий, тестов, кейсов, использование интерактивных досок, различных электронных платформ).

Таким образом, для развития общепедагогических и предметно-педагогических компонентов цифровой компетентности преподавателей колледжа необходима разработка учебно-методической программы и онлайн-курса повышения квалификации, ориентированных на медиаграмотность и *технологические* инновации в сфере цифровых образовательных технологий.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Сайт Правительства РФ, 28.07.2018 / Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf7>.
2. OECD Digital Economy Outlook, OECD Publishing, Paris, 2017. Режим доступа: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264276284-en>.
3. Введенский В.Н. Моделирование профессиональной компетентности педагога // Педагогика. – 2003. – № 10. – С. 51-55.
4. Умнова Л.М. Личностные качества педагога в контексте его профессиональной компетентности. В сборнике: Личностное и профессиональное развитие будущего специалиста: материалы XV Международной научно-практической Internet-конференции / Отв. ред. Л.Н. Макарова. – 2019. – С. 27-31.
5. Raven J. Quality of Life, the Development of Competence, and Higher Education. Higher Education. - 1984. - №13. – pp. 3193-404.
6. Рупышева В.А. К вопросу о профессиональной компетентности педагога на современном этапе. В сборнике: Повышение профессионального мастерства педагогических работников в России: вызовы времени, тенденции и перспективы развития. – 2019. – С. 481-484.
7. Курмашева Н.Е., Фролова О.А. Теоретические аспекты цифровой компетентности преподавателей ВУЗа. В сборнике: Учетно-аналитические инструменты развития цифровой экономики. – 2019. – С. 86-90.
8. Рязова О.Ю., Цуканова Е.И. Профессиональная компетентность преподавателя в цифровую эпоху. Русский язык за рубежом. – 2020. – № 5 (282). – С. 10-18.
9. Солдаткин В.И., Лобачев С.Л. Информационно-образовательная среда открытого образования. центр информационно-методической поддержки образования. режим доступа: <http://cimes.univer.omsk.su/associations/IOS/> (Дата обращения: 9.10.2020).
10. Татарина Н.В., Рублёва Е.В. Цифровая компетентность преподавателя как основа эффективной работы в условиях дистанционного образования. Русский язык за рубежом. – 2020. – № 6 (283). – С. 87-90.
11. Доможирова И.В. Современные требования к компетентности преподавателя в условиях цифровой трансформации системы образования. В сборнике: Проблемы управления качеством образования. – 2020. – С. 79-81.

**Васильева Юлия Анатольевна** – студент магистратуры; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [agentfbr.57@mail.ru](mailto:agentfbr.57@mail.ru)

#### **DEVELOPMENT OF THE DIGITAL COMPETENCE OF TEACHERS OF THE PEDAGOGICAL COLLEGE**

**Abstract.** *The training of qualified competent personnel in the framework of the digital transformation of education is one of the priority areas in the development of education in our country. This article is devoted to the problem of the development of digital competence of teachers*

*of a teacher training college. The paper presents the results of a study of the digital competence of teachers of a teacher training college. The data described in the article will be used to develop a curriculum and design an online course focused on the development of digital competencies in teachers and to ensure that students achieve the modern quality of general education.*

**Key words:** *digitalization of education, digital educational environment, digital competencies of a teacher*

**Yulia A. Vasilyeva** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: agentfbr.57@mail.ru

УДК 82-1/-9

**А.В. Водолажская, О.В. Анисимова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

**Живопись в малой прозе Рэя Бредбери (на материале произведений  
«Запах сарсапарели» и «Земляничное окошко»)**

**Аннотация.** *В статье рассматривается роль пейзажа в произведениях Рея Бредбери. Данная работа является попыткой выявить и интерпретировать роль живописи в новеллах Рея Бредбери, а также проследить мотив поиска героями счастья. В ходе исследования было выявлено понимание лирического сюжета как движения чувства, развития эмоции. Элементы описания мира внешнего такие, как пейзаж, портрет, акцентная деталь, становятся носителями лирического переживания, отображением чувств героев. Отдельно отмечается, что пейзаж занимает центральную часть произведения, будучи связан с внутренним миром героев.*

**Ключевые слова:** *рассказ, новелла, Бредбери, живопись*

Предлагаемая работа посвящена исследованию концепции живописи в малой прозе Рея Бредбери. В круг поставленных задач входит необходимость проанализировать мировоззрение автора, изучить принципы интеграции живописи, а также определить роль пейзажа в новеллах.

Актуальность исследования обусловлена как интересом к творчеству Рея Бредбери в целом, недостаточно исследованному в отечественном литературоведении, так и к интермедийным техникам, используемым в малой прозе американских писателей XX века.

Методологическую базу исследования составляют труды М.М. Бахтина, С. Фридман, Ю. Кристевой, А.Н. Веселовского, В.М. Жирмунского, А. Воздвиженской.

Говоря о малой прозе, необходимо, прежде всего, обратиться к такой ее наиболее популярной в американской литературе разновидности, как новелла. Новелла представляет собой повествовательный жанр, которому присущи краткость, отсутствие психологизма, острый сюжет, неожиданная развязка, нейтральный стиль изложения и высокая динамика повествования.

Сюжет новеллы строится вокруг одного необычайного события, и, как правило, авторы-новеллисты опускают мотивы поведения героев и не раскрывают их внутренний мир.

Немецкий писатель Иоганн Гете охарактеризовал новеллу как «случившееся неслыханное происшествие» [1, с. 23].

Новелла рождается из распада новеллистической и анекдотической сказки. Новеллистическая сказка – это вариант волшебной сказки, в которой, однако, отсутствуют чудеса, а сюжет составляют любовные приключения и опасные путешествия [там же]. Жанр новеллы зародился в литературе итальянского Возрождения. Ярким образцом классической новеллы является «Декамерон» Боккаччо [1].

Жанр новеллы обрел популярность в американской литературе в начале XIX века [4, с. 85]. В этом жанре писали выдающиеся новеллисты-романтики: Вашингтон Ирвинг, Эдгар Аллан По, Натаниэль Готорн и др. Характерной чертой их произведений была эмоциональность художественного текста. В конце XIX века американская новелла стала самостоятельным жанром и заняла центральное место в литературе [3, с. 60].

Анализируя малую прозу Рея Бредбери, необходимо обратиться к понятию интермедиальности, которое подразумевает совмещение техник различных видов искусств в одном тексте. Интертекстуальность – это диалог культур. Термин получил известность в конце 1960-х годов. Его автором является Михаил Бахтин. Согласно данной теории происходит смещение внимания с треугольника «автор-произведение-традиции», на треугольник «текст-дискурс-культура», где интертекстуальность становится знаковой системой [8, с.273]. Подобное смещение освобождает литературный текст от психологического, социологического и исторического детерминизма, способствуя появлению семиозиса. Можно сказать, что интертекстуальность представляет собой диалог между несколькими произведениями, писателем и персонажем, а также между современным и более поздним культурным контекстами [7].

Рей Бредбери известен как автор таких произведений, как «Вино из одуванчиков» (1957), «451 градус по Фаренгейту» (1953) и «Марсианские хроники» (1950). По его словам, все в этом мире начинается с мечты, и даже научная фантастика – это «смешение науки и мечты» [7, с. 14].

Приступая к анализу отобранных новелл, начнем с работы под названием «Запах сарсапарелли» (1958). Автор повествует о пожилом человеке, Уильяме Финче, для которого прошлое, сияет ярче, чем настоящее или будущее. Свое единственное утешение он находит в давно забытых вещах, сохранившихся на чердаке. Эти вещи, как машина времени, отправляют его на несколько лет назад. Воспоминания о прошлом наполняют его сердце теплом, которого ему так не хватает. Чердак в доме героя заметно отличается от мира внизу. Для создания этого контраста, автор прибегает к живописному приему «цветопередача»: [6, с.122] “And there lay winter outside for ever, a great leaden winepress smashing down its colourless lid of sky, squashing them all like so many grapes, mashing colour and sense and being from everyone, save the children who fled on skis and toboggans down mirrored hills which reflected the crushing iron shield that hung lower above town each day and every eternal night.” («А за стенами опустилась вечная зима, над всем нависло низкое свинцово-серое небо и давит людей, точно тяжкий пресс – виноградные гроздья, перемалывает краски и разум и самую жизнь; только дети уцелели и носятся на лыжах, летят на санках с оледенелых гор, в

чьих склонах, как в зеркале, отражается этот давящий железный щит и опускается все ниже, ниже – каждый день и каждую нескончаемую ночь») [2, с.134].

Герой произведения представляет мир внизу как нечто отягощающее душу. Особое внимание стоит обратить на то, как Бредбери выделяет детей, которые под этим тяжелым, свинцовым небом не чувствуют его гнета, катаясь на лыжах, веселясь и резвясь. Чердак – это сохранившийся островок детского счастья в старом сердце, ощущение интереса к миру и ожидания чуда.

Контраст между героями новеллы, помимо прочего, создается при помощи пейзажа. Так, мир Кору, жены Уильяма, окрашен морозными, зимними, тяжелыми красками. Ее взгляд и голос отдают холодом. Она кажется безэмоциональной, грубой, непонимающей своего мужа: "... Cora fidgeted" («Кора беспокойно поежилась») "She looked at him coldly" («Жена холодно поглядела на него») "Blah, she said, blah, blah. And added, blah!" («– Тра-та-та, – сказала она. – Затараторил, тараторка») "she slammed the oven door" («она сердито захлопнула духовку»). Занимаясь домашними делами, Кора не желает предаваться воспоминаниям.

Образ героини – это портрет человека, утратившего своего внутреннего ребенка. Финальная сцена произведения демонстрирует еще большее различие между этими людьми и их внутренним миром: "Outside the opened frame the apple trees were lush green, it was twilight of a summer day in July." («За распахнутым окном сверкали зеленой листвой яблони, стояли теплые июльские сумерки»). "She did not go near the window again. She sat alone in the black attic, smelling the one smell that did not seem to fade" («Она больше не подошла к тому окошку. Она сидела одна в темноте и вдыхала единственный запах, который здесь, на чердаке, оставался свежим и сильным») [2, с.142].

В другом произведении Бредбери «Земляничное окошко» (1954), главным героем является Роберт Прентисс, через которого автор выражает свою любовь к космическим путешествиям. Прентисс, пытаясь убедить жену в том, что переселение на Марс важно, сравнивает человеческий инстинкт выживания с инстинктом лосося, идущего на нерест и борющегося с потоком, чтобы добраться до нужного места: "It's the same thing with the salmon every year. The salmon don't know why they go where they go, but they go, anyway. Up rivers they don't remember, up streams, jumping waterfalls, but finally making it to where they propagate and die, and the whole thing starts again. Call it racial memory, instinct, call it nothing, but there it is. And here we are." («Это то самое, что каждый год происходит с лососем. Лосось не знает, почему он направляется в определенное место, и все-таки идет. Вверх по рекам, которых не может помнить, против течения, навстречу водопадам, пока не придет туда, где даст начало новой жизни и погибнет. И снова тот же круговорот. Назовите это наследственной памятью, назовите инстинктом или никак не назовите, все равно это есть. И вот мы здесь») [2, с.288].

Бредбери с оптимизмом смотрит на достижения в области космической колонизации, видя в этом путь к бессмертию. Он поддерживает космическую программу, полагая, что она символизирует жизненную силу и борьбу за выживание. Автор расцветчивает космос, добавляя ему привычных красок и делая его родным и давно знакомым: [6, с.270] "The lilac pane made livid grapes of all the passersby." («Сиреневое оконце превращало всех прохожих в фиолетовые виноградины») "...strawberry windows and lemon windows and

windows like white clouds and windows like clear water in a country stream...” («с земляничными и лимонными окошками, с окошками цвета белых облаков и цвета прозрачной ключевой воды») [2, с.281].

Посредством этого приема писатель создает ощущение волшебства и отсутствия всякой враждебности. В предложенном поэтическом описании звучит тема земных традиций: отправляясь к далеким планетам, люди берут из своего прошлого доброту, и от этой искры разжигают новое пламя в своей новой жизни. Единственное, что имеет значение, вовсе не материально; подлинную ценность представляют лишь светлые мысли и чувства, окрашенные Бредбери в розовый цвет – цвет поиска, романтики, наивности, детской беспечности. В этом рассказе автор вновь говорит о том, как важно смотреть на мир глазами ребенка.

Подводя итог, стоит еще раз подчеркнуть, что работы Бредбери наполнены цветовыми и пейзажными деталями, которые оставляют за собой ощутимый шлейф, погружая читателя в атмосферу произведения. Цветопередача и пейзаж выполняют важную роль в восприятии новеллы. Так, с помощью пейзажа автор предвосхищает события, подготавливая читателя и задавая нужное настроение. Играя с цветами, то сгущая, то рассеивая краски, писатель управляет читателем, влияя на его восприятие происходящего.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. – М.: Худож. лит, 1975. – 502 с.
2. Бредбери Рей. Лекарство от меланхолии: [перевод с английского] / Рэй Бредбери. — Москва: Эксмо, 2015. — 320 с.
3. Воздвиженская А. Продолжая споры о фантастике, Вопросы литературы, 1981. – №8. – С. 200-211
4. Жирмунский В.М. Сравнительное литературоведение. Л., 1979. – 476 с.
5. Веселовский А.Н. Историческая поэтика. М., 1989. – 500 с.
6. Bradbury Ray. 1998. A Medicine for Melancholy and Other Stories / Ray Bradbury. — UK: Avon; Reprint edition. — 307 p.
7. Kristeva J. 1986. Word, Dialogue and Novel // In the Kristeva Reader, ed. Troil Moi. – New York: Columbia University Press. – 61 p.
8. Friedman S. Stanford. 1991. Weavings: Intertextuality and the (Re) Birth of the Author. In influence and intertextuality in literature history. – Madison: University of Wisconsin Press. – P. 268-285.

**Водолажская Алина Витальевна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: vodolzhskaia.av@gmail.com

**Анисимова Ольга Владимировна** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: lesoleil81@mail.ru

## VISUAL ARTS IN RAY BRADBURY'S NOVELLAS

(BASED ON “SCENT OF SARSAPARILLA” AND “THE STRAWBERRY WINDOW”)

**Abstract.** *The paper discusses the role of landscape in Ray Bradbury’s novellas. The use of visual arts in Bradbury’s works as well as the character’s search for happiness are analyzed. The items of the external world description, such as landscape, portrait, and specific details, carry the lyrical experience and reveal characters’ emotions. Special attention is paid to understanding landscape as a key element of novella bond with the characters’ inner world.*

**Key words:** *novella, Ray Bradbury, visual arts*

**Alina Vit. Vodolazhskaia**— Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: vodolazhskaia.av@gmail.com

**Olga Vlad. Anisimova**— Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: lesoleil81@mail.ru

УДК 82-32

**С.И. Ворожцов, Т.Ю. Волошинова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Имплицитно выраженные смыслы в рассказе И.А. Бунина «Мадрид»: результаты лингвистического анализа**

**Аннотация.** *Статья посвящена поиску имплицитно выраженных смыслов в произведении «Мадрид» Ивана Алексеевича Бунина. В исследовании рассматриваются имплицитно выраженные темы произведения, также некоторые скрытые проявления эксплицитно выраженных тем. Представлены результаты анализа парадигматической организации текста, анализа речесубъектной организации текста, анализа художественного пространства и анализа художественного времени. Акцент исследования был сделан на возможностях включения анализируемого рассказа в новые издания произведений писателя.*

**Ключевые слова:** *имплицитно выраженные смыслы, анализ парадигматической организации текста, анализ художественного пространства, анализ художественного времени, анализ речесубъектной организация текста*

Произведение «Мадрид» обычно рассматривается в контексте сборника «Темные аллеи», вне данного сборника рассказ не исследовался. Имеющиеся исследования в основном посвящены либо эксплицитно выраженной информации, как в статье Ольги Георгиевны Умановской «Особенности представления эксплицитной информации в цикле рассказов И. А. Бунина “Темные аллеи”» [1], либо теме любви, как в статье Ли Сан Чул «Бунинский эрос в “Темных аллеях” И. А. Бунина» [2]. Новизна нашего исследования состоит в том, что помимо эксплицитно выраженной темы любви, мы рассматриваем имплицитно выраженные тему судьбы человека и тему родины. Помимо этого, в статье были проанализированы и другие скрытые смыслы рассказа «Мадрид».

Основные методы исследования в текущем анализе – это анализ парадигматической организации текста, анализ речесубъектной организация текста, анализ художественного пространства и анализ художественного времени.

Безусловно, в анализируемом произведении наиболее полно представлена тема любви: рассказ входит в цикл любовных рассказов И.А. Бунина «Темные аллеи», она занимает «Большое место в эмигрантский период творчества Бунина занимает тема любви» [3].

Однако и эта тема содержит в себе много имплицитно выраженных смыслов. В произведении вместо одной оси любви можно обнаружить три. Это любовь между главным героем (рассказчиком) и Полей, любовь между Полей и шулером, а также любовь между проститутками Мур и Анель. Все эти три любовные линии нельзя назвать счастливыми.

Ось «Поля – Главный герой». Основная любовная линия рассказа. Любовь со стороны главного героя многообразна: от страсти до (шуточной ли?) угрозы жизни, равно как и до заботы о человеке, которому он ничем не обязан «— *Да нет, давай ужинать. Никуда я тебя не пущу до утра.*»; — *Вот, ешь и пей. А то убью.*». Со стороны Поли эта любовь полна уважения «— *Ох, батюшки! Извините, пожалуйста, совсем нечаянно заснула...*» Это связано как с социальным неравенством между героями, так и с разницей в возрасте. И герой, и Поля уже знают, что эта любовь скоро пройдет, поэтому, не стесняясь, обсуждают будущее Поли после окончания работы проституткой.

Ось «Поля – Шулер». Невозможно не обратить внимания на эту связь, ведь за полугодовую карьеру Поли шулер оказался единственным человеком, по-настоящему произведшим впечатление на героиню. Он настолько запомнился Поле, что она не стесняется упоминать его даже при герое: «— *Я его до сих пор помню*»; «*Я его на Брянский вокзал ходила провожать, а он и не знал, что приду. Пришла, а поезд уж пошел. Побежала за вагонами, а он как раз из окошка высунулся, увидел меня, замахал рукой, стал кричать, что скоро опять приедет и киевского сухого варенья мне привезет.*» и другие. Между Полей и шулером явно возникала любовная связь, вполне возможно, что только в одну сторону. В любом случае – она уже закончилась. Шулера могли поймать за его деятельность, он мог умереть от чахотки, а мог банально обмануть бедную Полю. Выявить истинную версию реального развития событий из рассказа нельзя. Главный герой иронизирует над отношениями между Полей и шулером: «— *Это ты все про шулера? Однако запомнился он тебе!*»

Ось «Мур – Анель». Как сказала Поля, «*Она и Мур мужчин терпеть не могут, влюблены друг в друга ужас как, живут как муж с женой...*», но при этом вынуждены заниматься проституцией и работать непосредственно с мужчинами.

Автор подчеркивает тему любви разными способами, в том числе путем создания специфического художественного пространства. В связи с этим стоит упомянуть описание номера в гостинице «Мадрид». Для этого нам нужно совершить небольшой исторический экскурс.

Гостиница «Мадрид» в действительности существовала. Ее здание изначально было частью усадьбы князей Шаховских. Затем оно было перестроено и выкуплено банкиром по имени Лазарь Поляков [4]. «Он устроил тут меблированные комнаты. В корпусе на Тверской располагался более шикарный “Лувр”, а в переулок выходил скромный “Мадрид”».



На это указывали кариатиды, держащие букву “М” в декоре здания. <...> Эти меблированные комнаты обожали артисты и деятели театра. И если «Лувр» выбирали приезжие знаменитости и солисты московских театров, то менее именитые артисты и переписчики пьес могли позволить себе только “Мадрид”» [там же].

Здание гостиницы в целом можно отнести к географическому художественному пространству. Эту гостиницу нельзя назвать богатой: в ней крутая лестница, что говорит о том, что помещение не очень просторно; истертый коврик сообщает как о большом количестве посетителей, так и о плохом финансовом положении владельцев «Мадрида», либо, возможно, об их скупости. Пространство закрытое и очень тесное: *«...вернули в узкий, слабо освещенный, очень душный коридор...»*.

Номер в гостинице «Мадрид» – точечное пространство. Это пространство невозможно отнести к гостинице, эти два художественных пространства слишком непохожи друг на друга. Пространство номера закрытое, но при этом, в отличие от гостиницы, его нельзя назвать тесным. Можно было бы предположить, что номера в этой «скромной» и тесной гостинице априори должны повторять сущность самой гостиницы. Но автор ни слова не говорит о каком-либо несовершенстве этих номеров, в отличие от самого корпуса. Героям там комфортно, они не испытывают недостаток в месте для передвижения *«...вошла в прихожую освещенного номера...», «...подошел к окну...», «раздевшись, лег под одеяло...»*. Исходя из описания самой гостиницы, можно быть уверенным, что и номера в ней должны быть маленькими. Однако, в описании номера не сказано ни одного слова, которое характеризовало бы его как неудобное и тесное пространство. Лишь один раз косвенно можно узнать о настоящем размере комнаты: *«— Да мне нужно на минуточку... — Вот тут, в тумбочке. — Мне на виду стыдно. Погасите на минуточку огонь... — И совсем погашу. Третий час...»* Вероятнее всего, здесь идет речь о ночном горшке, что говорит о малом размере комнаты. То есть в номере нет даже отдельного помещения, чтобы справить нужду, либо же такие комнаты не предусмотрены в гостинице вовсе. Можно сделать вывод о том, что автор сознательно опускает все упоминания о неудобстве номера, сосредотачиваясь на эксплицитно выраженной теме любви. Поля и рассказчик находятся одни, они не обращают никакого внимания на окружающую действительность.

Как и здание гостиницы «Мадрид», Тверской бульвар относится к географическому пространству. Он темный и морозный. Там герои встречаются друг друга, затем идут по бульвару и сворачивают на Тверскую, чтобы пройти до гостиницы. Его пространство открытое и свободное. Примечательно, что это место относится к центру Москвы, но при этом автор ни слова не говорит о других людях. Притом, что *«...Тверской бульвар стал одним из любимейших мест прогулок представителей московского дворянства. <...> В часы променада все проезды по бульвару, даже Страстная площадь, заставлялись экипажами гуляющей публики»* [5]. Подобные многолюдные места являются основными «рабочими местами» проституток. Поэтому автор и встретил Полю именно здесь. Можно сделать вывод о том, что автор сознательно не стал описывать других людей. Главный герой и Поля «одни» в этом мире, наедине друг с другом.

Автор сознательно отказывается упоминать каких-либо людей в окружении героев. Казалось бы, Тверской бульвар, который находится в центре Москвы, гостиница,

расположенная на Тверской, и, самое главное – вечер субботы, то есть выходной, но при этом – никакого описания третьих лиц. Все упомянутые в произведении герои появляются только в репликах главной героини, реальное художественное пространство и время лишены не только упоминаний об обслуживающем персонале в гостинице, но и людей на улицах. Как было сказано выше, мы полагаем, что подобная организация художественного мира позволяет автору сконцентрироваться на внезапной любви героев.

Действие рассказа происходило в субботу поздним вечером, зимой или поздней осенью, так как на улице уже морозно. Время течет плавно и размеренно, периодически ускоряясь в некоторых моментах. Хронотоп рассказа можно назвать линейным.

Фабула не совпадает с сюжетом. Только в середине рассказа мы узнаем, героине семнадцать лет *«Сколько тебе лет? ... - Восемнадцатый»*, что мать Поля умерла, когда она была маленькой, отцу, сцепщику на товарной станции в Серпухове, *«грудь раздавило буферами»*, после чего героиня приехала к его двоюродной сестре Мур в Москву, которая приютила девушку, а потом уговорила выходить. Поля упоминает, что начала гулять *«с самой весны»*, следовательно, можно сделать вывод о том, что своей деятельностью она занимается не более полугода. Тогда же состоялось знакомство с шулером и, очевидно, любовь к нему.

События описываемого дня начались, очевидно, ранним вечером, когда Мур и Адель *«приказчики взяли»*. Полю *«никто за весь вечер не взял»*, она встречается с героем *«поздним вечером»*. События заканчиваются за полночь: эту информацию можно получить, сопоставив фрагмент *«С час после того...»* и реплику лирического героя: *«—И совсем погашу. Третий час...»*.

Ближайшее будущее определено достаточно однозначно: *«— Завтра мы с тобой будем вместе завтракать... потом ты пойдешь домой ...а к семи опять приходи ко мне, поедем обедать к Патрикееву ... А потом в «Эльдорадо» — правда?»*. А вот отдаленные перспективы достаточно туманны: *«— Вы тоже уедете? Куда? Когда? — В Петербург. Да это еще не скоро»; «Может, бог даст, место какое найду тоже в номерах ...— Я об этом подумаю; может, и устрою тебе где-нибудь такое место»*.

Можно сделать вывод о том, что прошедшее обозначено весьма условно, далекое будущее неясно, зато настоящее и ближайшее будущее, когда происходит встреча героев, описаны с точностью до часа, чем подчеркивается значимость события.

Хронотоп рассказа не ограничивается Москвой. В произведении упоминается Серпухов, Киев, Санкт-Петербург, Сибирь, а также – косвенно – Крым (*«он принес с подоконника ... бутылку крымской мадеры»*). География Москвы описана тоже достаточно подробно для небольшого рассказа: кроме уже упомянутого Тверского бульвара и Тверской улицы, мы встречаем наименования таких локумов, как Брянский вокзал, Триумфальные ворота, «Терем», «Эльдорадо», ресторан Партикеева. Нужно отметить, что часть из названных пространственных объектов статична, вряд ли предполагается их изменение во времени, однако вторая часть – названия ресторанов, гостиницы, кинематографа – явно указывает на изменчивое, преходящее пространство, существование которого ограничено во времени. Названные маркеры позволяют нам выделить еще одну важную тему – тему родины.

Выявление имплицитно выраженной темы родины достаточно неожиданно в любовном рассказе, однако оно логически обусловлено. И.А. Бунин пишет рассказ в эмиграции, неимоверно тоскуя по родине. Возможно, именно по этой причине в произведении так часто употребляются названия регионов России, ее больших и маленьких городов, улиц и общественных зданий в Москве. Очевидно, что часть этих мест к моменту написания рассказа существовало только в памяти писателя (элементы изменчивого пространства – «Терем», «Мадрид», «Эльдорадо»), Петербург был переименован и назывался Ленинградом, однако для автора была важна именно та Россия, которую ему пришлось покинуть и которую он сохранил в своей душе. Нужно отметить, что любовь к Родине так же драматична, как и любовь главных героев: дорогие автору места не только удалены от него, но и частично прекратили свое существование, оставшись лишь в воспоминаниях.

Сопоставление темы любви с темой родины позволяет выявить вторую имплицитно выраженную тему – тему судьбы человека.

Автор не по своей воле покинул Россию и вынужден вспоминать ее, находясь в эмиграции. Можно говорить о том, что разлука с Москвой, с Тверским бульваром, с Триумфальными воротами и Брянским вокзалом – это судьба автора.

Судьба играет жизнью героини. Можно предположить, что Поля бы никогда не пошла в проститутки по собственной воле: у нее слишком детское отношение к жизни, фактически она и есть ребенок. Однако девушка находится в бедственном положении, она сирота; чтобы прокормиться, ей приходится продавать себя. Только слепой игрой случая можно объяснить, что двоюродная тетка, с одной стороны, оказалась добра к племяннице, а с другой – погубила ее. Попытка изменить судьбу связывается с возможностью получить место горничной, однако, как мы писали ранее, эта возможность весьма призрачна.

Герои, о которых рассказывает Поля, тоже не могут изменить свою судьбу: запомнившийся ей шулер говорит: *«Я, ..., шулер, все равно, что вор, да что же делать, волка ноги кормят...»*. По какой-то из причин он не может завязать со своей деятельностью. Мур и Анель не любят мужчин, но, в силу злой иронии судьбы, вынуждены заниматься проституцией.

Проведенное исследование показало, что рассказ И.А. Бунина «Мадрид» содержит не только очевидную эксплицитно выраженную тему любви, но и несколько имплицитно выраженных тем – тему родины и тему судьбы. Сказанное позволит редактору не только разработать концепции новых изданий, организованных по тематическому принципу, но и разработать необходимые элементы справочно-пояснительного аппарата подобных изданий. Проведенный нами анализ хронотопа рассказа необходимо учитывать при работе над иллюстрациями.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Уманская О.Г. Особенности представления эксплицитной информации в цикле рассказов И. А. Бунина "Темные аллеи". Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014 №9-1 (39).– 183-187.

2. Ли С.Ч. Бунинский эрос в "Темных аллеях" И. А. Бунина. Наука и школа.– 2014 №2.–87-90.

3. Каргина Н.Ф. Бунин. И. А. И след мой в мире есть... Москва, Русский язык, 1989 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: свободный URL: <http://bunin-lit.ru/bunin/bio/kargina-bunin-ocherk.htm> (дата обращения 09.01.21).

4. Гостиница «Мадрид». Прогулки по Москве [Электронный ресурс]. — Режим доступа: свободный URL: <https://liveinmsk.ru/places/doma/gostinica-madrid> (дата обращения 10.01.21).

5. Тверской бульвар. Интерактивный городской гид «Узнай Москву» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: свободный URL: [https://um.mos.ru/places/tverskoy\\_bulvar/](https://um.mos.ru/places/tverskoy_bulvar/) (дата обращения 09.01.21).

**Ворожцов Сергей Игоревич** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: vorozhtsovs2000@mail.ru

**Волошинова Татьяна Юрьевна** – доцент; ВШИППиПЛ, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: t.u.voloshinova@mail.ru

## IMPLICITLY EXPRESSED MEANINGS IN THE STORY OF I.A. BUNIN "MADRID": THE RESULTS OF LINGUISTIC ANALYSIS

**Abstract.** *The article is devoted to the search for implicitly expressed meanings in the work "Madrid" by Ivan Alekseevich Bunin. The research presents implicitly expressed themes of the work, and some hidden manifestations of the explicitly expressed theme. The study presents the results of the analysis of the paradigmatic organization of the text, the speech-subject organization of the text, artistic space and artistic time. The emphasis of the study was made on the possibilities of using this work in various editions.*

**Key words:** *implicitly expressed meanings, analysis of the paradigmatic organization of the text, analysis of artistic space, analysis of artistic time, analysis of the speech-subject organization of the text*

**Sergey I. Vorozhtsov** — Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: vorozhtsovs2000@mail.ru

**Tatyana Yu. Voloshinova** – Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: t.u.voloshinova@mail.ru

УДК 655.5

**Бу Хонг Хань**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### Развитие книжного дела во Вьетнаме

**Аннотация.** *Статья посвящена кругу вопросов о тенденции развития издательского дела во Вьетнаме в современных условиях развития технологий. В статье приводится*

*анализ полиграфической отрасли на настоящее время. Также автор говорит о расширении штата издательской индустрии для адаптации к процессам международной интеграции и глобализации. Автор статьи выделяет проблему популярности электронных книг над бумажным. В рассматриваемой статье поднимается значение Индустрии 4.0, сочетающая в себе интернет-технологии и искусственный интеллект, которая в будущем может значительно повлиять и изменить всю индустрию издательства и книгопечатания.*

**Ключевые слова:** *издательское дело, Вьетнам, развитие, публикация, полиграфический*

Вьетнамская культура на протяжении всей своей многовековой истории подвергалась многочисленным влияниям своих могущественных соседей либо метрополии, но всякий раз переплавляя их в нечто своеобразное и по-своему уникальное. Можно сказать, издательское дело – это часть культуры во Вьетнаме.

На сегодняшний день в полиграфическом секторе Вьетнама уделяется правительством много внимания и вкладывается достаточный объем инвестиций на развитие и модернизацию технологий, а также на разнообразие продукции с целью удовлетворена потребностей разных покупателей.

Процесс уравнивания, потребности роста секторов экономики помогли ряду полиграфических предприятий расширить программу инвестирования, снабдить современные издательские организации Вьетнама техникой, модернизировать процессы издательства, усилить уровень производственных мощностей, соответствовать заказам со строгим техническими и художественными требованиями.

Изменилась также и организационная структура полиграфической отрасли. В 2020 году в стране насчитывалось более 1900 промышленных полиграфических предприятий (на 5,3% больше, чем в 2019 году), в общей сложности более 10000 полиграфических предприятий. Выручка полиграфической отрасли составила более 96 000 миллиардов донгов (рост на 5% по сравнению с 2019 годом). Прибыль полиграфической промышленности достигла почти 8 000 миллиардов вьетнамских донгов (рост на 4%), что составляет 2 220 миллиардов вьетнамских донгов, которые пошли в государственный бюджет [1].

Что касается тиража публикаций, многие издательские организации Вьетнама демонстрируют высокие темпы роста, например, акционерные общества по выпуску книг в Хошимине, Тхань Хоа, Нинь Бинь, Ха Тинь, Нге Ан и Гиа Лай Культура – Туристическое акционерное общество. В 2020 году общий тираж достиг 440 миллионов экземпляров (рост на 1,6% по сравнению с 2019 годом), общая выручка достигла 3462 миллиардов донгов (рост на 3% по сравнению с 2019 годом).

В последние годы онлайн-публикации постепенно получили распространение и сильно повлияли на духовную жизнь читателей. Читатели стали иметь больше возможностей для доступа и выбора информации, а также на данный момент они имеют больший выбор товаров, услуг, брендов на издательском рынке.

Продвижение, организация книжных ярмарок и участие в международных книжных ярмарках привлекли большой интерес и инвестиции в область издательского дела Вьетнама. Осведомленность книгоиздательских и издательских агентств и органов государственного

управления о роли и важности продвижения книги показала положительные изменения. Мероприятия по продвижению книг, особенно книжные ярмарки в Ханое и Хошимине в 2019-2020 гг., привлекли внимание читателей всех возрастов.

В частности, ежегодный День вьетнамской книги не ограничивается только рядом крупных центров и городов, но был распространен на многие населенные пункты (Хайфон, Дананг, Кантхо, Вунгтау). Вьетнам также активно участвовал в мероприятиях по продвижению книг, таких как Международная книжная ярмарка в Гаване на Кубе в Российской Федерации; Международная книжная ярмарка во Франкфурте, Германия; организовать знакомство с вьетнамскими книгами во вьетнамских культурных центрах во Франции и Чехии; книжная выставка в США по случаю мероприятия «Встреча с Вьетнамом».

За последнее десятилетие частные издательские компании процветали. Nha Nam, Bach Viet, Alpha, Thai Na и Booksnews – одни из наиболее успешных издательств. Они рискуют крупными суммами денег, чтобы приобрести права на зарубежные публикации, чтобы предлагать вьетнамским читателям самые продаваемые книги по всему миру, как только они появятся на полках в других странах. Многочисленные вьетнамские книги выходят на зарубежные рынки.

Контингент должностных лиц и сотрудников, работающих в издательской индустрии, был дополнительно расширен, чтобы адаптироваться к процессам глобализации и международной интеграции. По состоянию на март 2018 года почти 1300 редакторов по всей стране получили сертификаты редактора. Сотрудники издательства шаг за шагом получили доступ к передовым, динамичным и творческим технологиям, которые внесли большой вклад в развитие издательской индустрии [2].

Согласно прогнозам, Индустрия 4.0 напрямую повлияет и изменит всю индустрию издательства и кинопечатания, от рыночных подходов, издательского процесса, методов публикации, методов чтения и восприятия со стороны читателя, сделок с авторским правом до управления издательской и издательской культурой.

Реальность показывает, что Индустрия 4.0, сочетающая в себе интернет-технологии и искусственный интеллект, совершает прорыв во всей издательской работе, включая скачки в скорости производства, обмена и распространения публикаций. Издательская деятельность из реальной среды, ограниченной в пространстве и времени, постепенно переходит в интернет- среду, которая помогает публикациям достигать читателей по всему миру самым быстрым и удобным способом.

Что касается издательского дела, то Промышленная революция 4.0 предоставляет возможность для внедрения цифровых публикаций, цифровой печати на основе новых технологий, публикации и продвижения публикаций; послепродажное обслуживание и цепочки поставок стали более эффективными; торговые издержки были снижены, что способствовало расширению рынка и росту публикаций. Сделки купли-продажи книг и авторских прав в глобальном масштабе стали быстрее и удобнее. Благодаря отслеживанию данных читателей в киберпространстве, книгоиздательские, полиграфические и тиражные предприятия могут собирать огромные объемы данных, тем самым обновляя потребности

читателей, чтобы иметь новые названия книг, дизайн публикаций и способы маркетинга, а также предложение публикаций методы, удовлетворяющие вкус читателей.

Интернет-продвижение публикаций способствует продвижению имиджа страны, народа и культуры Вьетнама в мире, тем самым помогая читателям во всем мире получать точную информацию об инновационных достижениях нашей страны, лучше понимать и любить Вьетнам и зарубежные страны. Вьетнамская община все больше привязывается к своей Родине. В противоположном направлении издательская индустрия Вьетнама имеет возможность использовать и доставлять во Вьетнам ценные зарубежные публикации, удовлетворяя потребности отечественных читателей. Эти изменения открывают множество возможностей и благоприятных условий для развития издательского дела Вьетнама [3].

Помимо множества преимуществ, издательская деятельность Вьетнама также сталкивается со многими трудностями и проблемами. По мере развития технологий и автоматизации издательские подразделения сталкиваются с необходимостью улучшения качества продукции, приобретения передовых и инновационных технологических направлений, а также кадровых ресурсов, квалифицированных в области высоких технологий. Технологии, человеческие ресурсы и капитальные ресурсы издательских подразделений, особенно полиграфического и издательского сектора Вьетнама, по-прежнему довольно малы. Ценные работы составляют лишь небольшую ставку. Возможности, масштабы и квалификация издателей все еще ограничены. Государственное руководство и управление публикациями в некоторых аспектах остаются неэффективными, особенно управление публикациями в Интернете. Отечественные издательские технологии отстают от мировых [2].

С другой стороны, хотя количество названий книг и тиражей неуклонно увеличивается из года в год, имеется ряд ошибочных публикаций. В 2017 году Управление по публикациям, печати и распространению обработало 155 ошибочных публикаций (101 публикация с ошибками в содержании; 5 публикаций с орфографическими или лексическими ошибками; 49 публикаций, нарушающих положения Закона о публикациях). В сегменте электронных книг с 2016 до начала 2020 года количество зарегистрированных наименований постепенно уменьшалось. Количество онлайн-книг (названий) на рынке сократилось: в 2016 году количество зарегистрированных электронных книг составило почти 1900, но в 2019 году только 5 издателей смогли опубликовать электронные книги с 92 зарегистрированными названиями. Эта реальность идет вразрез с общей тенденцией в мире, а также с потребностями читателей [4].

Вышеуказанные проблемы и ограничения связаны с несвоевременными решениями ряда управленческих органов по созданию благоприятных условий для нашей издательской деятельности. Многие новые теоретические вопросы по издательскому делу не изучены и не прояснены. Координация между управляющим агентством, государственным агентством управления и руководящим органом издательств по-прежнему ограничена. Государственное управление в издательской сфере не осуществлялось синхронно. Правовые нормы в борьбе с нарушением авторских прав в нашей стране остаются ограниченными. Возможности и квалификация ряда менеджеров по издательству, редакторов и издательских работников еще не соответствуют требованиям издательской деятельности в новом контексте.

Столкнувшись с этой ситуацией, для того, чтобы издательская индустрия Вьетнама могла развиваться на основе использования возможностей и преодоления трудностей, связанных с воздействием промышленной революции 4.0, крайне важно иметь ряд синхронных и концентрированных решений, направленных на модернизацию издательского дела. деятельность с открытой инфраструктурой информационных технологий; обновление управления издательской деятельностью в направлении усиления роли планирования, ориентации и построения правовой системы для издательской деятельности; планирование, организация и консолидация издательских, полиграфических и издательских учебных заведений в направлении профессионализма и модернизации; усиление проверки, изучения и устранения нарушений; расширять международное сотрудничество, координацию и интеграцию в области науки и технологий, издательских технологий с целью диверсификации публикаций, повышения внутреннего потенциала издательской деятельности Вьетнама [5].

Таким образом, хотя печатные книги по-прежнему играют стратегическую роль на книжном рынке Вьетнама и в мире в целом, нельзя отрицать, что физические книги больше не занимают доминирующего положения, как в предыдущие годы. Появление электронных книг, и особенно приложений и программного обеспечения, позволяющих обменивать и покупать электронные книги, произвело колоссальную революцию в издательском кругу и в привычках людей к чтению. Издательское дело во Вьетнаме переживает на данный момент существенный виток в своем развитии, что, безусловно, является положительной тенденцией.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Dao Thi Hoai. Vietnam's Publishing in the Fourth Industrial Revolution: Opportunities and challenges [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: [https://www.tapchiconsan.org.vn/web/english/economy/detail/-/asset\\_publisher/mqd1ARxqSOBp/content/vietnam-s-publishing-in-the-fourth-industrial-revolution-opportunities-and-challenges#](https://www.tapchiconsan.org.vn/web/english/economy/detail/-/asset_publisher/mqd1ARxqSOBp/content/vietnam-s-publishing-in-the-fourth-industrial-revolution-opportunities-and-challenges#) (дата обращения 03.03.2021).
2. Nguyen Manh Hung. Vietnam: Challenges and Opportunities for Publishers. [Электронный ресурс]. – 2016. – URL: [http://www.viet-studies.net/VNPublishers\\_PubResQ\\_Sept16.pdf](http://www.viet-studies.net/VNPublishers_PubResQ_Sept16.pdf) (дата обращения 04.03.2021).
3. Vietnam's First Self-Publishing Platform Launched Online. [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://saigoneer.com/vietnam-news/15974-vietnam-s-first-self-publishing-platform-launched-online> (дата обращения 04.03.2021).
4. By Ho Son. Covid-19 has damaging impact on publishing sector in Vietnam. [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://saigoneer.com/vietnam-news/15974-vietnam-s-first-self-publishing-platform-launched-online> (дата обращения 04.03.2021).
5. Process of publishing a book in Vietnam. [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.lawyervn.net/en/news/publishcations/process-of-publishing-a-book-in-vietnam.html> (дата обращения 04.03.2021).



**Ву Хонг Хань** – студент бакалавриата; Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: vuhonghanh160997@gmail.com

### **THE DEVELOPMENT OF BOOK INDUSTRY IN VIETNAM**

**Abstract.** *The article is devoted to a range of questions about the development trend of publishing in Vietnam in modern conditions of technology development. The article provides an analysis of the printing industry at the present time. The author also talks about expanding the staff of the publishing industry to adapt to the processes of international integration and globalization. The author of the article highlights the problem of popularity of e-books over paper ones. This article raises the importance of Industry 4.0, which combines Internet technology and artificial intelligence, which in the future can significantly affect and change the entire publishing and printing industry.*

**Key words:** *publishing, Vietnam, development, publication, printing*

**Vu Hong Hanh** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: vuhonghanh160997@gmail.com

УДК 81

**К.Ю. Глухова**

Российский государственный социальный университет  
Москва

### **О манипулятивном потенциале английской и испанской терминологии**

**Аннотация.** *В настоящей статье рассматривается манипулятивная речевая стратегия с использованием терминов. В последнее время вопросы, связанные с речевой деятельностью и речевым воздействием, а также коммуникативными стратегиями приобретают популярность среди отечественных исследователей. Одним из основных направлений является выявление языковых средств, которые используются в текстах масс-медиа для достижения прагматических целей и реализации манипулятивной стратегии.*

**Ключевые слова:** *общество, публицистический текст, манипулятивная речевая стратегия, термин, военно-политическая терминология*

Актуальность исследования predetermined его соответствием парадигме современной лингвистики, а также его антропоориентированной направленностью. Комплексное рассмотрение лингвистического аспекта изучаемого вопроса осуществляется на нескольких уровнях языка – лексическом, фразеологическом, семантическом, стилистическом, синтаксическом. Масс-медиа выступают в качестве активного элемента политической, идеологической, экономической и социальной системы и нередко привлекаются отдельными лицами и государствами для манипулирования сознанием граждан ради достижения конкретных целей культурного, религиозного, экономического, социального или политического характера. В связи с этим язык масс-медиа выступает в качестве объекта исследования лингвистической науки. Технологии и способы манипуляции

сознанием, которые применяются в текстах масс-медиа, становятся предметом изучения, вызывая повышенный интерес специалистов разных сфер знания (социологов, культурологов, политологов, психологов, др.). В реалиях настоящего времени высокий уровень эмоционального насыщения и продуктивность публицистических текстов в плане воздействия на читателей способствует тому, что авторы не руководствуются правилами фактичности и правдивости.

В настоящем исследовании были использованы материалы английских и испанских публицистических текстов (статьи качественных изданий «The Guardian» и «El Pais»), которые освещают, а также оценивают различные события и явления, происходящие в мире. Будет продемонстрировано, каким образом стратегии манипуляции получают реализацию в речи и тексте на лексическом уровне посредством употребления некоторых терминов.

Методы исследования: компонентный анализ; сопоставительный анализ; контекстуальный анализ; классификационный метод; описательный метод; методы индукции и дедукции; изучения и обобщения научных источников.

В стремительно трансформирующемся социальном, культурном и политическом контексте, вкупе с быстро развивающимися медиа-технологиями, грамотное и своевременное рассмотрение публицистических материалов выступает в качестве продуктивного механизма для понимания событий, происходящих в современный период, и влияния на них.

Термин – единица языка для специальных целей. Л.С. Бархударов отмечает, что «термин – это слово (словосочетание), означающее понятие специальной области знания или деятельности» [1, с. 56].

Детальной и комплексной является дефиниция термина, которую предложил С.В. Гринев-Гриневич. Ученый под термином понимает специальную номинативную лексическую единицу языка для специальных целей, используемую для точного наименования понятий специального характера [2, с. 14].

Основной функцией термина является коммуникативная, поскольку он не только называет предмет, но и сообщает о нем. Систематичность термина свидетельствует о том, что терминология – это не только ряд терминов, которые выражают понятия этой области науки, а система терминов, отражающих связь понятий в процессе ее развития. Для того, чтобы лучше выполнять свою функцию, термин должен быть абсолютно точным. Здесь недопустимы никакие изменения значений.

Термины в словарном фонде языка играют существенную роль. В лингвистическом фонде профессиональная лексика составляет значительную часть. В связи с этим ученые придают большую значимость рассмотрению закономерностей образования терминов, специфике их семантики и структуры, структурированию, проблематике перевода; изучают терминологию как важнейший компонент литературного языка в современный период его эволюции. Образование терминов не прекращается, с развитием техники и науки появляется необходимость создания новых терминов – неологизмов – для номинации новых предметов или явлений в какой-либо сфере познания [3].

Абсолютный прогресс языка проявляется, прежде всего, в развитии словарного состава и его пополнении. Пополнение словарного состава – это один из процессов

приспособления языковой системы к новым условиям коммуникации в связи с изменениями во внеязыковой среде [4,5].

Прежде всего, манипулятивный потенциал терминов возможен, в силу их полисемантической. Слова, содержащие негативные образы, могут быть заменены на синонимичные слова, в данном случае, с более нейтральным значением. Тем самым внимание слушателя отвлекается от объекта, вызывающего неприятные ассоциативные представления и чувства. Способность ряда терминов манипулировать индивидами обусловлена тем, что они могут скрывать истинную сущность события или явления за счет образования положительной или нейтральной коннотации. В свою очередь, реципиент не успевает вычленив слова-термины из контекста и оперативно их осмыслить вследствие значительного объема информации, присутствующей в современном обществе.

Рассматривая манипулятивный потенциал некоторых слов-терминов, выделим критерии, согласно их употребления:

- 1) смягчение какого-либо события, явления или ситуации;
- 2) повышение имиджа профессии или социальной группы;
- 3) передача отрицательных явлений в социальном, политическом или экономическом дискурсе.

Кроме того, терминологическая лексика, обладающая манипулятивным потенциалом, имеет признаки: лозунговость; риторическая стратегия к мобилизации мнения общества.

Выделим подгруппы единиц терминологии, которые будем относить к манипулятивным терминам:

- термины, дублирующие в содержательном аспекте уже известные, но использующиеся для создания видимости присутствия смысловых расхождений между ранее функционировавшим и новым терминологическими единицами;
- термины, образованные на базе слов естественного языка, обладают явной оценкой и служат для репрезентации конкретного явления, события или факта в негативном или положительном контексте согласно задачам и целям адресанта.

Выявлены термины, которые обладают манипулятивным потенциалом. Они прочно заняли свое место в лексическом фонде английского языка. К примеру, одним из наиболее популярных и часто употребляемых является термин *information warfare*. На страницах издания «The Guardian» рассматривается обсуждение способов и методов воздействия на противника, реального или вероятного, через информационное давление на него. Очевидны инструменты направленного воздействия на позицию общества. Лексические единицы военной отрасли и характера, прочно были закреплены в языке английских СМИ.

Для номинации данной терминологии в рамках настоящего исследования употребляется категория «манипулятивные возможности». Это понятие следует определять, как возможность использования конкретной терминологической единицы для создания искаженных представлений и понимания текста у аудитории, внутри которого функционирует этот термин. В этом случае следует принимать во внимание, что употреблять данную единицу в целях манипуляции теоретически может любое заинтересованное лицо [3, с. 205].

На страницах издания «The Guardian» была выявлена следующая лексика: *propaganda*, *army commander*, *propaganda attack*, *blockade*, *sabotage*, *public clashes*, *mobilization*, *surrender*, *occupation*, *defense*, *offensive*, *firing point*, *regrouping*, *castling*, *obstacle*, *mobility*, *maneuvers*, *scale*, *mobility*, *medical service*, *modernization*, *power*, *uniform*, *naval operation*, *control vehicle*, *route*, *ultimatum*, *target anticipation*, *training ship*, *observation*, *detection*, *landmark*, *coverage*, *operation*, *air force*, *military construction*, *air raid*, *re-command*, *invasion*, *forced entry*, *air corridor*, *signal rocket*, *tactics*, *strategy*, *formation*, *rear*, *front*, *message moves*, *evacuation*, *information operations*, *war of words* [6].

На страницах издания «El Pais» также была выявлена подобная лексика: *estrategia*, *defensa*, *tácticas*, *probabilidad de acierto*, *helipuerto*, *intercambiabilidad*, *entrenamiento no militar*, *fuerza aérea*, *construcción militar*, *ataque aéreo*, *recuperar el control*, *invasión*, *herramientas de imitación*, *lucha ideológica*, *punto de partida*, *fuentes de guerras*, *incidente militar*, *entrada forzada*, *corredor aéreo*, *probabilidad de acierto en el objetivo*, *distancia de despegue*, *interacción*, *visitas de buques de guerra*, *barreras de agua*, *poder militar*, *situación aérea*, *lucha armada*, *computadoras*, *armas de precisión*, *punto de partida de la ruta*, *área de agua*, *armas de aviones*, *agresión*, *adaptación*, *alarma*, *tarea inmediata*, *bloqueo*, *preparación para el combate*, *una ocupación*, *búnker del barco*, *unidad militar*, *vacunación*, *probabilidad de impacto*, *consejo de guerra*, *tasa de avance*, *toxicidad*, *trayectoria de vuelo*, *paridad*, *información política*, *dejar* [7].

В рассматриваемом случае термин приобретает особую установку – средство воздействия. Посредством использования терминов создается впечатление значимости, первостепенности обсуждаемого вопроса, весомости приводимых аргументов, высокого уровня компетентности и профессионализма. В то же время использование манипулятором наукообразных, сложных терминов может вызвать с противоположной стороны реакцию отчуждения, раздражения или ухода в оборону. Манипулирование удастся в том случае, когда оппонент или стесняется о чем-либо спросить, уточнить, или делает вид, что понимает, о чем идет речь. Принимает, таким образом, приводимые аргументы и доводы.

– *The exit of the United Kingdom from the EU is inevitable; the **economically active** population is against the injection of **financial resources** into the European economy;*

– *There are a few key observations for this research design. First, these non-Japanese **automakers' sales** in the Japanese **market** were so small that the Japanese **fuel economy regulations** were unlikely to affect their **technology**. That is, only Japanese automakers potentially experienced **innovations** induced by the Japanese **regulations**;*

– *Fuel **prices** were relatively stable or slowly decreasing in most countries, including Japan, the US, and the EU;*

– *En el sector de la ingeniería de la economía española, la **innovación inducida** domina actualmente;*

– *El **progreso tecnológico** en España se ha visto estimulado por numerosos factores, tanto externos como internos. Pero aún así, los factores determinantes fueron la **economía** y la **política**;*

– *La orientación de España en los últimos años hacia el **mercado** estadounidense, más que hacia el europeo, permite observar el efecto de los cambios **tecnológicos inducidos** sin*

*desconcertado por el aumento del coste de producción, que supuestamente provocó el endurecimiento de las reglas para el mercado español* [6,7].

На страницах английской и испанской публицистики такая лексика является широко используемой.

В этих условиях важно указать на медийную и информационную агрессию. Известны два направления реализации агрессивных проявлений в СМИ: по отношению к участнику взаимодействия, который нередко является идеологическим или политическим оппонентом (агрессия аффективного типа), и в отношении адресата (агрессия когнитивного типа) [3, с. 208]. Как результат, просматриваются агрессивные проявления в пространстве СМИ, неприкрытую форму враждебности к оппоненту и целенаправленное воздействие на читателей, слушателей для их полного представления в аспекте идеологии. Другой случай демонстрирует вторжение в пространство познания личности. Негативное отношение к референту агрессивно навязывается адресату.

Необходимо заключить, что получает вербализацию открытая неприязнь к оппоненту, участнику коммуникации. Имеет место, как было выяснено, постоянное и целенаправленное воздействие на читателей / слушателей, чтобы вызвать подобные эмоции вражды, негатива и неприятия.

Распространенным средством манипулирования в современных зарубежных публицистических текстах является военно-политическая лексика (военная и политическая терминология).

Было отобрано по 50 единиц такой лексики из английского и испанского издания. Военно-политическая лексика представлена отдельными лексемами и словосочетаниями. На страницах английской и испанской публицистики такая лексика является широко используемой. Термины в словарном фонде языка играют существенную роль. В лингвистическом фонде профессиональная лексика составляет значительную часть. В связи с этим ученые придают большую значимость рассмотрению закономерностей образования терминов, специфике их семантики и структуры, структурированию, проблематике перевода; изучают терминологию как важнейший компонент литературного языка в современный период его эволюции. Образование терминов не прекращается, с развитием техники и науки появляется необходимость создания новых терминов – неологизмов – для номинации новых предметов или явлений в какой-либо сфере познания. В рассматриваемом случае термин приобретает особую установку – средство воздействия. Посредством использования терминов создается впечатление значимости, первостепенности обсуждаемого вопроса, весомости приводимых аргументов, высокого уровня компетентности и профессионализма.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода / Л.С. Бархударов. – изд. стереотип. – М.: URSS, 2019. – 240 с.
2. Гринев-Гриневиц С.В. Терминоведение – М.: Академия, 2008. – 304 с.
3. Озюменко В.И. Медийный дискурс в ситуации информационной войны: от манипуляции – к агрессии. *Russian Journal of Linguistics*. – 2017. – Т. 21, № 1. – С. 203-220.

4. Editorial Espasa Calpe. Vigésima primera edición del Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua. Incluye 80000 lemas. – 21-e изд. – Madrid: Espasa Calpe, 2011. – 8475 p.
5. Oxford Living Dictionaries [site]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/> (дата обращения: 12.01.2021)
6. El Pais [site]. – Режим доступа: <https://elpais.com/> (дата обращения: 12.01.2021)
7. The Guardian [site]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/international> (дата обращения: 12.01.2021)

**Глухова Ксения Юрьевна** – студент магистратуры; Российский государственный социальный университет; Москва, Россия; e-mail: [xeniaglukhova@mail.ru](mailto:xeniaglukhova@mail.ru)

## **ABOUT THE MANIPULATIVE POTENTIAL OF ENGLISH AND SPANISH TERMINOLOGY**

**Abstract.** *This article discusses manipulative speech strategy using terms. Recently, issues related to speech activity and speech influence, as well as communication strategies, are gaining popularity among domestic researchers. One of the main directions is the identification of linguistic means that are used in mass media texts to achieve pragmatic goals and implement a manipulative strategy.*

**Key words:** *society, publicistic text, manipulative speech strategy, term, military-political terminology*

**Kseniya Y. Glukhova** – Russian State Social University; Moscow, Russia; e-mail: [xeniaglukhova@mail.ru](mailto:xeniaglukhova@mail.ru)

УДК 316.485.6

**В.С. Гринькова, К.Е. Двоглазова, К.А. Флерко, Е.А. Иванова**  
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Деловые переговоры в аспекте межкультурной коммуникации**

**Аннотация.** *Данная статья посвящена исследованию характерных черт и национальных особенностей ведения деловых переговоров в России, США и Китае в аспекте межкультурной коммуникации. Цель статьи – выделить и охарактеризовать специфику бизнес-дискурса и деловой этики вышеприведённых стран и определить степень влияния менталитета и культурных различий на качество деловой коммуникации. В исследовании подробно рассматривается разница стратегий и техник ведения переговоров, средств вербального и невербального общения, а также обоснование некоторых национальных феноменов и реалий.*

**Ключевые слова:** *межкультурная коммуникация, деловые переговоры, Россия, США, Китай*

Многие исследователи утверждают, что **межкультурные различия** - самая большая преграда для ведения бизнеса на мировом рынке. Благополучие дальнейших отношений зависит от качества взаимодействия между представителями разных государств, то есть от

умения вести переговоры и осуществлять межкультурную коммуникацию. Каждая культура обладает своими национальными особенностями, выражающимися через разницу коммуникативного сознания и поведения, менталитета, норм и исторического наследия, поэтому необходимо осознавать их важность и влияние на процесс *бизнес-коммуникации*. В данной статье рассматриваются различия в культурных контекстах России, США и Китая, а также воздействия этих различий на деловую сферу.

Отличительные черты ведения переговоров в России тесно связаны с культурными и национальными особенностями. Отличаясь большим гостеприимством, русские любят приветственные речи. Ни одна встреча не обходится без благодарности собеседников и создания позитивного настроения в начале переговоров. Неудивительным будет и то, что на переговорах будет накрытый стол и даже алкоголь. Это свидетельствует не о несерьезности намерений русских, а лишь об их гостеприимстве [1].

Главным залогом успешных переговоров считается установление личных контактов и приятельских отношений с собеседником [1]. Для этого необходимо уделить внимание русскому коллеге и проявить уважение к нему, ведь именно уважение является главной заботой русского человека, находящегося в коллективе.

Однако при этом, русские в самом начале переговоров сразу завышают требования и стараются занять прочную позицию. Они скорее видят конфликт интересов, чем их совпадение. Затем после длительных переговоров они идут на некоторые уступки, хотя компромисс у них рассматривается как проявление слабости [2]. В связи с этим, для русских также характерна резкая смена настроений. Начав переговоры с добродушной приветственной речи, русский может резко исключить любые личные симпатии и дружеское расположение к собеседнику.

Другой отличительной особенностью ведения переговоров русскими является принцип непрямого русского ответа. Очень часто они пытаются ввести собеседников в заблуждение и тем самым заполучить преимущество. В этом русские похожи с представителями китайской культуры. Именно поэтому они хорошо понимают восточных лидеров [3].

И наконец, деловые переговоры с русскими всегда идут неторопливо. Это связано с тем, что они предпочитают действовать осторожно, исключая любые риски. Одной из слабых черт русских при ведении переговоров считается неспособность видеть истинные интересы, которые скрываются за позициями [4]. Русские всегда боятся быть обманутыми, из-за чего часто тянут время, чтобы разобраться в истинных намерениях собеседника. Поэтому необходимо заранее подготовиться быть терпеливым и больше слушать, чем говорить, ведь даже если завязался разговор на совершенно отвлекенную тему, указывать на это русским нельзя, ведь это очень ранимый народ [2].

Как известно, Соединенные Штаты Америки – многонациональная страна, именно поэтому деловой этикет взял за основу лояльность и равенство. Существует такое понятие как “этикет равенства”, что объясняет в своих работах американский лауреат литературных премий Д. Мартин, который считает, что все люди равны, независимо от их положения. Данное понятие не подразумевает того, что при первой деловой встрече партнер имеет право уравнивать положение и перейти черту установленных порядков. Американцы не

поддерживают идею дружественных отношений не только в обычной жизни, но и в рабочей обстановке [5]. В культуре американцев, для первой встречи разумным считается лишь обсуждение регламента и внесение корректировок по делу [6].

Главная черта американца – индивидуальность, независимость и самостоятельность. Часто говорят, что жителей США не интересует ничего, кроме самих себя. Многие ученые считают, что американизм – это здоровый экономический эгоизм, который помогает в ведении деловых переговоров [7]. Эгоцентризм, вытекающий из убеждения, что они являются во всем мире единственными основоположниками технологии делового общения, сильно влияет на дальнейшие взаимоотношения с партнерами.

Одной из важнейших особенностей ведения переговоров у представителей США является то, что они очень ценят время. Переговоры часто длятся не больше часа. Американцы никогда не напоминают о визите или встрече, даже если они были запланированы за несколько недель или даже месяцев. Для них пунктуальность стоит на первом месте, поэтому нарушение договоренностей – большое неуважение, которое может повлечь за собой расторжение не только личных, но и деловых отношений. Главное для американцев, чтобы партнеры были прочными и стабильными, как в финансовых, так и в профессиональных отношениях, а также не просто зарабатывали деньги, а вели социально ответственный бизнес [8].

Одним из последствий ценности времени является быстрое принятие решений. Если американский партнер решил, что условия в контракте его устраивают, а внешний вид документов соответствует собственным критериям – он с большим удовольствием подпишет его прямо на первой встрече. Однако не стоит забывать, что быстрота принятия решений также работает и в обратную сторону. Американец с легкостью может поменять свое решение в противоположную сторону.

Недостаток американцев – непринятие намеков и скрытых смыслов. Американцы всегда говорят только то, что думают, а иронию и сарказм не воспринимают. Это может лишь сбить их с толку и ввести в заблуждение [5].

И еще одна особенность этой нации – доверчивость к людям, из-за которой американцы порой становятся жертвой обмана. Если еще добавить характерную черту – правдивость, то морально-нравственный портрет представителя американских предпринимательских кругов на переговорах станет понятным.

Стиль делового этикета Соединенных Штатов основывается на “трех китах”:

- анализе экономической ситуации, предшествующей переговорам;
- тщательном распределении обязанностей среди исполнителей;
- жесточайшем контроле за исполнением обязанностей [8].

На первый взгляд, наладить бизнес-коммуникацию с представителями КНР не кажется сложной задачей. Трудности начинают проявляться непосредственно в процессе реальных *деловых переговоров* из-за разницы в национальном *бизнес-этикете, коммуникативном поведении* (включая разницу в вербальной и невербальной коммуникации) *менталитете* и национальных особенностях, обусловленных религиозными, философскими, социальными и историческими факторами. Поэтому, чтобы выстроить успешные долгосрочные деловые



отношения с китайскими бизнес-партнёрами, необходимо знать специфику межкультурного общения с ними.

Начать нужно с того, что большое влияние на китайскую культуру оказывает религия и философия, основанные на этико-философском учении Конфуция. Его основные положения являются базисом любых деловых переговоров в Китае: 道 (dào) – основополагающее понятие даосизма, объединяющее истину, следование морали и обычаям; 忠 (zhōng) — верность, преданность, чистосердечие; 順 (shùn) — послушание, покорность; 和 (hé) — гармония и спокойствие. Необходимо также отметить и влияние «*Тридцати шести стратегем*», древнекитайского военного трактата, посвящённого стратегиям психологического воздействия на оппонента.

Понятие деловых переговоров в китайской ментальности воспринимается не так, как в западной, русской или европейской. Они не стремятся как-либо победить своего потенциального бизнес-партнёра или заполучить лучшие условия контракта. Для китайцев крайне важна ориентация на долговременные дружеские взаимоотношения, и пока две стороны не достигнут общей цели и согласия, то рассчитывать на их доверие и искренность не стоит.

Исходя из классификации Ричарда Льюиса, КНР относится к типу *слушающих культур*. Китайцы уделяют особое внимание умению слушать, не перебивать говорящего и не повышать голос, вести себя сдержанно и избегать конфликтных ситуаций во время переговоров. Они неспешны, но крайне внимательны: до заключения договора с бизнес-партнёрами китайцы будут тщательно и медленно анализировать все его детали [9]. Также обладают неспособностью отказывать потенциальным бизнес-партнёрам напрямую – даже если их не устраивают условия контракта, они никогда не скажут об этом в лицо и будут ожидать удобного случая, когда от сотрудничества можно будет отказаться посредством звонка или написания электронного письма.

Социальная, профессиональная и возрастная иерархия играет ключевую роль в китайской деловой культуре общения и переговоров. Выбор *вербальных и невербальных средств коммуникации* основывается на возрасте, статусе и должности человека. К примеру, в обращениях к директору нужно сначала назвать его фамилию, затем префикс 总 (zǒng), обладающий значением «главный», и непосредственно занимаемую им должность [10].

Также необходимо отметить и разницу в категории невербальной коммуникации. У китайцев совершенно другой *язык тела*: в Америке и европейских странах зрительный контакт в ходе переговоров выражает открытость, доверие и внимательность к собеседнику, в то время как в КНР он может трактоваться как призыв к агрессии и признак невоспитанности. Как и в Южной Корее, в Китае принято передавать документы двумя руками, чтобы показать своё уважение к вышестоящему лицу или бизнес-партнёру.

Феномен «*мяньцзы*» также имеет немаловажное значение в процессе переговоров. Данное слово главным образом подразумевает «сохранение лица», которое для китайцев заключается в поддержании своего социального и карьерного статуса и авторитета, поэтому

во время бизнес-коммуникации нельзя публично критиковать, спорить и принижать потенциальных партнёров.

На основе изученной информации можно сделать вывод о том, что черты ведения переговоров во всех рассматриваемых странах (Россия, США и Китай) имеют некие сходства и различия. Во всех странах ведение переговоров носит обдуманый характер, однако в способах обращения имеются существенные различия. Для Китая характерен традиционализм: высокий статус традиций, особое почтение к религиозным принципам. В то время как для западного типа характерно стремление к прогрессу и высокий статус инноваций, а приверженность к религии не свойственна. Ведущую роль в культуре переговоров России и США играет преобладание принципа субъективизма и индивидуализма, что способствует быстрому принятию решений без длительного обсуждения, в отличие от КНР, где принято обсуждать проблему коллективно, со всеми участниками переговоров. Представители китайской культуры обладают неспособностью отказывать партнерам напрямую, в то время как американцы с легкостью прервут сделку из-за неверно составленного договора; также для китайцев огромную роль играет возраст партнера, именно от которого и строится выбор вербальных и невербальных средств коммуникации. Американским представителям возраст неважен, так как они строго следуют «этикету равенства». Российские дипломаты склонны к скептицизму и не часто соглашаются на уступки. Американцы же, наоборот, с готовностью принимают встречные предложения, обладают гибкостью мышления и с легкостью обходят острые углы. На региональном уровне фиксируется общность культурных и духовно-нравственных ценностей и традиций, а также специфический образ жизни и тип личности, наличие общих этнических признаков и географических рамок, сходных материальных социально-политических условий, что позволяет в общем обозначить типичные проявления и особенности культур Запада и Востока.

Очевидно, что отношения между тремя вышеуказанными странами стремительно развиваются – ведётся активный бизнес-диалог, затрагивающий большинство различных сфер: от экспорта и экономики до политики и сферы развлечений. СПбПУ Петра Великого готовит специалистов в сфере международного бизнеса, для которых особенно важно знать об особенностях деловых культур разных стран и обладать компетенцией общения в межкультурной среде. С целью выяснить, насколько студенты СПбПУ Петра Великого направления «Международный бизнес» владеют данной информацией, был проведён опрос. Анкета разработана на основе сведений, полученных из анализа научной литературы и статей. Опрос проводился посредством теста на платформе Гугл Формы в ноябре 2020 года.

Опрос состоял из двух блоков. В первом блоке вопросов мы узнали, предусмотрена ли в программе данного направления дисциплина «Межкультурная коммуникация», имели ли студенты опыт общения с представителями иностранных государств и ведения переговоров с ними. Также в этом блоке мы собрали мнение по поводу важности изучения особенностей делового общения представителей разных культур.

Во втором блоке студентам были представлены вопросы с вариантами ответов на знание особенностей ведения переговоров в России, США и Китае. По особенностям каждой

страны было предложено по 4 вопроса. Все вопросы были составлены на материалах данной статьи.

Всего в опросе приняли участие 28 человек. Правильность ответов по 4 категориям была следующей: Россия – 20%, США – 44%, Китай – 35%. У 23 студентов в образовательной программе не предусмотрено изучение дисциплины «Межкультурная коммуникация». Однако, студенты, изучающие данную дисциплину, с опросом справились неудовлетворительно, верно ответив менее, чем на 50% вопросов. Около 2/3 студентов имели опыт общения с иностранцами, а 8 человек даже участвовали в переговорах с представителями других культур. Однако лишь двое из них хорошо справились с тестом, ответив правильно на 7 из 12 вопросов.

Лучшие баллы получил студент 1 курса, который не изучал дисциплину «Межкультурная коммуникация» и не участвовал в деловом общении представителей разных культур, но имел большой опыт в повседневном общении с иностранцами. Данный студент ответил правильно на 11 из 12 вопросов.

Средний балл студентов – 4 из 12. Результаты данного исследования показывают, что даже студенты направления «Международный бизнес» недостаточно хорошо знают специфику ведения переговоров представителями различных стран. Несмотря на это, 26 студентов из 28 согласились с важностью изучения данной темы и безусловным влиянием знаний культурной специфики участников переговоров на их успешность, что подтверждает актуальность темы нашего исследования.

Обобщая всё вышесказанное, можно сделать вывод, что специфические культурные особенности, традиции, ценности, идеология, менталитет, мировосприятие, вербальное и невербальное поведение и этикет оказывают очевидное воздействие на межнациональные деловые отношения, поэтому необходимо принимать во внимание все вышеперечисленные в статье факторы и характеристики, чтобы добиться максимальных результатов от бизнес-коммуникации и наилучшего её исхода.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Деловые переговоры. Как иметь дело с русскими. Путеводитель по России для деловых людей. URL: <https://litresp.ru/chitat/ru/П/пavlovskaya-anna-valen..> (дата обращения: 05.12).
2. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. Пер. с англ. - М.: Дело, 1999. – 440 с.
3. Аникина Ю.В. Искусство и особенности ведения деловых переговоров в России и Китае в политической сфере. Научные исследования и разработки молодых ученых. – 2016. - № 9-1. – С. 85-89.
4. Анисимова Т.В., Брюкова А.Л., Самуйлова И.А. Особенности стиля ведения международных переговоров политиками России. Вестник Санкт-Петербургского университета. Психология. – 2012. - № 3. – С. 42-50.
5. Ибрагимова Д. А., Ма Т. Ю. Национально-культурная специфика делового и политического дискурса России и США. Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. - № 64. – С. 36-42.

6. Низкодубов Г. А. Стереотипы деловых культур России и США в формировании межкультурной профессионально-деловой коммуникативной компетенции. Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2010. - № 2 (92). – С. 150-153.

7. Михельсон С. В. Анализ культурного контекста и основных факторов, влияющих на деловые взаимоотношения между Китаем и США. В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. – 2017. - № 5-6. – С. 15-18.

8. Бурундуков С. Основы делового этикета в США. Открытая школа управления. Особенности межнационального общения. – 2007.

9. Лебедева Н. О. Переговоры: китайский стиль. Вестник Удмуртского университета. - 2018. - № 4. – С. 450-458.

10. Ян Синьюй. Различия русского и китайского делового этикета и их учет при деловых контактах. Журнал Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина. Гуманитарные и социальные науки. - 2018. – № 3. - С. 211-216.

**Гринькова Виктория Сергеевна** - студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: grinkova.vs@edu.spbstu.ru

**Двоглазова Катерина Евгеньевна** - студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: dvoeglazova.ke@edu.spbstu.ru

**Флерко Ксения Андреевна** - студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: flerko.ka.@edu.spbstu.ru

**Иванова Екатерина Аркадьевна** - доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: ekaterinai@inbox.ru

## **BUSINESS NEGOTIATIONS IN THE ASPECT OF INTERCULTURAL COMMUNICATION**

**Abstract.** *This article is devoted to the study of characteristics and national specificities of conducting business negotiations in Russia, the USA and China in terms of intercultural communication. The purpose of the article is to highlight and characterize the specifics of the business discourse and business ethics of the above-mentioned countries and determine the extent to which mentality and cultural differences influence the quality of business communication. The study comprehensively examines the differences in the means of verbal, non-verbal communication, and some national phenomena and realities.*

**Keywords:** *cross-cultural communication, business negotiations, Russia, USA, China*

**Victoria Ser. Grinkova** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: grinkova.vs@edu.spbstu.ru

**Katerina Ev. Dvoeglazova** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: dvoeglazova.ke@edu.spbstu.ru

**Ksenia And. Flerko** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: flerko.ka.@edu.spbstu.ru

**Ekaterina Ark. Ivanova** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: ekaterinai@inbox.ru

УДК 811.133.1

**В.А. Гричина, В.В. Акупова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Особенности использования англицизмов в рамках французского Интернет-пространства**

**Аннотация.** *Статья посвящена проблеме использования англоязычной лексики в современном французском языке в условиях неформальной коммуникации. В результате процесса всемирной глобализации словарный фонд языка на сегодняшний день содержит большое количество иноязычных заимствований, наиболее ярко проявляющих себя в рамках онлайн-дискурса. Рассматриваются примеры использования англицизмов во французском Интернет-пространстве на примере популярных среди молодежи социальных сетей, оценивается ценность заимствований и их значение для французского языка.*

**Ключевые слова:** *заимствования, англицизмы, французский язык, франгле, язык Интернет-общения*

Естественный язык – это сложная система, которая непрерывно развивается под действием широкого спектра внешних и внутренних факторов. По мере развития мирового сообщества и совершения прорывов во многих сферах общественной жизни меняется и основной человеческий инструмент – язык. В то время как некоторые лексические единицы устаревают и перестают употребляться носителями, на их место приходят новые, способные более ёмко и точно отразить суть того или иного явления или процесса.

Говоря о французском языке, в его современном состоянии можно обнаружить ряд интересных тенденций, наиболее распространенными из которых являются: пополнение словарного состава иноязычными единицами, использование специфического арго, в частности верлана, и стремление к экономии языковых средств путём усечения слов. В рамках данной статьи остановимся на первой тенденции – межязыковых заимствованиях, среди которых около 25% приходится на англицизмы [1]. Однако относительно полного языкового фонда французского языка, по данным Генриетты Вальтер, они представляют лишь 3-5% [2].

В целом проблема межязыковых заимствований остро стоит во французском языке, так как его фонд активно пополняется англицизмами, которые полноценно функционируют в дискурсе и вытесняют исконно французские единицы. Наиболее отчетливо данная тенденция проявляется в онлайн-пространстве. И хотя существует внушительный пласт исследований на данную тему, особенности англицизмов в Интернет-среде не имеет такого же широкого освещения, именно поэтому можно говорить об актуальности настоящего исследования.

Объектом данной работы являются англицизмы во французском языке, а предметом выступают особенности использования англицизмов во французском Интернет-пространстве. Материалом для нашей работы выступают труды исследователей в области французского языка – А.А. Яхьяевой, О.А. Кузьминой, Н.Н. Копытиной и других.

Целью настоящего исследования является изучение специфики англицизмов, используемых носителями в неформальной обстановке. Для этого были поставлены следующие задачи:

1. Изучить теоретическую литературу, посвященную поставленной проблеме и определить основные особенности англицизмов;
2. Отобрать и проанализировать примеры использования англицизмов в Интернет-среде;
3. Выявить значение данной тенденции для французского языка.

В работе использовались следующие методы: анализ и обобщение теоретического материала, описательный метод, а также компонентный, контекстуальный и лингвистический анализ выявленных единиц.

Подобный интерес к разговорному языку в первую очередь связан с тем, что он наиболее чувствителен к разного рода социальным колебаниям и, как результат, является индикатором языкового сознания целого общества [3]. С данной точкой зрения соглашаются многие исследователи, в том числе Е.Ф. Нечаева, П.Я. Гальперин и О.Я. Кабанова. Именно по языку неформального общения можно судить об общественно-политической ситуации в отдельно взятой стране, о господствующих в ней общественно-популярных веяниях и о выразительных возможностях всей языковой системы в целом.

Говоря о заимствованиях, одна из их главных особенностей состоит в том, что, в отличие от других языковых явлений, они быстро вошли в употребление и получили признание от молодых носителей французского языка. Это неудивительно, ведь модные слова и выражения сплошь и рядом используются в продуктах массовой культуры (музыке, фильмах и сериалах), а также широко распространены на просторах сети Интернет: в социальных сетях и других медиа-платформах. В результате такое близкое взаимодействие французского и английского языков привело к возникновению целого феномена – франгле [4].

Необходимо заметить, что отношение к англицизмам во Франции неоднозначно. С одной стороны, в ряде случаев заимствования – это необходимость, так как в языке зачастую могут отсутствовать некоторые понятия и реалии. В то же время французское правительство ведет активную борьбу за чистоту языка и поэтому не приемлет использование инородных элементов [5], но далеко не всегда принимаемых ими мер достаточно. И если на официальном уровне правила обычно успешно соблюдаются, то разговорный язык, напротив, не терпит жестких рамок и ограничений, поэтому в живой речи и Интернет-дискурсе можно обнаружить ряд интересных примеров, касательно употребления заимствованной лексики.

Однако перед непосредственным анализом обратимся к классификации англицизмов. Среди разнообразия всевозможных классификаций, авторы которых принимали во внимание различные аспекты темы, остановимся на классификации, предложенной М. Кзифрой,

который разделил заимствования на группы согласно их ценности для языка-реципиента – французского языка. Все лексические единицы он разделил на три большие группы:

1. Единицы, не имеющие эквивалентов во французском языке, зафиксированные в словарях и, следовательно, использующиеся оправданно. Например, спортивные понятия (*le soccer*), экономические (*un start-up*) и Интернет-термины (*un blog, un tweet*);
2. Единицы, которые употребляются неоправданно, так они имеют аналоги во французском языке (*parking* (eng) – *parc* (fr), *team* (eng) – *équipe* (fr));
3. Единицы, широко вошедшие в обиход вследствие «моды» на всё англо-американское (*baby-sitter, boss, cool* и другие) [5].

Выбор данного деления основан на его релевантности относительно тематической специфики настоящего исследования, так как в рамках настоящего исследования частичным признаком можно пренебречь. Поэтому, по нашему мнению, ценностная классификация наиболее точно отражает значимость исследуемых лексических единиц в дискурсе.

Для поиска англицизмов на просторе сети Интернет нами были популярны социальные сети, в первую очередь, Твиттер, представляющим из себя публичный сервис для мгновенного обмена сообщениями, а также два наиболее известных видеохостинга – YouTube и TikTok, пользующиеся немалой популярностью по всему миру. Решение о выборе данных онлайн-платформ основывается на том, что на их базе можно обнаружить разговорный язык во всём многообразии его форм и вариаций, так как он не ограничен никакими правилами. Социальные сети – это одна из немногих площадок, где стороннему наблюдателю предоставляется уникальная возможность понаблюдать за тем, как люди делятся своими мыслями и идеями в наиболее свободной и непринужденной форме, тем самым демонстрируя актуальное состояние языка, на котором они говорят.

Бесспорно, одна из главных особенностей языка онлайн-пространства – его экспрессивность и эмоциональность. Пользователи социальных сетей активно оставляют комментарии под видеороликами и музыкальными альбомами, делятся впечатлениями о книгах, фильмах и сериалах, нередко используя большое количество англицизмов, которые часто заменяют аналогичные им французские слова и речевые обороты. Именно по этой причине раздел комментариев часто является источником интересных с лингвистической точки зрения языковых структур и лексических сочетаний.

В современном французском языке встречается большое количество универсальных единиц, обозначающих понятия из онлайн-пространства, например, «*un clip*» ‘видеоклип’, «*un blog*» ‘блог’, «*un stream*» ‘стрим’, «*les viewers*» ‘зрители’, «*un retweet*» ‘ретвит’, «*un post*» ‘пост’ и многие другие. Большая их часть представлена в виде варваризмов. Их А.Н. Тихонов определяет как «не полностью освоенное или совсем не освоенное заимствованное слово, сохраняющее иноязычное фонетическое или графическое оформление» [6, с. 31].

Примечательно, что в последнее время французский язык стал пополняться производными единицами, большая часть из которых полностью или частично ассимилированы. Основная доля таких слов служит для номинации новых Интернет-профессий, деятельности обычных пользователей социальных сетей и публичных личностей,

набравших популярность благодаря Интернету. В результате во французском языке стали обычным явлением такие единицы, как «*un instagrameur/une instagrameuse*» ‘пользователь Instagram’, «*un youtubeur/une youtubeuse*» ‘ютуб-блогер’, «*un blogueur/une blogueuse*» ‘блогер’, «*un tiktokeur/une tiktokeuse*» ‘пользователь TikTok’, «*un streamer/une streameuse*» ‘стример’, а также «*un influenceur/une influenceuse*» ‘инфлюенсер’ и другие.

Рассмотрим некоторые примеры их функционирования в контексте:

1. «C’était grave ma **bloggeuse** pref» (*Twitter*);
2. «Merci pour la recette ! ( Best **streameuse** in the World )» (*Twitter*);
3. «nouveau **let’s play** ce soir à 19h : Little Hope» (*Twitter*);
4. «c’était pour te prévenir que cela était très dangereux et que ça pouvait causer des boutons sur des leurre cela est arrivé à une autre **tiktokeus**» (*TikTok*);
5. «je suis le premier com sur mon **youtubeur** préféré» (*YouTube*).

Несомненно, данные единицы сразу выделяются в текстовом полотне, благодаря своему необычному виду. Будучи варваризмами, представленные выше заимствования стали обыденностью для большинства современных пользователей Интернета. Можно сказать, что их интеграция в жизнь представителей современного социума ознаменовала переход к новому этапу развития языка. Вместе с появлением открытого онлайн-пространства, более открытым к разного рода изменениям стала и сама языковая система.

Но помимо представленных морфологически ассимилированных единиц, не имеющих аналогов во французском языке, современная молодежь склонна употреблять заимствования без веской на то причины. Например:

1. «Arrêtez de **liker** mon gros chat svp il est timide» (*Twitter*);
2. «Pour **les haters** qui n’ont pas pris le temps d’écouter l’album, restez dans votre triste quotidien» (*iTunes*);
3. «Sinon tu est **la best**» (*TikTok*);
4. «Compte ru faire **un meet-up** à Pau ou près de Pau (j’espère que tu répondra)» (*TikTok*);
5. «Personne n’y repense mais les lettres **FAKE** il les a quand même depuis le début» (*YouTube*).

Данные примеры интересны тем, что каждая из использованных в них иноязычных единиц имеет эквивалент во французском языке. Таким образом, глаголу «*liker*» ‘ставить лайк’ соответствует выражение «*j’aime*» ‘мне нравится’, существительному «*les haters*» ‘хэйтеры’ – «*les haineux*», прилагательному в превосходной степени «*la best*» ‘лучшая’ – «*la meilleure*», существительному «*un meet-up*» ‘сходка, встреча’ – «*une réunion*» и прилагательному «*fake*» ‘ненастоящий’ – «*faux*». Можно утверждать, что подобные единицы являются, без сомнения, немотивированными, их лексическую ценность можно охарактеризовать как низкую.

Отдельного внимания стоит использование английских сленговых выражений. Чаще всего в различных контекстах встречается английское слово «*cool*» ‘крутой, классный’:

1. «c’était louuuuurd, j’ai galère à comprendre la fin mais vraiment **cool** celui-ci» (*YouTube*);
2. «Vivre sa vie sans prise de tête c’est grave **cool**» (*Twitter*);
3. «**cool** c’est @elonmusk qui v avenir nous sauver !» (*Twitter*);
4. «On rigole on rigole mais le générique de monsieurDream est trop **cool**» (*YouTube*).



Их данных примеров видно, что англицизм «*cool*» в контексте неформального общения приобретает особую экспрессивность и эмотивность, однако действительная причина популярности данного выражения остается неизвестной, так как сам французский язык содержит широкий спектр абсолютных синонимов, способных без потери смысла заменить данный варваризм в разных стилистических регистрах, среди которых удалось выявить следующие: «*génial*», «*excellent*», «*super*» и «*chouette*».

К другим англо-американским сленговым единицам во французском языке относятся: «*tchatcher*» ‘чатиться, переписываться’, «*un challenge*» ‘челлендж, вызов’, «*un geek*» ‘гик’, «*un nerd*» ‘ботаник’ и, конечно, ставшее универсальным во многих языках слово «*okay*».

Подобно группе слов, рассмотренных ранее в работе, данные единицы не имеют особой языковой ценности. По всей видимости, их популяризация во французском языке связана с модой на всё англо-американское в связи с их распространенностью в массовой культуре.

Подводя итог, напомним, что заимствование иноязычной лексики является одним из самых активных процессов в современном французском языке. Как и ожидалось, слова, принадлежащие к разным группам, имеют разную ценность для языка. В то время, как некоторые единицы являются допустимыми вследствие отсутствия того или иного понятия или реалии в языке-реципиенте, другие заимствования следует использовать с осторожностью. В то же время, стоит отметить, что часть заимствований подвергается ассимиляции как на морфологическом, так и на фонетическом уровне.

В результате исследования удалось обнаружить слабую эффективность принимаемых правительством Франции мер по сохранению аутентичности и чистоты национального языка, так как французы, в особенности молодежь, не спешит следовать рекомендациям. Однако не стоит преувеличивать, когда речь заходит негативной стороне данного процесса, так как появление заимствований – неизбежность. Следует помнить, что люди современности – часть единого информационного пространства, поэтому знание и использование иноязычной лексики – это подтверждение факта принадлежности к мировому сообществу.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Кузьмина О.А. Активные процессы в современном французском молодежном арго // Проблемы лингвистики, методики обучения иностранным языкам и литературоведения в свете межкультурной коммуникации: сб. мат. III Международной научно-практической конференции. – Орел, 2018. – С. 124-128.

2. Скоробогатова Т.И., Назарова Е.А. Французский язык в XX веке: тенденции развития. Известия Южного федерального университета. – 2017. – №2. – С. 74-84.

3. Гальперин П.Я., Кабанова О.Я. Языковое сознание как основа формирования речи на иностранном языке. Управление познавательной деятельностью учащихся / Под ред. П.Я. Гальперина, Н.Ф. Талызиной. М.: МГУ, 1972. – С. 109-133.

4. Кочетова М.Г. Чинглиш и франгле: лингвокультурные антиподы. Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. – №7-2 (49). – С. 93-96.

5. Яхьяева А.А. Юсупова С.С. Употребление англицизмов в современных французских СМИ. Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – №9-2 (87). – С. 419-422.

6. Энциклопедический словарь-справочник лингвистических терминов и понятий. Русский язык: В 2 т. Т. 1 / А.Н. Тихонов, Р.И. Хашимов, Г.С. Журавлева [и др.]; под общ. ред. А.Н. Тихонова, Р.И. Хашимова. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 816 с.

**Гричина Виктория Александровна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: vika-grichina@yandex.ru

**Акупова Виктория Владимировна** – старший преподаватель; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: vivatviktoria70@yandex.ru

### **SPECIAL FEATURES OF ANGLICISMS IN THE FRENCH WEB-SPACE**

**Abstract.** *The article focuses on the problem of the use of English loan-words in the modern French language in informal communication. Nowadays, due to the process of worldwide globalization, French vocabulary includes a vast number of foreign borrowings, which appear frequently in the Internet-discourse. Thus, we will examine the examples of anglicisms taken from social websites, which are popular among young people, assess the value of loan-words and their significance regarding the French language.*

**Key words:** *loan-words, anglicisms, French, franglais, Internet language*

**Viktorija A. Grichina** – Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: vika-grichina@yandex.ru

**Viktorija V. Akupova** - Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: vivatviktoria70@yandex.ru

УДК 316.485.6:304.2

**Т. С. Громова, Н. Г. Ферсман**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **К вопросу о последствиях межкультурных конфликтов**

**Аннотация.** *В статье рассматриваются негативные и позитивные последствия межкультурных конфликтов. Определяя конфликт как социальный феномен, авторы отмечают, что он возникает во многих сферах человеческой деятельности. Процесс глобализации приводит к активному взаимодействию культур, создавая целый ряд противоречий между ними. Выявляя возможные отрицательные стороны конфликта, авторы обращают внимание на необходимость учитывать также положительную роль конфликта в межкультурном взаимодействии. Однако, уход от конфликтной ситуации или ее игнорирование могут привести к эскалации конфликта.*

**Ключевые слова:** *межкультурный конфликт, позитивные последствия, негативные последствия, глобализация*

В настоящее время наблюдается новый уровень развития человеческого общества с тенденцией глобализации во всех сферах деятельности. При этом конфликт (от лат. “conflictus” – столкновение), как социальный феномен, является неотъемлемой частью жизни общества. Отметим, что в период глобализации конфликт возникает не только в рамках одной культуры. На сегодняшний день актуальна проблема конфликта в процессах межкультурных коммуникаций, что связано с процессами активного международного сотрудничества.

Рассмотрим возможные негативные последствия конфликта между представителями разных стран, и, соответственно, культур, и подкрепим их примерами.

Многие исследователи конфликта придерживаются мнения о преобладании его деструктивной составляющей. Американский социолог и конфликтолог Р. Коллинз, рассматривая конфликт, тесно связывает его с насилием. При полной противоположности интересов сторон, вовлеченных в конфликт, удовлетворение интересов одной стороны означает полное неудовлетворение интересов другой. Одна из сторон при этом пытается контролировать идентичность другой, что не может не сопровождаться насильственными действиями [1].

Похожей точки зрения придерживается немецкий социолог М. Вебер. Исследователь видел в конфликтах только разрушительные свойства и в работах предлагал меры к полному устранению конфликтов. В частности, М. Вебер исследовал религиозные системы древних Китая, Индии и Израиля. Преимущественное внимание автор обращает на проблему соотношения религиозных верований и властных привилегий групп, составляющих общество. Успех каждой из мировых религий явился результатом длительной борьбы. Каждая из лидирующих статусных групп встречала сопротивление одной или нескольких групп, которые преследовали свои материальные интересы и идеалы во имя сохранения и утверждения исключительности и привилегированности их собственного «стиля жизни». Например, конфуцианские учёные должны были бороться с магией, мистикой таоизма и с буддистскими монахами; иудейские пророки вели борьбу с огромным числом царских пророков, оракулов и с различными группами левитов. В результате одна группа притеснялась, а другая господствовала [2, с. 139]. Иными словами, происходило насаждение определенной культуры и принуждение к ее канонам.

Если рассматривать конфликты, возникающие в сфере дипломатии, то часто их причиной становится несовпадение политических мотивов и целей, что приводит к моральным и материальным потерям, а также к ухудшению межличностных отношений. Примером может служить Холодная война (глобальное геополитическое, военное, экономическое и идеологическое противостояние в период с 1946 года до конца 1980-х между СССР и США). В настоящее время конфликты между странами также не являются редкостью. Глава Мюнхенской конференции по безопасности (2019 г.) В. Ишингер отметил, что «начинается новая эра соперничества великих держав между Соединенными Штатами, Китаем и Россией, сопровождающая определенным вакуумом лидерства в том, что принято

называть либеральным международным порядком». Соперничество супердержав стало главным вызовом для либерального мирового порядка, отодвинув доминировавший два десятилетия терроризм.

Таким образом, данные ученые рассматривают конфликт как явление разобщающее и даже уничтожающее. Конфликт может сопровождаться насилием, притеснением одной из сторон, принуждением к принятию чужих ценностей, ухудшением отношений между участниками конфликта. Рассмотренные авторы предлагали свои модели и стратегии поведения, чтобы разрешить конфликтную ситуацию или не допустить ее.

Однако, ряд ученых (Эрикссон и др.) считают, что восприятие конфликта исключительно как угрозы не является правильным. Вопрос заключается не в избегании конфликтов, а в адекватном их восприятии и конструктивном разрешении [3, с. 240].

Чтобы подтвердить данную точку зрения, приведем пример позитивных последствий межкультурных конфликтов.

Конфликт с представителями других культур – это всегда языковое взаимодействие, в результате которого коммуниканты исследуют чужую культуру, узнают о ней что-то доселе неизвестное (взгляды, нормы и ценности, модели поведения), что в итоге приводит к большему взаимопониманию и узнаванию. В данном случае конфликт выполняет связывающую или коммуникативно-информационную роль [4, с. 235]. Например, сейчас процесс образования становится унифицированным. Всё чаще университеты предлагают программы по обмену студентов, преподаватели также уезжают работать в другие страны. На почве взаимодействия разных культур могут возникать недопонимания.

Обратимся к конфликту, случившемуся между студентами из Таиланда и преподавательницей русского происхождения. Студенты перестали посещать лекции по русской литературе. "Она на нас кричит", - сказали они о преподавательнице, говорившей, в соответствии с русской педагогической традицией, громко, четко и ясно. Эта манера оказалась неприемлемой для студентов-тайцев, привыкших к иным фонетическим и риторическим параметрам [5]. Приведенный выше случай доказывает то, что в результате конфликта рождается понимание: после жалобы студентов, преподаватель, вероятно, будет обращать больше внимания на культурные особенности группы. Кроме того, конфликт в данном случае выступает в качестве ресурса формирования и развития эффективной коммуникативной компетенции.

Воспринимая конфликт как закономерное и естественное явление, его участники способствуют изменению сложившейся системы отношений, ее развитию. Оппоненты осознанно выбирают стратегии коммуникативного взаимодействия, опираясь на знания о культуре – «противнике». В результате, противоречия устраняются, межличностные и, соответственно, межкультурные отношения стабилизируются, что и является эффективной межкультурной коммуникацией [6]. В качестве примера рассмотрим Брексит. Желая добиться большего контроля в управлении делами страны и уменьшения количества мигрантов, избавиться от больших взносов в общеевропейскую казну, и сохранить национальную идентичность, Великобритания приняла решение покинуть ЕС. Такое решение, ожидаемо, повлекло недовольство стран ЕС. Лишь в результате нескольких раундов переговоров лидеры 27 остающихся в ЕС стран утвердили проект соглашения с

Великобританией о ее выходе из состава сообщества и политическую декларацию о будущих отношениях с Лондоном. В итоге, было потрачено четыре года на решение этого вопроса [7]. В данном случае, конфликтная ситуация является первой и неизбежной фазой осознания культурных различий, без которого невозможна гармонизация отношений между представителями разных культур. Таким образом, часто именно через конфликт стороны пришли к нормативному согласию.

Другая позитивная роль конфликта, по мнению Л. Козера, заключается в способности разрядить ситуацию и снять напряженность между антагонистами. Иными словами, развязывание конфликта снимает скрытую или растущую напряженность и дает ей выход, что позволяет сохранить и улучшить отношения. Вспомним «Бархатный развод» или распад Чехословакии. Межэтнические трения в республике существовали всегда. После Второй мировой войны противоречия происходили между более развитой Чешской СР и более бедной Словакией. В результате Бархатной революции (серии мирных протестов граждан) с 1 января 1993 Чехословакия разделилась на два независимых государства [8]. Таким образом, конфликт (в данной ситуации урегулированный мирным путем) поспособствовал устранению имеющихся в отношениях недостатков. Кроме того, такой исход событий, возможно, предотвратил череду более серьезных конфликтов, которые могли обостриться в случае продолжения данного конфликта в латентной форме.

Обратимся к другим позитивным последствиям конфликта. В стремлении разрешить конфликт или выйти из него победителем, общество объединяется и, в результате, усиливается социальная сплоченность. У представителей группы растет чувство ответственности и осознание ими своей значимости. Конфликт способствует стимулированию группового творчества, созданию новых социальных институтов и организаций (например, ООН, НАТО) и социальных норм в целом [4, с. 236].

Необходимо отметить, что данные позитивные стороны конфликта реализуются в случае правильного подхода к разрешению конфликта. Долговременное усиление конфликта и отказ от его разрешения может привести к дестабилизации общественной системы.

Подводя итоги анализу последствий межкультурного конфликта, можно сделать вывод о том, что изучение конфликтных ситуаций между представителями разных языковых сообществ позволяет повысить уровень культурной грамотности. Эта характеристика является значительным преимуществом личности в сложном, интернациональном мире двадцать первого века.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Абгаджавва Д.А., Петрова Н.В. Насилие и конфликт в межкультурном взаимодействии. Вестник СПбГУ. Философия и конфликтология. 2018. №3. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nasilie-i-konflikt-v-mezhkulturnom-vzaimodeystvii> (дата обращения: 08.03.2021).
2. Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем./Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; Предисл. П.П. Гайденоко. — М.: Прогресс, 1990 — 808 с.
3. Эрикссон Э. Идентичность: юность и кризис; [Пер. с англ., Общ. ред. и предисл. Толстых А.В.]. — М.: Издательская группа «Прогресс», 1996. — 344 с.

4. Coser L. Conflict: Social Aspects. International Encyclopedia of the Social Sciences. Ed. by D. Sills. 1968. Vol. 3. USA. P. 232–236.

5. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. Актуальность проблем межкультурной коммуникации в современных условиях [Электронный ресурс] – URL: <http://www.ffl.msu.ru/research/publications/ter-minasova-lang-and-icc/ter-minasova-yazik-i-mkk-BOOK.pdf> (дата обращения: 08.03.2021).

6. Дубовицкая М.А. Управление конфликтами в процессе формирования организационной культуры: дис. ... канд. социол. наук. Саратов, 2008. [Электронный ресурс] – URL: <http://www.dslib.net/sociologia-upravlenia/upravlenie-konfliktami-v-processe-formirovaniya-organizacionnoj-kultury.html> (дата обращения: 08.03.2021).

7. Выход Великобритании из Европейского союза // Википедия. [2020]. Дата обновления: 06.10.2020. [Электронный ресурс] URL: <https://ru.wikipedia.org/?curid=6457075&oldid=109700808> (дата обращения: 08.03.2021).

8. Бархатный развод. Википедия. [2020]. Дата обновления: 06.06.2020. [Электронный ресурс] – URL: <https://ru.wikipedia.org/?curid=527039&oldid=107524335> (дата обращения: 08.03.2021).

**Громова Татьяна Сергеевна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [tgromova25@gmail.com](mailto:tgromova25@gmail.com)

**Ферсман Наталия Геннадиевна** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург; e-mail: [natdia@list.ru](mailto:natdia@list.ru)

## TO QUESTION OF CROSS-CULTURAL CONFLICT CONSEQUENCES

**Abstract.** *The article looks at some negative and positive consequences of cross-cultural conflicts. Defining conflict as a social phenomenon, the authors note that it occurs in many spheres of human activity. The process of globalization leads to an active interaction between cultures, creating a number of contradictions between them. The authors reveal possible negative sides of conflicts, at the same time they point out the importance of positive roles of conflicts in cross-cultural interaction. However, avoiding or ignoring a conflict situation can lead to an escalation of a conflict.*

**Keywords:** *cross-cultural conflict, positive consequences, negative consequences, globalization*

**Tatyana S. Gromova** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: [tgromova25@gmail.com](mailto:tgromova25@gmail.com)

**Nataliia G. Fersman** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: [natdia@list.ru](mailto:natdia@list.ru)

**Фразеологизмы с именем собственным в современной английской периодике:  
структурно-семантические и гендерные аспекты**

**Аннотация.** *Статья посвящена комплексному анализу фразеологических единиц с компонентом-антропонимом, рассмотренных в контексте англоязычных публицистических статей. Проведенное исследование подтвердило рабочую гипотезу о том, что в зависимости от происхождения и степени активации фоновых знаний реципиента в современной качественной англоязычной прессе частота использования различных семантико-тематических групп фразеологизмов с антропонимом не равномерна. Фразеологические единицы, в которых имя собственное связано с бытом и фольклором англичан, представляют самую многочисленную группу.*

**Ключевые слова:** *фразеологизм, антропоним, английская периодика, структурно-семантические особенности, гендер*

Фразеологические единицы, в составе которых присутствует антропоним, являются экспрессивным средством языка и представляют особый интерес для изучения. Устойчивые выражения такого типа «отражают культурное и историческое развитие английского народа, его быт и традиции, делают английский язык более выразительным» [1, с.55].

Цель исследования – проанализировать структуру, семантику и гендерные особенности фразеологических единиц с компонентом-антропонимом в современной англоязычной периодике. Актуальность изучения таких единиц обусловлена тем, что фразеологизмы с именами собственными отражают ценностные установки общества и, являясь носителями социокультурной информации, становятся тем средством, на основе которого можно приблизиться к пониманию национальной картины мира.

Материал исследования включает 105 фразеологических единиц с компонентом-антропонимом, отобранных методом случайной выборки из словаря именных идиом Л.Ф. Шитовой (*Proper Name Idioms and Their Origins*) и словаря *Brewer's Dictionary of Phrase and Fable* [2;3].

Для достижения поставленной цели были использованы следующие **методы** исследования: метод контекстуального анализа, метод случайной выборки, метод количественного подсчёта и метод фразеологического описания А.В. Кунина.

Гипотеза исследования заключается в том, что в зависимости от происхождения и степени активации фоновых знаний реципиента в современной качественной англоязычной прессе частота использования различных семантико-тематических групп фразеологизмов с антропонимом не равномерна.

Как справедливо подчеркивает В.И. Маркевич, имя собственное является одной из универсалий культуры и особым языковым знаком, выполняющим «функцию хранения и трансляции традиций, истории, культуры народа» [4, с. 136].

Как правило, этимология и семантическое значение фразеологизма с компонентом-

антропонимом основываются на этимологии и семантике личного имени и фамилии, обладающих особой историей. По данным Н.А. Лавровой и Е.А. Никулиной, идиомы с компонентом-антропонимом требуют разной степени активации фоновых знаний реципиента в зависимости от источника устойчивых выражений [5, с. 853].

В отобранных для анализа фразеологизмах было выявлено 4 тематические группы фразеологических единиц:

1) фразеологические единицы с компонентом-антропонимом античного и мифологического происхождения: *a Pandora's box; Damon and Pythias; Ariadne's thread; sword of Damocles; the Bed of Procrustes; a Pyrrhic victory; to cut the Gordian knot;*

2) фразеологические единицы, в которых имя собственное связано с бытом и фольклором англичан: *Nosy Parker; to put John Hancock; Bob's your uncle; Dear John letter; a peeping Tom; Weary Willie; for Pete's sake; a proper Charlie;*

3) фразеологические единицы с компонентом-антропонимом библейского происхождения: *Holy Moses; Noah's Ark; to have the patience of Job; a judgement of Solomon;*

4) фразеологические единицы, содержащие имена персонажей литературных произведений и кино: *to lead the life of Riley; Walter Mitty; Bobbsey twins; Bertie Wooster; Sophie's choice; Molly Coddle.*

Фразеологические единицы, в которых имя собственное связано с бытом и фольклором англичан, являются самой многочисленной группой и составляют около 57 % от общего количества анализируемых фразеологических единиц. Такие идиомы часто встречаются в англоязычной прессе, поскольку связаны с культурой народа и бытовыми реалиями. Как правило, фразеологические обороты такого типа не требуют глубоких фоновых знаний за исключением редких случаев. Обратимся к анализу употребления фразеологизмов с именами собственными, связанными с укладом жизни англичан.

Фразеологическая единица *nervous Nelly*, построенная на стилистическом приеме аллитерации, употребляется в значении «пессимист, застенчивый и нерешительный человек, переживающий по пустякам». Этимология фразы представляет особый интерес для изучения, поскольку в начале 20 века имя Нелли стало прозвищем лошади, которая была очень пугливой и нервной, отсюда и закрепился фразеологизм *nervous Nelly*.

Ситуация с коронавирусом оказала большое влияние на весь мир, особенно на впечатлительных людей, которые настроены пессимистично. Автор следующей статьи иронизирует и предлагает запастись санитайзерами, чтобы преодолеть панику:

...we Brits are going to go about our business as normal with maybe a bottle of hand sanitiser to hand for the nervous nellies... [6]

Фразеологизмы с компонентом-антропонимом, имеющие античное и мифологическое происхождение, образуют отдельное фразеосемантическое поле и составляют около 19 % от общего количества рассматриваемых ФЕ с компонентом-антропонимом. Для понимания и распознавания таких единиц необходимо иметь более глубокие фоновые знания прецедентных текстов, содержащих исчерпывающую информацию о носителе антропонима.

Устойчивый оборот *the thread of Ariadne* основан на легенде о Тесее и Ариадне, которая помогла возлюбленному выбраться из лабиринта Минотавра, дав ему клубок нитей. Данный фразеологизм означает способ, помогающий выйти из трудного положения,



путеводную нить. Как правило, фразеологизм используется в контексте бытовых ситуаций метафорически. Так, например, автор следующей статьи подчеркивает, что процесс получения греческого удостоверения личности затянулся, создав для него большие трудности:

In pursuit of a Greek ID card, I had negotiated my way around a labyrinth of public offices that would have foiled Ariadne's thread, and underwent a panel interview only mildly less demanding than my PhD viva [6].

Для выражения беспорядка или запущенности определенной ситуации в английском языке активно используется идиома *Augean stables*. Эквивалентным выражением в русском языке служит фраза «Авгиевы конюшни», которая основана на мифе об обширных конюшнях царя Авгия, где на протяжении длительного времени царил хаос и беспорядок. Однажды Гераклес направил через конюшню реку, воды которой очистили ее. Данное выражение часто используется в значении места, в котором необходимо навести порядок, или вопроса, требующего разрешения:

Wall Street is an Augean stable, now more than ever before, and there is no Hercules to muck it out [6].

Автор статьи подчеркивает, что Уолл-Стрит, крупнейший финансовый центр мира, представляет собой сложную систему, проблемы которой необходимо разрешить как можно скорее.

Устойчивые единицы, в состав которых входят имена известных личностей, героев литературных произведений и кинематографа, составляют 16 % от общего количества анализируемых фразеологических единиц. Такие фразеологизмы требуют наличия специфических знаний, содержащих информацию о событиях, связанных с носителем компонента-антропонима и позволяющих оценить роль фразеологического оборота в определенном контексте.

Так, оборот *to lead/live the life of Riley* широко используется в англоязычной прессе и вошел в употребление после появления одноименного американского комедийного сериала 1940-х годов "The Life of Riley". Фразеологизм означает «вести роскошную жизнь, жить без забот и проблем». Рассмотрим его в контексте:

Either we'll live the life of Riley and never have to work again. Or else we'll all be very poor – except for the very, very rich who produce and own the robots [7].

В данной статье прослеживается четкое противопоставление бедной и богатой жизни. Устойчивое выражение используется, чтобы подчеркнуть беззаботность той жизненной ситуации, при которой нет необходимости работать.

Проведенное исследование показало, что устойчивые единицы библейского происхождения представляют собой самую немногочисленную группу лексических единиц и составляют 8% от общего количества рассматриваемых фразеологизмов. Характерной чертой таких идиом (*Holy Moses! Doubting Thomas, as old as Methuselah*) является обязательное знание прецедентных текстов, что позволяет распознать единицу в контексте и правильно определить ее роль и функцию.

Так, например, фразеологический оборот *Render to Caesar the things that are Caesar's* получил широкое распространение в английской периодике. Изначально эта фраза

приписывалась Иисусу, который говорит: «Воздайте кесарю то, что принадлежит кесарю, и Богу то, что принадлежат Богу». Данный фразеологизм означает «каждому воздайте должное». Рассмотрим примеры его употребления:

This is not “Render unto Caesar the things which are Caesar’s.” It’s stick-‘em-up politics, plain and simple [8].

“Render unto Caesar the things that are Caesar’s, and unto God the things that are God’s” is not a declaration that politics is one thing and religion another [7].

Оба примера иллюстрируют функционирование фразеологизма в контексте политических отношений.

Сопоставительный анализ семантических групп фразеологизмов с компонентом-именем собственным позволил выявить, что количество фразеологических единиц с мужским именем в составе (79 ФЕ) превалирует над числом «женских» идиом (26 ФЕ). Это обстоятельство обусловлено тем, что в большинстве традиционных культур главенствующие роли отводились мужчинам, что отразилось на языковой картине мира. Данная статистика подтверждает мнение О.М. Лазаревой о том, что «группа фразеологизмов, употребляемых для характеристики женщин, значительно меньше, чем для характеристики мужчин» [9, с. 18]. Вслед за В.В. Васюк, которая считает, что гендер – это «комплекс социальных, психологических процессов, а также культурных установок, порожденных обществом и воздействующих на поведение мужчин и женщин» [10, с. 24], под гендером мы понимаем собирательный образ мужчины и женщины, создающийся языковыми средствами с учетом стереотипов, национально-культурной специфики и ассоциативных семантических полей.

Смысловые ассоциации и коннотации, которые приобретают антропонимы, связаны не только с семантикой, но и с прагматикой устойчивых единиц. Обращает на себя внимание тот факт, что ФЕ с отрицательной коннотацией преобладают, поскольку они часто употребляются в текстах статей с целью указания на негативные стороны человеческой личности и для привлечения внимания читателей к важным проблемам действительности. При этом среди мужских ФЕ типичным является обозначение таких особенностей характера, как чванство и самодовольство. К таким фразеологизмам относится идиома *a proper Charlie*. В публицистике фразеологизм получил широкое распространение, выступая частью такого стилистического приема, как игра слов. Как правило, если появляется необходимость высмеять или дать негативную оценку публичному человеку по имени Чарли, авторы статей прибегают к использованию данной ФЕ:

In today’s Fiver: a proper Charlie, severe words, and your feelings on the new email layout [7].

В данном случае речь идет об американском радиоведущем и спортивном комментаторе Чарли Стиллитано, который являлся организатором «бессмысленного» летнего турнира, проводившегося с целью собрать как можно больше денег с фанатов небольших футбольных клубов.

Если речь идет о положительных сторонах личности мужчины, как правило, подчеркиваются физическая сила и храбрость, мудрость и терпение: ср. *game as Ned Kelly, a Daniel come to judgement*. Собирательный образ мужчины представлен бóльшим количеством положительных оценочных единиц по сравнению с совокупным женским образом.

Женские фразеологизмы с антропонимом имеют более явную двойственную маркированность. С одной стороны, прославляется женская красота и мудрость: ср. *Gibson girl, Cassandra warnings*. Однако чаще подчеркиваются стереотипные стороны личности девушек, отражающие такие негативные черты, как глупость, заурядность, нервозность: ср. *dumb Dora, plain Jane, nervous Nelly*.

Таким образом, в англоязычной прессе гендерно-маркированные идиомы, как правило, имеют негативную окраску. Однако в собирательном образе мужчины преобладают положительные качества по сравнению со стереотипным образом женщины, в котором внешний вид, невысокий интеллект и слабая нервная система являются доминирующими коннотациями.

Фразеологизмы, в состав которых входит имя собственное, разнообразны не только по своему значению, но и по способу образования и структуре. Сочинительная связь представляет собой один из самых распространенных способов образования фразеологизмов с компонентом-антропонимом. Явление перечисления имен собственных в составе идиомы встречается тогда, когда речь идет о фразеологических единицах, отражающих бытовые реалии англоязычных народов, а также имеющих мифологическое происхождение.

Фразеологизм *Damon and Pythias*, основанный на греческом мифе, связывает имена двух друзей – Дамона и Пифиаса посредством сочинительного союза *and* и имеет значение «неразлучные друзья, настоящая дружба». Использование союза помогает понять читателю, что речь идет только о двух людях, связанных крепкой и надежной дружбой:

We're an inseparable team, a kind of Damon and Pythias [6].

Притяжательный падеж также получил широкое распространение при образовании устойчивых единиц с именем собственным. Например, фразеологизм *Bed of Procrustes* использует предлог *of* для выражения отношения к легенде о разбойнике, убивавшего путников. Устойчивое выражение означает «силой подогнать реальность под шаблон, ограничения, жертвуя при этом чем-то существенным».

Так, современный фразеологический фонд английского языка является отражением культурно-национальной специфики, что, в свою очередь, обуславливает актуальность изучения идиоматических концептов и устойчивых оборотов для фразеологической науки и межкультурной коммуникации. Ономастическая фразеология составляет репрезентативную группу устойчивых единиц и имеет антропоцентрическую направленность, характерную для современной лингвистической парадигмы.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Курицкая Е.В. Исторический путь развития английских антропонимов. Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов, 2019. – Том 12. Выпуск 1. С. 51–55.
2. Шитова Л.Ф. Proper Name Idioms and Their Origins = Словарь именных идиом. – СПб.: Антология, 2013. – 192 с.
3. Brewer's dictionary of phrase and fable (2003) [Electronic resource]. URL: <https://archive.org/details/brewersdictionar000544mbp> (дата обращения: 17.01.2021)

4. Маркевич В.И. Национально-культурная специфика фразеологизмов с компонентом-антропонимом в русском, белорусском и немецком языках. Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – №. 7-2. – С. 136–139.

5. Lavrova N.A., Nikulina E.A. Predictors of correct interpretation of English and Bulgarian idioms by Russian speakers. Russian Journal of Linguistics. 2020. Vol. 24. No 4. P. 831–857. DOI: 10.22363/2687-0088-2020-24-4-831-857

6. The Independent. URL: <https://www.independent.co.uk/> (дата обращения: 21.01.2021)

7. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/international> (дата обращения: 21.01.2021)

8. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/?sh=146694e02254> (дата обращения: 21.01.2021)

9. Лазарева О.М. Структурно-семантические, прагматические и гендерные особенности анималистической фразеологии (на материале электронных версий англоязычных изданий): Автореф. дисс. канд. филол. наук. – М., 2019. – 21 с.

10. Васюк В.В. Концепт «женщина» в статике и динамике фразеологии английского языка. – М., 2002. – 145 с.

**Гумма Оксана Анатольевна** – студент бакалавриата; Московский педагогический государственный университет; Москва, Россия; e-mail: oksgumm@gmail.com

**Лаврова Наталия Александровна** – профессор; кафедра «Фонетика и лексика английского языка»; Московский педагогический государственный университет; Москва, Россия; e-mail: lavruscha@gmail.com

#### **PHRASEOLOGICAL UNITS WITH PROPER NAMES IN MODERN ENGLISH PERIODICAL LITERATURE: SEMANTICO-STRUCTURAL AND GENDER ASPECTS**

**Abstract.** *The article is devoted to the complex analysis of phraseological units with anthroponyms in modern English periodicals. The research confirmed the working hypothesis that, depending on the origin and degree of activation of the recipient's background knowledge, the frequency of using different thematic groups of phraseological units with proper names in modern English broadsheets varies. Phraseological units in which a proper name is associated with everyday routine, realia and English folklore represent the most numerous group.*

**Keywords:** *phraseological unit; anthroponym; English periodicals; semantico-structural peculiarities; gender*

**Oksana A. Gumma** – Moscow Pedagogical State University; Moscow, Russia; e-mail: oksgumm@gmail.com

**Nataliya A. Lavrova** – Moscow Pedagogical State University; Moscow, Russia; e-mail: lavruscha@gmail.com

### **Влияние музыкальных способностей на формирование фонетической компетенции при обучении иностранным языкам**

**Аннотация.** *Статья посвящена проблеме корреляции между музыкальным слухом и наличием фонологической компетенции (фонематический, интонационный слух). Вопрос взаимосвязи между музыкальными способностями индивида и его фонетическими навыками остаётся открытым среди лингвистов. Исследование призвано ответить на вопрос, существует ли данная корреляция и насколько существенно она влияет на фонологическую компетенцию изучающих иностранный язык.*

**Ключевые слова:** *музыкальные способности, фонетические навыки, музыкальный слух, фонологическая компетенция*

В современном мире обучение иностранным языкам является одной из самых востребованных сфер образовательной деятельности. Знание иностранного языка необходимо представителям различных социально важных профессий для эффективной коммуникации с представителями других стран и лингвокультур. Помимо знания грамматики и уместного использования лексических средств, неотъемлемой частью владения иностранным языком является фонологическая компетенция.

Фонологическая компетенция – это совокупность знаний о фонетической системе изучаемого языка (ее составе и структуре), а также навыков и умений, которые обеспечивают способность понимать иноязычную речь на слух и участвовать в межкультурном общении с соблюдением фонологических норм языка [0, с. 105].

Лингвистическую основу формирования фонологической компетенции составляют два раздела фонетики как отрасли языкознания: фонетика и фонология. Фонетика изучает артикуляцию, т.е. произношение звуков в процессе речеобразования, акустику, т.е. физические характеристики звуков, восприятие устной речи людьми, которые участвуют в акте коммуникации. Фонология изучает и объясняет роль, которую компоненты фонетического строя, по отдельности или совокупно, играют в передаче говорящим или читающим собственных или выражаемых автором текста мыслей, волеизъявлений, эмоций, отношения к действительности.

Одна из целей обучения фонетике – формирование фонетических навыков. Фонетические навыки состоят из двух групп навыков, тесно между собой связанных, но нуждающихся в самостоятельном формировании: слуховых и звукопроизносительных [0, с. 106].

Для специалиста по языкознанию (учёного-лингвиста) особенно важно владеть фонетическими навыками. Умение точно и адекватно воспринимать иностранную речь на слух непосредственно определяет профессиональные качества лингвиста. Без хорошего фонематического и интонационного слуха невозможно будет не только составлять синтагмы,

транскрибировать и интонировать речь других людей, но и слышать и исправлять собственные ошибки в произношении.

Открытым остаётся вопрос корреляции между фонологической компетенцией и музыкальным слухом. Научные исследования, посвящённые данной проблеме, пока не могут однозначно ответить, могут ли быть фонетические навыки связаны с наличием у человека музыкальных способностей.

Музыкальный слух – способность различать звуки музыки, их тональность, а также определять малейшее изменение тона.

Целью исследования было определить, существует ли корреляция между музыкальным слухом и наличием фонологической компетенции и, если есть, насколько существенно эта корреляция влияет на фонетические навыки человека.

За основу исследования были взяты научные публикации по выбранной проблеме. В своей статье «Музыкальный слух как составляющая развития фонетических способностей» С.С. Пашковская рассматривает вопрос о взаимосвязи музыкального (звуковысотного) и речевого (фонематического) слуха [0]. Отмечается, что в речевом слухе выделяют фонематический слух и интонационный слух. Автор, основываясь на исследованиях А.Л. Готсдинера, приходит к выводу: чтобы развить музыкальный слух, нужно петь, а для развития речевого (фонематического) слуха нужно говорить. В другой своей публикации «Использование фонетических музыкальных способностей при обучении иностранным языкам» С.С. Пашковская рассматривает влияние фонетических способностей на успешное овладение иностранным языком в целом [0]. Автор приходит к выводу, что иностранный язык как предмет занимает промежуточное место между теоретическими и практическими дисциплинами, именно поэтому успешность усвоения иностранного языка напрямую зависит от языковых способностей учащихся, а не только от фонетических навыков. Тем не менее, С.С. Пашковская отмечает важность фонетических способностей как необходимой составляющей языковых способностей.

В своём исследовании З.Р. Фаттаева проанализировала и рассмотрела проблему улучшения фонетических и фонологических навыков иностранного языка с помощью прослушивания музыкальных композиций на изучаемом языке [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]. За основу был взят английский язык. Был проведён эксперимент, в ходе которого группа учащихся начала помимо основного курса английского языка, заниматься вокалом на основе англоязычных композиций. Согласно полученным результатам, пение на английском языке действительно оказало положительный эффект на испытуемых. Было выявлено, что у студентов, которые занимались пением на иностранном языке, улучшились навыки восприятия на слух (аудирования), а также артикуляции и произношения.

Стоит также упомянуть об эксперименте, который был проведён Л. Робертом Слевка (L. Robert Slevc) и А. Мияке (A. Miyake). В исследовании была изучена взаимосвязь между музыкальными способностями и навыками владения иностранным языком у взрослых учащихся [0]. При этом оценивались такие навыки, как рецептивная фонология, продуктивная фонология, синтаксис и лексические знания. Также были оценены различные индивидуальные факторы, влияющие на уровень владения языком. Результаты показали, что участники с развитыми музыкальными способностями в целом имели лучшие

фонологические навыки (как рецептивные, так и продуктивные), даже при учёте других факторов. На основе проведённого исследования, учёные предположили, что музыкальные навыки могут способствовать лучшему пониманию звуковой структуры второго языка и доказывают связь между языковыми навыками и музыкальными способностями.

Таким образом, принимая во внимание имеющиеся достижения исследователей в этой области, в ходе научно-исследовательской работы был проведен эксперимент с целью определить влияние музыкальных способностей на формирование фонетической компетенции при обучении иностранным языкам. Для эксперимента было отобрано 10 аудиторов (9 девушек и 1 юноша) в возрасте от 18 лет до 21 года. Участники являются студентами второго и третьего курсов Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого и имеют уровень знания английского языка не ниже B2 (Upper Intermediate).

Далее, в целях определения музыкальных способностей у аудиторов, был выбран соответствующий тест [0]. “Tone-Deafness Test” является проектом Гарвардского университета, где испытуемым предлагается определить разницу в двух последовательно проигрываемых звуках. Задания при этом постепенно усложняются – минимальная разница между звуками доходит до 1/64 тона. Подобное тестирование позволяет зафиксировать такой аспект музыкального слуха, как чувствительность к изменению высоты тона, что является значимым для фонетической компетенции. После прохождения заданий индивидуальные результаты испытуемых документировались для дальнейшего анализа (максимальное количество возможных баллов – 32).

Следующим этапом проведения эксперимента являлся отбор материала, направленный на проверку усвоения звукопроизносительных и слуховых навыков. При составлении тестирования были использованы пособия, отвечающие британскому нормативному произношению (RP), такие как “Sounds English” (1989), “Advanced Pronunciation in Use” (2007) и “Test Your Pronunciation” (2002). Тестирование включает в себя два этапа:

1. На первом этапе аудиторам предлагалось прочитать два текста (стихотворение и диалог) в целях проверить соблюдение британской произносительной нормы; параллельно проверялись навыки интонирования. Затем анализировалась спонтанная речь: испытуемые отвечали на два представленных им после текстов вопроса без подготовки. Работа с данным материалом открывает перспективы для дальнейшего, более детального исследования, которое позволит рассмотреть корреляцию между всеми полученными результатами.

2. На втором этапе предлагалось выполнить ряд заданий (См. пример задания на распознавание тона на рис. 1 и пример задания на распознавание звуков на рис. 2), затрагивающих такие аспекты, как распознавание звуков (7 заданий), интонация (3 задания) и ударение (4 задания). Задания подбирались по принципу максимального разнообразия, чтобы всесторонне и объективно оценить сформированность фонетической компетенции у аудиторов. Таким образом, 10 испытуемым было предложено 14 заданий для выполнения, и суммарно для дальнейшего рассмотрения было получено 140 ответов. Максимальное количество возможных баллов составляет 232.

7. Listen to each question and decide whether the speaker is finding out (with a falling tone) or making sure (with a rising tone). Underline your answer.

*EXAMPLE* Who are they playing next week?

finding out [↘]/ making sure [↗]

1. Were the police involved?  
finding out [↘]/ making sure [↗]
2. Are you feeling okay now?  
finding out [↘]/ making sure [↗]
3. Don't we turn left here?  
finding out [↘]/ making sure [↗]
4. Why didn't you phone me earlier?  
finding out [↘]/ making sure [↗]
5. Have you discussed it with your parents yet?  
finding out [↘]/ making sure [↗]
6. How do you get the top off?  
finding out [↘]/ making sure [↗]
7. Did I see you in town on Saturday?  
finding out [↘]/ making sure [↗]
8. What happened after that?  
finding out [↘]/ making sure [↗]

Рисунок 1. Пример задания на распознавание тона (Advanced Pronunciation in Use, 2007)

3. Listen to the sentences on the cassette. For each one, write the word you hear.

1. Be careful! He's thinking/sinking.
2. What's the matter? Your thumb/sum doesn't look right.
3. There's a path/pass high up in the mountains.
4. Every mouth/mouse is different.
5. That moth/moss was shown in a television programme.

Рисунок 2. Пример задания на распознавание звуков (Sounds English, 1989)

Проанализировав ответы аудиторов, была составлена общая статистика результатов, в частности – был рассчитан коэффициент корреляции Пирсона для данных, полученных при анализе линейной связи между результатом прохождения теста на определение музыкального слуха и результатом фонетического тестирования. Коэффициент Пирсона считался с учетом:

1. Всех заданий (См. диаграмму 1);
2. Упражнений на распознавание звуков (См. диаграмму 2);
3. Упражнений на интонацию (См. диаграмму 3);
4. Упражнений на ударение (См. диаграмму 4).

Полученные данные представлены в таблице (См. табл. 1).



Таблица 1.

Полученные результаты анализа линейной связи между результатом прохождения теста на определение музыкального слуха и результатом фонетического тестирования

	Кол-во учитываемых заданий при подсчете (из 14)	Коэффициент Пирсона	Вывод (Вид корреляции)
Все задания	14	0,41386476	умеренная положительная связь
Упражнения на распознавание звуков	7	0,12033815	слабая положительная связь
Упражнения на интонацию	3	0,32351865	умеренная положительная связь
Упражнения на ударение	4	0,61403856	умеренная положительная связь

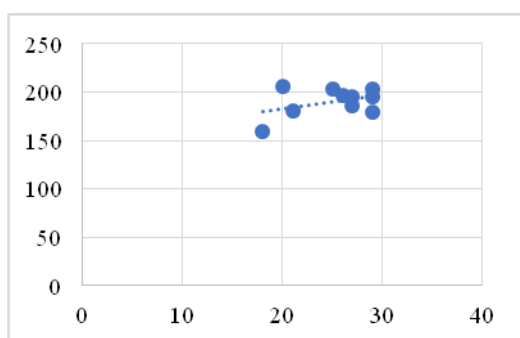


Диаграмма 1. Распределение данных по количеству правильных ответов в категории «Все задания» в зависимости от результата тестирования музыкальных способностей. Выявлена умеренная положительная связь.

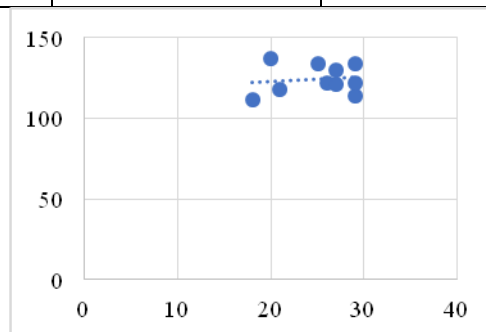


Диаграмма 2. Распределение данных по количеству правильных ответов в категории «Упражнения на распознавание звуков» в зависимости от результата тестирования музыкальных способностей. Выявлена слабая положительная связь.

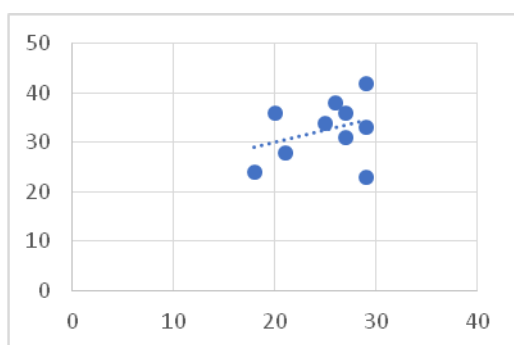


Диаграмма 3. Распределение данных по количеству правильных ответов в категории «Упражнения на интонацию» в зависимости от результата тестирования музыкальных способностей. Выявлена умеренная положительная связь.

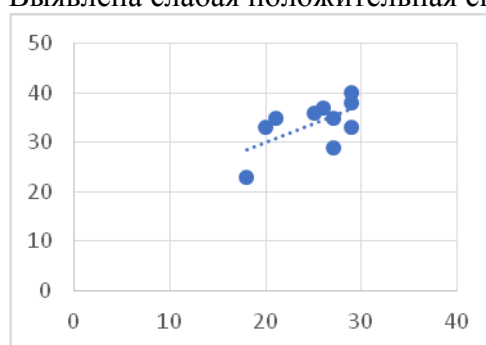


Диаграмма 4. Распределение данных по количеству правильных ответов в категории «Упражнения на ударение» в зависимости от результата тестирования музыкальных способностей. Выявлена умеренная положительная связь.

Исходя из полученных данных, ни в одном из случаев коэффициент Пирсона не был отрицательным, что доказывает тезис о влиянии музыкальных способностей на

формирование фонетической компетенции при обучении иностранным языкам. Стоит отметить, что интенсивнее всего взаимосвязь проявляется в упражнениях на ударение, где коэффициент Пирсона равен 0,614038561, слабее всего – в упражнениях на распознавание звуков с минимальным значением коэффициента Пирсона – 0,12033815. Такая слабая линейная связь между музыкальными способностями и распознаванием звуков является выявленной в ходе исследования особенностью, которая может стать предметом дальнейших исследований. Можно предположить, что если на распознавание ударения в некоторой степени влияет знание лексики, а на распознавание интонации может влиять развитый музыкальный слух, то для распознавания звуков (фонематического слуха) только развитого музыкального слуха недостаточно.

Таким образом, студенты, набравшие большее количество баллов в тесте на определение музыкальных способностей, в целом показали более высокие результаты при тестировании, где анализировались слуховые навыки. Данный результат пересекается с результатами эксперимента Л. Роберта Слевка (L. Robert Slevc) и А. Мияке (A. Miyake), где также была изучена и подтверждена взаимосвязь между музыкальными способностями и навыками владения иностранным языком среди взрослых учащихся.

Принимая во внимание обработанные сведения, исследование в этом направлении в перспективе может быть продолжено и углублено. Во-первых, возможно расширить базу аудиторов, т.е. привлекать к тестированию не только студентов, но и людей из разных социальных групп, возрастных групп и т.д. Во-вторых, возможно разнообразить предоставляемый материал, затронув больше аспектов, входящих в фонетическую компетенцию. Помимо этого, акустический анализ речи дикторов, в совокупности с предыдущими факторами, позволит прийти к более развернутым и детальным результатам исследования, что позволит более полно раскрыть изучаемый вопрос.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Щукин А. Н., Фролова Г. М. Методика преподавания иностранных языков: учебник для студ. учреждений высш. образования. — М.: Издательский центр «Академия», 2015. — 288 с. — (Сер. Бакалавриат).
2. Пашковская С.С. Музыкальный слух как составляющая развития фонетических способностей. Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики. — Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2016. — С. 50-54.
3. Пашковская С.С. Использование фонетических музыкальных способностей при обучении иностранным языкам. Полилингвильность и транскультурные практики. — 2009. — №3. — С. 104-109.
4. Fattayeva Z. R. Music and pronunciation. International scientific review. — 2019. — №LXIV. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/music-and-pronunciation> (дата обращения: 10.12.2020).
5. Slevc L. R., Miyake A. Individual differences in second language proficiency: does musical ability matter? Psychological Science — 2006. — Vol. C-17, N 8. — P. 675 — 681.
6. Tone-Deafness Test [Электронный ресурс]. The Music Lab URL: <https://www.themusiclab.org/quizzes/td> (дата обращения: 15.12.2020).

**Гусева Амалия Андреевна** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: amaliagus@mail.ru

**Коростелев Денис Александрович** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: necrozet@inbox.ru

**Басова Алина Тиграновна** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: alina.lugovska@gmail.com

**Агафонова Марина Павловна** — старший преподаватель; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: m.p.agafonova@yandex.ru

## **INFLUENCE OF MUSICAL ABILITY ON PHONETIC COMPETENCE DEVELOPMENT IN FOREIGN LANGUAGE LEARNING**

**Abstract.** *The article is devoted to the issue of correlation between having an ear for music and the presence of phonologic competence (phonematic perception, prosodic ear). The issue of interrelation between individual's musical ability and their phonetic skills is still widely discussed by linguists. The main goal of the research is to answer the question whether such correlation exists and if so, how significant its impact is on the phonologic competence of the foreign language learners.*

**Key words:** *musical abilities, phonetic skills, musical ear, phonologic competence*

**Amalia A. Guseva** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: amaliagus@mail.ru

**Denis A. Korostelev** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: necrozet@inbox.ru

**Alina T. Basova** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: alina.lugovska@gmail.com

**Marina P. Agafonova** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: m.p.agafonova@yandex.ru

УДК 347.78.034

**А.С. Дзюба, П.С. Невротова, Е.В. Шостаков**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Языковые особенности перевода на испанский язык новостных статей сайта университета**

**Аннотация.** *Статья посвящена анализу некоторых грамматических и синтаксических аспектов новостных статей испанских университетов. В рамках*

*исследования были выявлены и описаны особенности использования числительных, артиклей и оформления прямой речи в текстах новостных статей. Были использованы такие методы как анализ научной литературы по проблематике, анализ текстов новостных статей с сайтов университетов Испании. Выявлены основные правила оформления численных данных (даты, проценты, время), описаны правила применения артиклей в заголовках, сформулированы правила оформления прямой речи.*

**Ключевые слова:** *испанский язык, перевод, цитация, артикли, числительные, прямая речь*

Потребность быть в курсе событий, иметь доступ к актуальной информации, а также делиться новостями является одной из принципиальных для человечества и во многом определяет политику университетских сообществ. Особенно ярко эта потребность выступает на фоне глобализационных процессов, когда университет стремится обмениваться информацией не только с гражданами своей страны, но и с иностранными абитуриентами, преподавателями и партнерами. Знакомство с университетом через его сайт и профайлы в социальных сетях стало обыденностью для современных студентов; именно по имеющейся информации в сети создаётся образ университета, поэтому качество текстов, которые публикуются на сайтах, играет большое значение.

Объектом исследования являются новостные статьи с сайтов университетов Испании. Предмет исследования – использование числительных, артиклей в заголовках и прямой речи в текстах новостных статей. Цель данной работы – выявить и описать особенности использования числительных, артиклей и прямой речи в текстах новостных статей университета. В соответствии с целью были сформулированы задачи: краткий обзор научной литературы по теме, анализ банка текстов с сайта университетов Испании на предмет использования числительных, артиклей и прямой речи, обобщение информации. Методы исследования: анализ научных публикаций, лингвистический анализ текста.

*Актуальность* данной статьи обусловлена необходимостью осуществлять перевод новостных страниц университетов на иностранный язык для обмена информацией с зарубежными партнерами. Испанский язык в современном мире является одним из самых распространенных и вопрос особенностей употребления числительных, артиклей и прямой речи при переводе и написании статей крайне важен. Необходимость осуществлять перевод публицистических статей с русского на испанский язык для сайта Санкт-Петербургского Политехнического университета Петра Великого является одной из причин осуществления данной исследовательской работы.

В первой части этой работы изложены теоретические положения из области перевода с русского на испанский; затем представлен краткий обзор исследований последних лет по переводу публицистических текстов с русского на испанский язык; в завершении приведены результаты анализа испанских текстов на предмет использования числительных, артиклей и цитации.

Перевод, по определению Алексеевой И.С, является осознанно выработанным переводчиком в ходе экспертной коммуникативной деятельности алгоритмом, направленным на создание продукта – текста перевода, с учетом профессиональной этики переводчика[1].

Таким образом, компетентный переводчик должен обладать определенным набором знаний о стилистических, грамматических и графических особенностях переводимого текста, а самое главное – иметь четкий алгоритм по созданию конечного продукта, то есть переводного текста. В нашем случае необходимость переводить статьи с русского на испанский выступила мотивацией для создания такого алгоритма по передаче числительных, артиклей и цитации средствами языка перевода.

Вопросы о специфике и языковых особенностях перевода испанских публицистических статей не раз были исследованы многими учеными. Так, в своей статье Топоркова Ю. А. исследовала проблему перевода испанских текстов газетно-публицистического стиля. Исследуя проблему языковых клише, штампов и безэквивалентной лексики, Топоркова Ю. А. пришла к выводу, что при работе с текстами газетно-публицистического стиля переводчик сталкивается с такими лексическими трудностями как клише, газетные штампы, термины, понятия, социальные и политические реалии. В процессе перевода необходимо выявлять связи текста с внетекстовыми явлениями, учитывать знание реальной действительности страны переводного языка, привлекать лингвострановедческие знания [2].

Тютин С.В. анализирует использование акронимов и аббревиатур в испанском газетном тексте для того, чтобы установить степень зависимости читательской аудитории от количественного параметра употребления этих фигур сокращения, так как создание газетной статьи осуществляется в условиях жесткой пространственно-временной ограниченности, и текст должен быть максимально информативным и одновременно предельно кратким. Исследователь приходит к выводу, что благодаря стандартизированным формам и их значениям рассмотренные фигуры сокращения реализуют основные принципы построения публицистического текста в полном объеме, позволяя экономить пространство и одновременно сохранить полноту содержания представляемого материала [3].

В статье Терентьевой Е.Д. поднимается вопрос такого содержательного компонента как цитация в газетных новостных текстах. Она рассматривает цитацию как «представление чужого текста (текста-источника) в принимающем тексте. Любой элемент чужого текста, включенный в авторский текст, в этом смысле является цитацией» [4, с. 201]. Нередко этот компонент используется в современных печатных СМИ и позволяет решить целый ряд задач: точное воспроизведение фактической информации, создание эффекта присутствия, усиливающего воздействие на адресата. Терентьева Е.Д. подтверждает, что стилистический прием цитации весьма популярен в испанских текстах, так как именно это позволило автору определить и выявить основные для прямой и косвенной цитации функции замещения, иллюстрации и аргументации [5].

В статьях рассматривается важность проблемы адекватного перевода на испанский язык через различные аспекты – клише, газетные штампы, термины, социальные и политические реалии, акронимы, аббревиатуры, функции цитации. Однако ни в одной из изученных нами статей не были исследованы следующие практические аспекты: проблема графического оформления цитации, имен числительных и прямой речи, а также тенденции в использовании артиклей в заголовках новостных статей. В результате анализа статей по теме нашего исследования был сделан вывод о необходимости углубиться в описание

вышеобозначенных вопросов, вызывающих наибольшую трудность при работе над переводом в студенческой аудитории. Для этого были выбраны и проанализированы 20 случайных новостных статей университетов Испании на предмет использования числительных, артиклей и прямой речи.

*Результаты исследования.* Говоря о числительных, мы имеем в виду графическое оформление процентных соотношений, дат, единиц измерения, времени и чисел. В целом числа в испанских статьях записываются исключительно цифрами (*de 60 años; de 901 millones*), а не пишутся словами. Крупные числа обозначаются с точкой между разрядами (начиная с тысяч и т. д.), например, *901 millones, 1.400 millones, 2.000 mil millones*. Исключением является лишь обозначение годов, при которых точка не ставится (*para 2050*).

Процентные соотношения появляются в 11 статьях из 20, и во всех случаях перед ними используются определенный или неопределенный артикли. Однако не существует единого правила употребления определенного или неопределенного артикля перед процентным соотношением (*un 55% las emisiones*) или (*de entre el 10 y el 30%*). Кроме того, все процентные соотношения в испанском языке строго обозначаются соответствующим знаком процента (%), а не пишутся словами. Также следует отметить, что знак процента всегда ставится перед обозначением последнего процентного соотношения (*de entre el 10 y el 30%*).

Даты произошедших событий встречаются повсеместно и пишутся исключительно цифрами (*el 30 de mayo de 2019*). Более того, следует отметить, что самый распространенный способ написания дат на испанском языке соответствует форме «число + de + месяц + de + год», где названия месяцев не пишутся с заглавной буквы, но прописываются полностью: *el 30 de mayo de 2019; el viernes 20 de noviembre de 2020*. Также стоит отметить, что при написании чисел артикль ставится только перед первым числом (*del 14 y 15 de marzo*).

Что касается единиц измерения, то они прописываются цифрами с запятой между разрядами: *de 3,7 kilómetros; 0,56 y 2,6 kg*. Единицы измерения (килограммы, например) также не дублируются по аналогии с датами: *0,56 y 2,6 kg*.

В указании времени, часов и минут, используют исключительно цифры (*las 7.15 y las 15.15 horas*). В большинстве случаев часы и минуты разграничиваются точкой, а слово “horas” (час/часов) допустимо сократить до первой буквы (*a las 13 h*). Немаловажным является то, что время используется исключительно в 24-часовом формате, что характерно для большинства европейских стран (*a las 13 h; de 9.00-14.00*).

В заголовках новостных статей испанских университетов присутствуют артикли, в отличие от английских статей, где в заголовках появляются только значимые части речи. Отличительно и то, что перед названиями университетов и кафедр, которые пишутся с прописных букв, используется определенный артикль: «*La UCA, presente <...> que reduce el impacto ambiental*» (Университет Кадиса <...> представляет для уменьшения воздействия на окружающую среду), «*Comienza la jornada <...> y la Cátedra Fundación CEPSA en Algeciras*» (Начало работы <...> и кафедры социальной уязвимости CEPSA в Алжесирасе.). В первом примере также интересно употребление артикля в словосочетании «*el impacto ambiental*», предположительно, этот артикль относит существительное к общеизвестному понятию, нежели к какому-то конкретному действию, которое влияет на окружающую среду.

Несмотря на то, что в испанском языке прямую речь принято вводить через знак двоеточия, английские двойные кавычки и с прописной буквы, в ряде статей эта закономерность не соблюдается. Так, например, в некоторых статьях прямую речь вводят через французские кавычки («ёлочки»): Elias ha concluido: «Creo sinceramente que <...> a situaciones complejas» (Элиас сделал вывод: «Я искренне верю, что <...> к сложным ситуациям»). Также в нескольких статьях не используют двоеточие и начинают прямую речь с маленькой буквы: <...> que contiene el biogás: “lo que contribuirá a minimizar la generación de residuos” (<...> содержащийся в биогазе: «который будет способствовать минимизации образования отходов»). Помимо этого, в ряде новостных статей испанских вузов авторы прибегали к частичному цитированию, которое оформляли английскими двойными кавычками без двоеточия перед ними, цитата написана со строчной буквы: Ángel Garrido ha señalado que “la innovación ha sido clave <...> a los retos del futuro” (Анхель Гарридо отметил, что: «инновации были ключом <...> к вызовам будущего»).

Рассмотрим использование артиклей перед различными должностями в новостных статьях на сайтах испанских университетов. Примечателен факт, что после той или иной должности указывается, к какой сфере деятельности относится этот человек. При этом, использование артикля в этой ситуации не однообразно: в статьях разных университетов, и на сайте одного университета, но в разных статьях, артикли присутствуют перед должностью: «<...>ha manifestado el rector de la UB, Joan Elias, durante el acto de inauguración del curso 2020-2021<...>» («<...>заявила ректор университета Барселоны, Джоан Элиас, во время церемонии открытия 2020-2021 учебного года.<...> »); и отсутствуют: «El trabajo está liderado por profesor del Departamento de Filosofía e investigador del Instituto de Matemática de la UB» («Работой руководит преподаватель философского факультета и научный сотрудник Института математики Университета Барселоны »).

Проводя анализ комментариев к картинкам, графиков и фотографий в новостных статьях испанских университетов, мы заметили, что определенный и неопределенный артикли используются по правилам грамматики, так же как и в английском языке. Примечательно отсутствие артикля в одном из комментариев: «Estudiantes y titulados universitarios de distintas especialidades participan <...> Desarrollo de Capacidades Profesionales» (Студенты и выпускники вузов различных специальностей принимают участие <...> развитие профессиональных способностей). Вероятно, отсутствие этого артикля вызвано тем, что существительное обозначает общее понятие, а не нечто конкретное, для чего нужен был бы артикль. А в словосочетании «encuentro telemático de promoción de» (телематическое совещание по продвижению) отсутствие артикля обусловлено тем, что существительное, которое следует за предлогом, выступает в роли определения, относящегося к первому существительному.

Таким образом, в заключении данной работы следует отметить, что в процессе исследования данной темы нами были изучены научные статьи по заявленной тематике и рассмотрены и проанализированы новостные статьи испанских вузов. В результате этого исследования нам удалось выявить и описать характерные черты использования прямой речи и графическое изображение имен числительных и артиклей. Нельзя утверждать, что тема изучена полностью, так как данное исследование основано на небольшом корпусе тестов.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Алексеева И. С. Текст и перевод. Вопросы теории. М.: Междунар. отношения. 2008. — С. 184.
2. Топоркова Ю.А. Особенности перевода испанских публицистических текстов. Научный журнал “Апробация”. — 2015. — № 6 (33). — С. 27 — 28.
3. Тютина С.В. Особенности использования фигур сокращения в испанских газетах. Филология и человек. 2009. № 3. — С. 134 — 140.
4. Терентьева Е.Д. Скрытая цитация как разновидность цитации в испанской прессе. Инновационное развитие современной науки. Уфа. 2014. С. 201 — 205.
5. Терентьева Е.Д. Прагматический аспект цитирования в испанских медиатекстах. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2016. — Т. 20. — № 3. С. 43—56.

**Дзюба Анастасия Сергеевна** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: ya.dzyuba2012@yandex.ru

**Невротова Полина Сергеевна** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия, e-mail: polina.nevrotova@yandex.ru

**Шостак Екатерина Владимировна** — старший преподаватель; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский государственный политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: khekater@gmail.com

#### TRANSLATION PECULIARITIES OF THE UNIVERSITY WEBSITE INTO SPANISH

**Abstract.** *The article deals with the analysis of some grammatical and syntactic aspects of the formatting of news articles of Spanish universities' websites. The peculiarities of using numerals, articles and direct speech in the texts of university website news articles are discussed. For this purpose we used such methods as scientific literature analysis and linguistic analysis. The basic rules for numerical information, article usage and direct speech punctuation are provided.*

**Key words:** *The Spanish language, translation, citation, articles, numerals, direct speech*

**Anastasiya S. Dzyuba** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: ya.dzyuba2012@yandex.ru

**Polina S. Nevrotova** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: polina.nevrotova@yandex.ru

**Ekaterina V. Shostack** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: khekater@gmail.com



**Функционально-стилистические особенности использования русизмов в английском языке**

**Аннотация.** *Статья посвящена феномену заимствования в английском языке. Основное внимание в работе акцентируется на русских заимствованиях и их функциональности с точки зрения стилистических особенностей. При проведении исследования были проанализированы концепции как отечественных, так и зарубежных лингвистов, а также приведено актуальное на современном этапе процентное соотношение заимствованной лексики в английском языке. Статья раскрывает роль использования русизмов в английском языке на конкретных примерах и подводит итоги изучения их стилистических особенностей.*

**Ключевые слова:** *заимствование, иноязычная лексика, русизм, экзотизм, десемантизация*

Одним из главных способов словообразования в английском языке является заимствование. Принято считать, что не существует такого языка, словарный состав которого содержал бы исключительно свою исконную лексику. По мнению А. А. Реформатского, «в каждом языке имеются и слова заимствованные, иноязычные. В разных языках и в разные периоды их развития процент этих «не своих» слов бывает различным» [1, с. 139]. На данный момент процентный состав современных английских слов включает в себя 29% заимствований из французского языка, столько же из латинского, 26% – из немецкого и 6% – из греческого. Остальные 6% относятся к заимствованиям из других языков, включая русский [2].

Общеизвестным фактом является то, что заимствования, в первую очередь, обогащают словарный состав того или иного языка, однако вопрос об их стилистической роли на данный момент изучен недостаточно глубоко. В данном исследовании в качестве гипотезы мы выдвигаем идею о том, что русизмы не только вносят вклад в расширение словарного состава английского языка, но и обладают определёнными функционально-стилистическими особенностями. Таким образом, целью данной статьи является анализ функционирования русских заимствований в английском языке в стилистическом аспекте. Методы данного исследования включают в себя анализ использования заимствованной русской лексики в английском языке, а также синтез и систематизацию научной литературы по заявленной теме с учётом трудов как отечественных лингвистов, так и зарубежных. Практическая новизна статьи состоит в том, что обобщение опыта, полученного на основе изученного материала, позволит сформулировать заключение о роли использования русизмов в английских текстах с точки зрения стилистики.

Феномен заимствования иноязычной лексики освещается в трудах многих выдающихся лингвистов. Так, Л. В. Щерба в начале XX века ввёл такое понятие, как «смешение языков», которое позже в своём труде «Языковая система и речевая

деятельность» он предложил заменить на «взаимное влияние языков», так как, по его мнению, следует разграничивать два разных процесса: заимствование и смешение языков. Л. В. Щерба отмечает, что первый основывается на «независимом сосуществовании двух языков» [3].

И. В. Арнольд под заимствованием в английском языке понимает «слово, заимствованное из другого языка и измененное в фонемной форме, орфографии, парадигме или значении в соответствии со стандартами английского языка» [4, с. 252]. М. Н. Черкасова отмечает, что это «процесс перехода единиц из языка-донора в язык-реципиент», а сами эти единицы делит на лексические, морфологические и синтаксические заимствования.

Американский лингвист Э. Сепир считает, что заимствование – это «процесс, в результате которого в языке появляется и закрепляется некоторый иноязычный элемент (прежде всего слово или полнозначная морфема). Заимствованная лексика отражает факты этнических контактов, социальные, экономические и культурные связи между языковыми коллективами» [5, с. 257]. Л. Блумфилд также подчёркивает культурную составляющую данного процесса и языковым заимствованием называет усвоение различных явлений, которые отличаются от существующих в силу основной традиции. Заимствования из другого языка он называет «заимствованиями другой культуры» [6].

Вслед за О. С. Ахмановой в данной работе под «заимствованием» мы будем понимать «обращение к лексическому фонду других языков для выражения новых понятий, дальнейшей дифференциации уже с существующих и обозначения неизвестных ранее предметов» [7, с. 146]. Л. С. Бархударов указывает на тот факт, что заимствования наименований происходит вместе с самими реалиями, под которыми он понимает «слова, обозначающие предметы, понятия и ситуации, не существующие в практическом опыте людей, говорящих на другом языке» [8, с. 95].

Непосредственно само упоминание «русского заимствования» мы находим в классификации заимствований в английском языке по источнику и эпохе, предложенной И. В. Арнольд. В работе «Лексикология современного английского языка» помимо кельтских, латинских, скандинавских, старых и новых французских заимствований нам встречаются такие подгруппы, как «советизмы», а также заимствования из русского и других языков, «обусловленные экономическими, политическими, культурными и другими связями с соответствующими народами» [4].

Так как данное исследование посвящено анализу русизмов в английском языке, то под русским заимствованием мы будем понимать определение, данное в Оксфордском словаре: «это слово или оборот речи, составленные по образцу русского языка или заимствованные из русского языка в каком-либо языке» [9].

А. Р. Калимуллина в своей работе подразделяет русизмы по семантическому признаку и среди них выделяет слова, которые:

- 1) Обозначают меры расстояния, веса, а также денежные единицы;
- 2) Связаны с бытом русского народа;
- 3) Связаны с религией;
- 4) Называют продукты питания;
- 5) Связаны с государственным устройством;

- 6) Относятся к флоре и фауне России;
- 7) Связаны с общественным сознанием;
- 8) Относятся к советской эпохе;
- 9) Являются научными терминами [10].

М. Ленерт выдвинул гипотезу о том, что в английском языке более 500 слов заимствованы из русского [11]. М. Подгаецка указывает на то, что это действительно так, однако многие из этих слов уже устарели. Опираясь на опыт исследования М. Подгаецкой узнаём, что в Британском национальном корпусе зафиксировано 180 русских заимствований, и примерно 45 из них на самом деле встречаются довольно часто. Кроме того, 28 слов русского происхождения включены в основной словарный запас английского языка [11].

Лексика заимствовалась в разные периоды и с определёнными целями, выполняя соответствующие функции. Это были слова из медицинской, научной, технической и других сфер. Заимствованные единицы подверглись влиянию английского языка и изменили своё семантическое, структурное или морфологическое значение и даже поменяли свой фонетический облик. Впоследствии, многие из них полностью ассимилировались с исконно английскими словами, утратив свою этимологию [2].

Необходимо упомянуть о том, что заимствованная единица в первую очередь адаптируется в языке-реципиенте на фонетическом уровне и отсутствующие в языке фонемы заменяются на более близкие. Помимо фонетической адаптации, иноязычная лексика может подвергаться грамматической, морфологической и семантической ассимиляции. Более того, если та или иная морфема входит в большое количество заимствованных слов, она может включаться в число словообразовательных средств языка-реципиента [12], однако примеры подобного явления мы рассмотрим немного позднее.

Первые русские заимствования в английском языке приходятся на XIV век, когда начали процветать торгово-экономические связи между Англией и Россией. В связи с этим, одним из первых таких слов считается «соболь, соболинй мех», которое ассимилировалось в английском языке как “sable”. Такое заимствование является примером использования реалии, которой не существует в языке-реципиенте, то есть носители «снабжают» свой язык словом из другого языка, когда в нём нет существующего подходящего варианта [2]. В таком случае функционально-стилистическая роль заимствованных единиц заключается в номинации новых реалий. В таком случае русизмы могут послужить средством для описания элементов, относящихся к культуре другого народа (к примеру, предметы, события, явления).

Здесь также можно упомянуть и об использовании русизмов в качестве так называемых «экзотизмов» с целью придания речи колорита определённой культуры. По определению, экзотизмы имеют иноязычное происхождение и обозначают реалии чужой культуры. Для таких слов не существует эквивалента в языке-реципиенте. Намеренное их использование происходит для передачи своеобразия и обозначения явлений или предметов другой культуры [13]. Так, к экзотической лексике в английском языке можно отнести такие русизмы, как “babushka”, “kolkhoz”, “dacha”, “borscht” и другие.

Однако употребление некоторых русизмов в английских текстах уже не расценивается как использование экзотизмов. Существуют примеры таких русских заимствований, которые

вошли в лексический состав английского языка и прочно закрепились в нём. К примеру, слова “vodka”, “kefir” и “taiga”. Они полностью ассимилировались в языке-реципиенте и широко используются в своём первоначальном значении, то есть подверглись как грамматической и морфологической ассимиляции, так и семантической.

Необходимо подчеркнуть тот факт, что определённое количество русизмов, войдя в словарный состав английского языка, начинает употребляться его носителями для описания событий, которые не имеют отношения к русской культуре. Речь идёт о десемантизации некоторых русизмов в английских текстах, то есть о процессе постепенной утраты лексического значения слова и приобретении нового. Например, слово “babushka” больше не используется с дефиницией «бабушка», а приобрело дополнительное значение «платок или косынка, завязанные под подбородком». “Gulag” и “tsar” генерализировали своё значение, вследствие чего стали обозначать новые явления. В противоположность им слово “kasha”, наоборот, конкретизировалось и используется носителями английского языка только для обозначения «гречневой каши». В качестве дополнения к этому примеру можно также привести слово “chai”, значение которого конкретизировалось, и сама лексема теперь используется только для наименования напитка на основе чёрного чая с мёдом или специями. Слова “troika” и “matryoshka” так же были переосмыслены и использованы в контекстах, не связанных с русской культурой. Первое, к примеру, может относиться к формальной лексике и означать группу из трёх стран, политических деятелей, организаций, которые сотрудничают друг с другом [2]. Итак, подобные случаи употребления заимствованной лексики говорят о том, что лексемы заняли своё место в лексическом составе английского языка и даже приобрели дополнительное значение. Из этого следует, что русизмы в английском языке носят не только «национально-специфичный» характер [12].

Употребление иноязычной лексики с точки зрения стилистики может выполнять и «терминологическую функцию» [14, с. 33]. К примеру, из приведённой выше классификации русизмов по семантической функции можно выявить единицы, которые проникают в английский язык в качестве специальных терминов. Среди них такие, как “siberite” (особый вид рубина), “uralite” (асбестовый сланец), а также такие понятия, как “narodnik” (народник), “Decembrist” (декабрист), “nihilism” (нигилизм) и другие. Причём слово «декабрист» было калькировано и адаптировано в английском языке с использованием существующего слова “December”, а не полностью заимствовано в своей исходной форме (“Dekabrist”). Это лишь некоторые примеры слов, которые вошли в словарный состав английского языка и теперь широко используются в английской литературе.

Лексема “mammoth” является ярким примером того, что заимствование из русского языка может происходить и на лексико-грамматическом уровне. Данная лексема вошла в словарный состав английского языка в XVIII веке и сегодня используется не только в своём первоначальном значении «мамонт». Она может переходить из разряда существительных в разряд прилагательных и приобретать значение «огромный; невероятно сложный» [9].

Необходимо упомянуть о том, что заимствования из русского языка происходили и на морфологическом уровне. Так, слова, образованные с помощью суффикса “-nik” от заимствованного русского слова «спутник» (“sputnik”) со стилистической точки зрения

принадлежат разговорному стилю и употребляются в политическом и молодёжном сленге. Этот суффикс является одним из самых продуктивных. Производные слова несут значение последователя, сторонника каких-либо идей, направлений, любителя чего-либо и обладают, в основном, пренебрежительной коннотацией. В качестве примеров можно привести такие слова, как “reascenik”, “computernik”, “alrightnik” и другие. Особый интерес вызывает первое слово, которое используется в английских текстах даже несмотря на то, что в языке уже есть аналог с подобным значением – “pacifist”.

Подводя итоги, хотелось бы ещё раз обратить внимание на то, что первостепенная роль заимствований из других языков заключается в обогащении словарного состава того или иного языка-реципиента. В результате изучения научной литературы по данной теме был получен материал, на основании которого можно подтвердить выдвинутую нами гипотезу и сделать следующие выводы: 1) заимствование из русского языка происходит на разных языковых уровнях; 2) русизмы позволяют давать названия тем предметам и явлениям, для которых не существует аналога в английском языке, тем самым выполняя номинативную функцию; 3) русские заимствования в английских текстах служат неким инструментом для передачи колорита русской культуры; 4) некоторые русизмы выполняют терминологическую функцию, проникая в английский язык в качестве научных терминов; 5) заимствование из русского языка на грамматическом уровне даёт возможность образовывать новые слова, которые укореняются в английском языке и становятся частью сленга; 6) десемантизированная заимствованная лексика способствует языковой замене того или иного понятия и обозначает явление или предмет, не относящийся к русской культуре.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Реформатский А. А. Введение в языковедение. — 5 изд. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 536 с.
2. Chandra Sekhar Rao V. The Significance of the Words Borrowed Into English Language. The Significance of the Words Borrowed Into English Language. — 2018. — №2.
3. Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. — Ленинград: «Наука», 1974. — 427 с.
4. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка. М.: Высшая школа, 1986. — 295 с.
5. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. — М.: «Прогресс», 1993. — 656 с.
6. Блумфилд Л. Язык. — М.: «Прогресс», 1968. — 608 с.
7. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. — М.: УРСС, 2004.
8. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). — М.: Международные отношения, 1975. — 240 с.
9. Oxford Dictionary. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата обращения: 27.02.2021).
10. Калимуллина А. Р. Классификация русизмов в английском языке по семантическому признаку. Традиционная и инновационная наука: история, современное

состояние, перспективы. — Уфа: Общество с ограниченной ответственностью "ОМЕГА САЙНС", 2017. — С. 95-97.

11. Podhajecka M. Russian borrowings in English: A dictionary and corpus study: — Uniwersytet Opolski, 2013. — 292 с.

12. Халитова Л. К. Русизмы в современных англоязычных интернет-изданиях. Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. — 2016. — №5. — С. 1404-1414.

13. Гафурова Ю. Р., Ларцева Е. В. Экзотизмы, варваризмы и иноязычные вкрапления в британской прессе (на материале газеты "The Guardian"). Актуальные вопросы филологической науки XXI века. — 2016. — С. 67-73.

14. Банина Н. В., Мельничук М. В., Осипова В. М. Основы теории и практики стилистики английского языка. — М.: Финансовый университет, 2017. — 458 с.

**Дмитриева Ксения Олеговна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: kcyunya\_dm@mail.ru

**Дмитриев Александр Владиславович** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: avd84@rambler.ru

#### **FUNCTIONAL AND STYLISTIC FEATURES OF RUSSIANISMS IN ENGLISH**

**Abstract.** *The article is devoted to the phenomenon of borrowing in English. The work is mainly focused on Russian loanwords and their functionality in terms of stylistic features. The research contains the analysis of the concepts of both domestic and foreign linguists. The percentage of borrowed vocabulary in English is given according to the current situation. The article reveals the role of the use of Russianisms in English demonstrating it on specific examples and summarizes the results of the study of their stylistic features.*

**Key words:** *borrowing, foreign language vocabulary, Russianism, exoticism, desemantization*

**Kseniya O. Dmitrieva** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: kcyunya\_dm@mail.ru

**Alexander V. Dmitriev** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: avd84@rambler.ru

УДК 81.272

**П.Ю. Дробышевская, В.Н. Варламова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

#### **Вариативность фразеологизмов библейского происхождения в публицистическом тексте**

**Аннотация.** *Статья посвящена вопросу функционирования фразеологизмов библейского происхождения в англоязычных публицистических текстах. Рассматривается*

*важная особенность библеизмов – вариативность лексического состава и грамматической формы – и ее роль в достижении главной задачи публицистического текста, реализации прагматической направленности. Анализируется ряд англоязычных публицистических статей на различную тематику, содержащие один или более библеизм в его вариативной форме. Полученные данные используются для определения стилистической значимости употребления целенаправленно измененной формы библеизма и роль вариативности в реализации прагматической направленности.*

**Ключевые слова:** *публицистический текст, библеизм, вариативность, прагматическая направленность*

Наличие в языке устойчивых выражений, безусловно, является уникальным лингвистическим феноменом. Национально-культурная семантика занимает важное место в рамках английского языка; слова и выражения, обладающие культурной окраской, отражают и передают из поколения в поколение особенности развития и становления всех возможных сфер жизни человека – экономики, культуры, политики, науки и искусства. Такие лексические единицы фиксируют в языковых значениях информацию о социальном, политическом и экономическом устройстве общества и его историческом развитии, художественной литературе, достижениях науки, традициях и обычаях, особенностях погоды, фольклора, религии и многое другое. Обороты, которые воспроизводятся в речи в готовом виде, обладают высокой степенью экспрессивности и яркой эмоциональной окраской, делая отсылку к прецедентному феномену, занимающему важное место в культуре данного общества [1]. Данная особенность характеризует их как уникальное в своем роде стилистическое средство, позволяющее сделать текст экспрессивным и эмоциональным, а также завладеть вниманием реципиентов и оказать на них определенное воздействие. Фразеологические единицы являются результатом длительного развития социума и его культуры и передают общественный опыт через десятки поколений, что подчеркивает их важность не только как средства коммуникации, но и как источника общественно значимых сведений. Таким образом, фразеологический фонд любого языка, подобно зеркалу, отражает мировоззрение и миропонимание общества, а также его обычаи, традиции, культурное богатство и особенности [2].

В современной науке большое внимание уделяется фразеологизмам библейского происхождения, поскольку они занимают значимое место в языке. Библия, несомненно, является авторитетным источником, непрерывное обращение к которому приводит к повышенному среди народа интересу к библейским сюжетам, образам, персонажам. Именно данные элементы религии, знаменитые по всему миру, нашли свое отражение в языке в виде библеизмов и стали исключительным средством экспрессии, способным убеждать реципиентов речи и делать высказывание более эмоционально окрашенным [2]. Именно это обуславливает актуальность изучения особенностей функционирования библеизмов в современном английском языке.

Основная цель настоящего исследования заключается в рассмотрении вариативности фразеологизмов библейского происхождения в публицистическом тексте и ее роли в реализации прагматической направленности. Задачи исследования: изучить теоретический

материал об особенностях публицистического текста и вариативности библеизмов, отобрать и проанализировать англоязычные публицистические статьи, на конкретных примерах рассмотреть виды вариативности фразеологизмов библейского происхождения, а также их стилистическую значимость и роль в реализации интенции автора. В работе использовались следующие методы: метод реферирования теоретической литературы по проблематике, контекстуальный метод и метод контент-анализа.

Фразеологизмы библейского происхождения употребляются в текстах разных жанров и стилей и представляют собой сильное стилистическое средство. Однако именно в публицистике они получили самое широкое распространение за счет особенностей данного стиля речи. Сегодня средства массовой информации являются главным каналом распространения публицистических текстов [3]. Современные СМИ выполняют, прежде всего, роль посредника между властью и обществом, доносящего политические идеи в массы. Однако, помимо этого, важное значение имеет роль СМИ как активного участника информационного обмена, предоставляющего собственную интерпретацию описываемых событий и формирующего тем самым общественное мнение.

Публицистический стиль является одним из самых выразительных и экспрессивных стилей речи. Он не только характеризуется богатым фондом специфической лексики, но и является уникальным с точки зрения стилистики. Поскольку основная цель публицистического текста заключается в обеспечении какого-либо вида воздействия на реципиентов, в реализации прагматической направленности, главной задачей автора является сделать данный текст как можно более запоминающимся и экспрессивным [4]. Стилистическая сила текста рассматривается как одна из сторон прагматического воздействия языка, основанного на особом отборе языковых явлений. Любой стилистический приём — это ничто иное, как способ организации речевого акта, который обеспечивает адекватную передачу информации со стороны адресата, а также восприятие содержания и смысла текста реципиентом, включая и фактор прогнозируемого воздействия как неотъемлемой части речевого общения [5]. Именно экспрессивность, присущая публицистическому стилю, и интенсивность через языковые средства оказывают желаемое воздействие на адресанта текста.

Фразеологизмы библейского происхождения являются одним из самых ярких и действенных стилистических приемов, применяющийся для достижения побудительного эффекта и использующийся во всех жанрах публицистики без исключения. За использованием библеизма всегда скрывается стилистический приём аллюзии – отсылка на известный факт, намек на популярное произведение, крылатое выражение, прецедентный феномен. Аллюзии на библейские сюжеты представляют собой самое яркое стилистическое средство, что не удивительно, ведь именно Библия является самой знаменитой книгой в мире, самой читаемой, продаваемой и часто переводимой на другие языки [6].

Стоит отметить, что библеизмы зачастую многим отличаются от их библейских прототипов, расходятся в лексическом запасе, грамматической конструкции, или элементами семантики. Данная особенность фразеологических единиц называется вариативностью. Обычно вариативность связана с переосмыслением изначального выражения, употребленного в тексте Библии, но также могут наблюдаться вариации в порядке слов или



отказе от архаической формы [3]. К таким вариациям иногда прибегают целенаправленно: например, в рамках публицистического текста такой прием является сильным стилистическим средством, помогающим завладеть вниманием аудитории и оказать на нее влияние, тем самым осуществляя принцип прагматической направленности.

В ходе данного исследования было проанализировано 75 публицистических статей на различную тематику, содержащих один или более фразеологизмов библейского происхождения. Было выявлено, что в большинстве случаев публицистический текст характеризуется использованием фразеологической единицы именно в измененном, преобразованном виде.

В рамках современных англоязычных публицистических текстов можно выделить несколько основных видов вариации фразеологизмов библейского происхождения на каждом языковом уровне.

Прежде всего, стоит отметить тенденцию авторов к намеренному изменению грамматической формы при использовании библеизма в статьях на разную тему. Такие изменения затрагивают, в первую очередь, число знаменательных частей речи, которым свойственна данная категория. Так, например, один из наиболее распространенных и часто встречаемых библеизмов – *to bear one's cross*, в русском языке имеющий аналог *нести бремя* – зачастую используется в публицистике в измененном виде. В одной из анализируемых статей данный библеизм был использован в следующем контексте: *British Airways has many crosses to bear* [7] – множественное число существительного в данном случае преобразует значение библеизма, который используется здесь для обозначения большого количества незначительных проблем и трудностей, с которыми приходится сталкиваться британской авиакомпания. Также стоит отметить интересное использование библейского выражения *Adam's apple* в заголовке статьи *Adam's apples* [8], посвященной истории о создании органической фермы. Использование слова *яблоки* в прямом значении добавляет повествованию иронии и привлекает внимание читателей.

Помимо вариативности в категории числа, изменения также наблюдаются в использовании артиклей. Именно в публицистических текстах данная фразеологическая вариативность встречается наиболее часто, и потому мы можем наблюдать несколько форм одного библеизма. К примеру, выражение *an eye for an eye* во многих случаях используется как в своей полной форме, так и с опущением одного или даже двух артиклей. Библеизм *thorn in the flesh* также склонен к эллипсису, иначе «опущению» артикля, в то время как выражение *olive branch*, напротив, тяготеет к употреблению с неопределенным или даже определенным артиклем. Стоит отметить, что в английском языке категория артиклевой детерминации занимает важное место в системе существительного, а потому различные вариации в данной области воспринимаются носителями как яркое стилистическое средство, способное привлечь внимание аудитории.

Уникальной особенностью англоязычных публицистических текстов также является вариация в использовании предлогов, представляющая собой наиболее частое явление. Так, в ходе нашего анализа было выявлено несколько случаев вариативности предлогов в составе фразеологических выражений. К примеру, в статье, посвященной расизму, библеизм *cast pearls before swine*, дословно переводящийся на русский язык как *метать бисер перед*

свиньями, в некоторых случаях используется в статьях с предлогом *on*: *The wealthy madam doesn't bother that the nannies accompanying her prim children are dressed in rags; she can afford to clothe them nicely, but then, she can also afford to cast pearls on swine* [9]. Помимо этого, интересным примером вариативности предлогов в составе библеизмов может послужить замена предлога *in* на *within* в библеизме *in a twinkling of an eye*.

Помимо уже разобранных тенденций к вариативности библеизмов, можно также выделить конверсию и изменение временной формы выражения. Так, например, конверсию можно наблюдать в многочисленных случаях использования библеизма *at the eleventh hour* в качестве прилагательного – подобное можно видеть в статье *US tech firms make eleventh-hour attempt to halt tax avoidance reforms* [10]. Вариативность временной формы, в свою очередь, не является распространенным феноменом и может наблюдаться только фразеологизмах-фразах, содержащих в своем составе глагол. Так, библеизм *can leopard change its spots* употребляется в одной статье в виде риторического вопроса *Will this leopard change his spots?* [11] – форма будущего времени позволяет сделать данное выражение еще более экспрессивным и дает читателям почву для размышлений, заставляет задуматься.

Двумя последними интересными феноменами грамматической вариативности библеизмов в публицистических текстах являются эллипсис элементов исходного библеизма, а также добавление новых слов в его состав. Эллипсис можно наблюдать при использовании выражения *a lone voice in the wilderness* вместо исходного библеизма *a lone voice crying out in the wilderness* в статье про мировоззрение спортивного судьи [12], а также повсеместное сокращение фразы *good Samaritan* до просто *Samaritan* в нескольких анализируемых статьях. Добавление новых слов в состав оригинального библеизма, в свою очередь, является наиболее распространенным феноменом в рамках публицистического текста. Такие выражения, как *a large fly in the Prime Minister's political ointment* (от библеизма *fly in the ointment*), *within a cosmic twinkling of an eye*, *wrong number of the beast*, *can this leopard change his spots* и многие другие используются авторами с целью вкрапления библеизма в статью, что преобразовывает текст и помогает реализовать принцип прагматической направленности публицистических произведений.

Кроме изменения грамматической формы фразеологизмов библейского происхождения, также стоит уделить внимание варьированию лексического состава. К примеру, библеизм *the cup of woe*, произошедший от библейского высказывания *to drain the cup of woe to the dregs* в современной публицистике встречается в различных вариациях лексического состава. Прежде всего, можно выделить вариативность глагола – *to drain/to drink* в зависимости от интенции автора текста, а также использование широкого спектра синонимов слова *woe*, включающих менее поэтические аналоги, такие как *bitterness*, *humiliation* и другие. Кроме того, особенности стилистики определенных статей зачастую требуют использование более нейтрального синонима, и, в связи с этим, появился такой вариант библеизма *the root of all evil* как *the source of all evil*, который получил широкое распространение в публицистических текстах различной тематики.

Особую специфику таких вариаций стоит разобрать на конкретном примере. Статья *The blind leading the trusting* [13], опубликованная на платформе публицистического издания *The Guardian*, описывает конфликт британского политика Дэвида Сейнсбери из-за поддержки

корпораций, производящих генномодифицированную продукцию, что, по мнению большей части населения страны, идет вразрез с общим благом. Попав под шквал критики общественности, политик попытался загладить ситуацию, объяснив, что поскольку его акции в нескольких биотехнологических компаниях были помещены в слепой траст, он не может полностью контролировать действия данных компаний и потому не несет за них ответственность. Однако, согласно автору статьи, данная причина является недостаточно хорошей, чтобы оправдать поступки политика. Заголовок статьи – *The blind leading the trusting* – является вариантом библеизма *the blind leading the blind* и используется автором для характеристики бывшего премьер-министра Великобритании, Тони Блэра, обещавшего в результате своей экономической реформы «освободить людей» от плена капитализма, а в итоге позволил корпорациям свободно управлять населением страны. Слово *the blind* напрямую описывает его как человека, который сам плохо разбирается в обсуждаемом вопросе, в то время как слово *the trusting* характеризует таких людей как Дэвид Сейнсбери и использовано здесь одновременно в двух значениях – «люди, которые доверяют решениям премьер-министра», а также «основатели слепого траста, передающие часть своих акций доверительным владельцам – компаниям». Таким образом, мы можем видеть, что вариантная форма библеизма здесь использована как для характеристики участников конфликта, так и для создания сильного стилистического эффекта – игра слов, заключенная в заголовке, и его ироничность способствуют реализации интенции автора – эмоциональному воздействию на реципиентов информации.

Подводя итог исследования, можно заключить, что фразеологизмы библейского происхождения зачастую используются в публицистических текстах в измененной, вариантной форме. Данная особенность публицистических статей мотивирована необходимостью реализации прагматической направленности – организации текста с целью оказать определенное воздействие на реципиентов информации – сподвигнуть к действиям или обеспечить пропаганду определенных идей. Эмоциональное воздействие может достигаться различными стилистическими приемами, а в рамках публицистического текста – также и отклонениями от норм языковых правил, и нарушениями особенностей узусного употребления языковых (в частности, лексических и грамматических) элементов. В результате использования вариантной формы библеизма, авторская статья преобразуется стилистически, привлекает внимание читателей и позволяет реализовать интенцию автора.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии. – Л., 1963. - С. 93.
2. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка: Уч. пос. для ин-тов и фак. иностр. яз. – 3-е изд., стереотип. Дубна: Феникс+, 2005. – 488 с.
3. Мендельсон В. А. Фразеологические единицы библейского происхождения в английском и русском языках: дисс. ... канд. филол. наук.: 10.02.20 / Мендельсон Вероника Александровна. – Казань, 2002. – 229 с.
4. Васильева А.Н. Газетно-публицистический стиль речи. - М.: 2005. - С. 147.
5. Колшанский Г.В. Коммуникативная функция и структура языка - М. 2007. - С. 176.

6. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка. - Изд-во литературы на иностранных языках. - М.: 2004. - С. 169.
7. Bates S. A cross BA has to bear. TheGuardian.com. 2006. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2006/nov/23/acrossbahastobear> (дата обращения: 05.11.2021).
8. Siegle L. Adam's apples. TheGuardian.com. 2007. URL: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2007/apr/29/foodanddrink.features12> (дата обращения: 19.11.2021).
9. Nwaubani A.T. James Ibori and the 'somebodys' and 'nobodys' of Nigeria. TheGuardian.com. 2012. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/apr/18/james-ibori-nigeria-somebodys-nobodys> (дата обращения: 19.11.2021).
10. Bowers S. US tech firms make eleventh-hour attempt to halt tax avoidance reforms. TheGuardian.com. 2014. URL: <https://www.theguardian.com/business/2014/jan/19/tech-firms-attempt-halt-tax-avoidance-reforms> (дата обращения: 05.11.2021).
11. Keegan W. Will this leopard change his spots? TheGuardian.com. 2013. URL: <https://www.theguardian.com/business/2003/jun/15/theeuro.politics> (дата обращения: 13.11.2021).
12. Hughes M. Optimistic Wenger calls on Arsenal to evoke spirit of '98. The Times. 2006. URL: <https://www.thetimes.co.uk/article/optimistic-wenger-calls-on-arsenal-to-evoke-spirit-of-98-mznlhq10rj5> (дата обращения: 15.11.2021).
13. Monbiot G. The blind leading the trusting. TheGuardian.com. 1999. URL: <https://www.theguardian.com/science/1999/sep/30/gm.food> (дата обращения: 19.11.2021).

**Дробышевская Полина Юрьевна** — студентка бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: rirlir@mail.ru

**Варламова Вера Николаевна** — доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: varlamova7@yandex.ru

## **THE VARIABILITY OF PHRASEOLOGICAL UNITS OF BIBLICAL ORIGIN IN THE PUBLICISTIC TEXT**

**Abstract.** *The article is devoted to the functioning of phraseological units of biblical origin in English-language publicistic texts. Here the variability of lexical composition and grammatical form and its role in achieving the implementation of the pragmatic orientation is considered. The article analyzes several publicistic texts, containing biblical phraseological units in its variable form. The obtained data are used to determine the stylistic significance of phraseological units' variability and its role in the implementation of a pragmatic orientation.*

**Key words:** *publicistic text, phraseological units of biblical origin, pragmatic orientation*

**Polina Y. Drobyshevskaya** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: rirlir@mail.ru

### **Цифровые инструменты как средство достижения педагогической цели образовательной деятельности**

**Аннотация.** В статье на основе проведенного анализа дается определение понятия «цифровой инструмент», объединяющее технологический и функциональный подходы, доминирующие в отечественной и зарубежной научной литературе. Цифровой инструмент рассматривается с позиции решения конкретных педагогических задач на отдельных этапах педагогического процесса. Важным фактором, влияющим на педагогический процесс и выбор цифровых инструментов для применения на его различных этапах, является цифровая образовательная среда. В связи с многообразием электронных устройств и программных приложений большое значение приобретают классификации, которые могут существенно облегчить процесс использования цифровых инструментов для достижения поставленных педагогических задач. В статье рассматриваются некоторые классификации цифровых инструментов, даются рекомендации по их применению в педагогической деятельности.

**Ключевые слова:** цифровой инструмент, педагогическая задача, этапы педагогического процесса, цифровая образовательная среда, смешанное обучение

Стремительные темпы цифровизации в настоящее время обусловили постановку новых целей и задач развития системы образования. Непосредственным ускорителем данного процесса стала пандемия COVID-19, поставившая педагогов и обучающихся перед лицом необходимости взаимодействия онлайн, то есть с применением исключительно дистанционных образовательных технологий. При этом с наиболее проблемной стороны проявили себя вопрос переноса непосредственной (межличностной) коммуникации «педагог – обучающийся» и «обучающийся – обучающийся», а также групповой коммуникации, из обычной аудитории в онлайн без потери качества, а также вопрос вовлеченности обучающихся в образовательный процесс, удержания их внимания.

На протяжении долгого времени исследователи занимались изучением цифровой среды в целом. Большое внимание уделялось разработке электронных учебно-методических комплексов с разной функциональностью в электронной среде. Однако в условиях необходимости сохранения качества межличностной и групповой коммуникации, а также вовлеченности обучающихся в образовательный процесс, существенно повышается роль цифровых инструментов. Именно они, будучи, одновременно, отличительной особенностью цифровой образовательной среды и одним из основных способов взаимодействия, становятся средством достижения педагогической цели.

Цель настоящего исследования состоит в определении понятия «цифровой инструмент» для дальнейшей систематизации цифровых инструментов и разработки методических рекомендаций по их применению для решения поставленных педагогических задач на отдельных этапах педагогического процесса. Для достижения указанной цели использованы методы сравнительного анализа литературных источников, индукции и систематизации.

Определение цифровых инструментов упоминается в зарубежных исследованиях еще в 1998 году [1] в контексте применения компьютера в образовательных целях. Трудно установить конкретный момент появления данного понятия, однако в отечественных исследованиях оно возникает позже: в середине 2000-х появляются статьи, систематизирующие способы применения цифровых инструментов в различных сферах, в частности, в образовании.

Проведенный сравнительный анализ отечественных и зарубежных научных источников показывает, что в исследованиях выделяется два подхода к определениям цифровых инструментов – технически ориентированный и функционально ориентированный.

При применении технически ориентированного подхода в определении цифрового инструмента делают акцент на использовании технических (аппаратных) средств. Хорошим примером применения данного подхода является следующее определение: «инструменты, характеризующиеся электронной и особенно, компьютерной составляющей в своём устройстве» [2, с.5]. Данный пример ярко иллюстрирует главенство технической составляющей в определении цифровых инструментов. Данное определение не несёт информации о функции инструмента в принципе. Ввиду постоянного расширения круга цифровых устройств некоторые авторы включают их перечень в само определение [3; 6].

При применении функционально ориентированного подхода, напротив, в определениях делают акцент на функциональном назначении цифровых инструментов. В частности, в определении на сайте министерства здравоохранения и социальной защиты Англии цифровые инструменты – это «программы, сайты и онлайн ресурсы, которые позволяют упрощать выполнение различных задач» [4].

При этом важно отметить, что указанные подходы выделены на основе анализа зарубежных источников, поскольку несмотря на широкое внимание отечественных исследователей к вопросу цифровых инструментов в целом, понятие «цифровой инструмент» так и не было дифференцировано в русскоязычной среде. В настоящее время оно используется без каких бы то ни было пояснений, как общеупотребительное [5, с.62].

Оба рассмотренных подхода являются верными и отражают определенные стороны сущности цифровых инструментов, одинаково значимые для целей осуществления образовательной деятельности, в связи с чем оба подхода должны быть учтены.

Обратившись к словарям русского языка, можно найти следующее определение понятия «инструмент»: «Инструмент – это орудие, преимущественно ручное, для производства каких-либо работ» [6]. Данное определение инструмента является сложившимся, не меняется со временем и даже в отношении различных прикладных дисциплин, подчеркивает функциональное назначение и, что является принципиальным,

содержит указание на цель применения инструмента. Отталкиваясь от общего понятия инструмента и описанных подходов, сформулируем обобщенное понятие «цифровой инструмент» применительно к достижению цели педагогического процесса.

Педагогический процесс разными авторами понимается как деятельность, направленная на достижение определенных педагогических целей и задач [7, с. 590], в которой выделяется три основных этапа: подготовительный, связанный с проектированием, основной, связанный с осуществлением педагогического взаимодействия, и заключительный, направленный на анализ и устранение ошибок [8, с. 117]. Каждому этапу соответствует свой набор педагогических задач, решение которых ведет к достижению общей цели педагогического процесса. На каждом из этапов педагогического процесса возможно применение цифровых инструментов, при этом один и тот же цифровой инструмент на разных этапах педагогического процесса может применяться по-разному. Например, популярное офисное приложение Microsoft Power Point может быть использовано педагогом на подготовительном этапе для разработки презентации, а также на основном этапе для обучения учащихся работе в нем.

Таким образом, цифровой инструмент можно понимать как программно-аппаратный комплекс, позволяющий реализовывать конкретную педагогическую задачу на отдельном этапе педагогического процесса. В связи с большим разнообразием и многофункциональностью современных цифровых инструментов введение в данное определение понятия этапа педагогического процесса призвано облегчить их выбор в практической педагогической деятельности.

Неотъемлемой частью педагогического процесса и условием для применения цифровых инструментов является образовательная среда. Согласно классификации В. И. Слободчикова, понятие образовательной среды, складывающееся на протяжении долгого времени, можно рассматривать «как совокупность условий, обстоятельств, окружающую индивида обстановку, и соответственно – границу, определяемую масштабом защиты от среды и ее утилизации (способностью к ассимиляции и аккомодации)» [9, с. 52]. Данный подход позволяет рассматривать равно эффективно цифровые инструменты в любой образовательной среде: от традиционной образовательной среды, в которой осуществляется очная межличностная и групповая коммуникация, до цифровой образовательной среды, которую будем понимать как «совокупность условий, обеспечивающих информационное взаимодействие между преподавателями, обучающимися и информационными ресурсами, а также функционирование структур управления учебно-воспитательным процессом» [10, с.3560].

Несмотря на то, что многие авторы относят цифровую среду к цифровым инструментам [11, 12], хотелось бы отметить, что среда является более широким понятием. Она формирует пространство, в котором происходит педагогический процесс, и является основанием для применения цифровых инструментов. Такого же мнения придерживаются и другие авторы [5;13;14]. В частности, в работе Баевой И. А. [15] выделяется ряд психологических характеристик, присущих именно образовательной среде как пространству общения, и не свойственных произвольным цифровым инструментам. Важнейшими психологическими характеристиками образовательной среды являются направленность личности в общении и психологическая безопасность среды, которые, в свою очередь,

описываются набором параметров. Таким образом, образовательная среда неотделима от педагогического процесса. Характеристики цифровой образовательной среды и степень ее вовлечения в педагогический процесс, а именно степень вовлечения в процесс коммуникации «цифрового посредника», определяют вид педагогического взаимодействия (традиционное обучение, смешанное обучение, дистанционное обучение) и существенно влияют на выбор цифровых инструментов. В частности, цифровые инструменты могут быть полностью интегрированы в цифровую образовательную среду, то есть являться внутренними по отношению к ней (например, инструмент тестирования в LMS Moodle), либо быть автономными (например, мобильный телефон с установленным AR-приложением), то есть являться внешними по отношению к цифровой образовательной среде.

Как уже отмечалось, в настоящее время существует огромное многообразие различных цифровых инструментов, количество и функциональность которых с каждым днем стремительно возрастают. Сталкиваясь с сотнями различных инструментов при планировании своей деятельности, педагоги могут использовать классификации цифровых инструментов, упрощающих процесс их выбора и дальнейшего применения. Исходя из данного выше определения, одной из главных характеристик цифрового инструмента является цель его применения, то есть решение поставленной педагогической задачи. В данном случае для выбора цифровых инструментов целесообразно применение Педагогического колеса, которое рассматривает педагогический процесс с точки зрения постановки задач с использованием модели Б. Блума [16]. Каждая из пяти категорий четвертой версии Педагогического колеса содержит приложения, способствующие достижению соответствующих образовательных целей в соответствии с таксономией Б. Блума. Важно отметить, что Педагогическое колесо включает кроссплатформенные решения, применимые как на стационарных устройствах (компьютеры), так и на переносных (планшеты, смартфоны) на платформах Android и iPhone, либо решения, имеющие аналоги на всех платформах. В связи с этим какие-то уникальные «штучные» разработки, созданные для достижения конкретных целей в Педагогическое колесо включены быть не могут. Данная классификация может быть использована педагогами, которые ещё не владеют цифровыми технологиями в совершенстве и имеют средний уровень подготовки, так как она, с одной стороны, опирается на педагогические принципы, знакомые и понятные большинству педагогов, с другой стороны, оперирует универсальными цифровыми инструментами.

Однако помимо целей к характеристикам цифровых инструментов можно отнести большой ряд параметров, который к настоящему моменту четко не описан. Классификации по дополнительным наборам параметров обеспечат возможность выбора способов достижения поставленной педагогической задачи с помощью различных аппаратных или функциональных особенностей цифровых инструментов.

Наиболее обширной классификацией цифровых инструментов является интерактивная классификация *Global learning landscape* [17], объединяющая их по сферам возможного применения, целям, достижению которых способствуют инструменты, различным моделям представления учебных материалов, направленности на аудиторию и участников



образовательного процесса. Версия 2021 года данной классификации насчитывает 55 категорий. Стоит отметить, что часть инструментов относятся сразу к нескольким категориям, что отличает данную классификацию от педагогического колеса. Данная классификация полезна тем, что она охватывает максимальное количество цифровых инструментов, даже за рамками педагогической деятельности. В отличие от Педагогического колеса, включающего только достаточно универсальные кроссплатформенные решения, классификация Global learning landscape позволяет получить информацию о самых различных, в том числе и узко специализированных цифровых инструментах. Именно поэтому классификация существует только в электронном (интерактивном) формате и постоянно пополняется. Поскольку у данной классификации нет внутренней педагогической дифференциации в зависимости от поставленных педагогических задач, она не подходит для построения первоначального списка цифровых инструментов, так как не упрощает их подбор на начальном этапе. Однако она может служить хорошим средством для поиска альтернатив или расширения уже имеющейся подборки цифровых инструментов.

Таким образом, проведенный сравнительный анализ позволил дать обобщенное определение понятия «цифровой инструмент» с позиции решения конкретных педагогических задач на отдельных этапах педагогического процесса. Характеристики цифровой образовательной среды и степень ее вовлечения в педагогический процесс определяют вид педагогического взаимодействия (традиционное обучение, смешанное обучение, дистанционное обучение) и существенно влияют на выбор цифровых инструментов. Принципиальным моментом для проведения дальнейших исследований является разграничение понятий цифровой образовательной среды и цифрового инструмента, поскольку среда является условием реализации и частью педагогического процесса, его окружением, а инструменты – прикладным средством для достижения педагогических целей.

В связи с большим многообразием цифровых инструментов и стремительным ростом их количества и функциональности для выбора и дальнейшего применения цифровых инструментов педагогам рекомендуется использовать классификации. Наиболее целесообразным видится комбинированное использование Педагогического колеса, позволяющего выбрать приложения, способствующие достижению конкретных образовательных целей, и интерактивной классификации Global learning landscape, предоставляющей для отбора целый ряд дополнительных характеристик. Применение Педагогического колеса наиболее целесообразно на этапе планирования педагогического процесса. Оно позволяет выбрать первичный набор кроссплатформенных решений, способствующих достижению поставленных педагогических задач, и может быть использовано педагогом, имеющим средний уровень ИКТ-компетенций. Применение же интерактивной классификации Global learning landscape уместно на заключительном этапе педагогического процесса для расширения списка отобранных цифровых инструментов или поиска альтернатив.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Wenglinsky H. Does it compute? The Relationship between Educational Technology and Students Achievements in Mathematics: Report. – New Jersey: Educational Testing Services, 1998. – 40 p.
2. Berg E., Blijleven P. J., Jansen L. M. Digital Learning Materials: Classification and Implications for the Curriculum. Engineering. – 2004. – URL: <http://www.verversfoundation.nl/docs/ORD2001.pdf> (дата обращения: 12.03.2021)
3. Иванова Л. А., Егорова А.В. Инновационная деятельность современной школы. Развитие и распространение лучшего опыта в сфере формирования цифровых навыков в образовательной организации: материалы Всерос. науч.-метод. конф. с международным участием (Чебоксары, 31 дек. 2019 г.) / редкол.: Л.А. Иванова [и др.]. – Чебоксары, 2019. – С. 295–297.
4. Department of health and social care UK. TOOLS: Knowledge of common digital tools and how they can help you do your job: сайт. – URL: <https://engage.dhsc.gov.uk/digitalpassport/tools/#:~:text=Digital%20tools%20are%20programs%2C%20we,Security%20module%20for%20more%20info> (дата обращения: 12.03.2021).
5. Калимуллина О. В., Троценко И. В. Современные цифровые образовательные инструменты и цифровая компетенция: анализ существующих проблем и тенденций // Открытое образование. – 2018. – Т. 22, № 3. – С. 61–73.
6. Евгеньева А.П. Словарь русского языка: В 4-х т. / РАН, Ин-т лингвистич. Исследований — 4-е изд., стер. — М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999.
7. Ховов О. Б. Педагогическая система и педагогический процесс: субъективизм и реальность. CyberLeninka: научная электронная библиотека «КиберЛенинка». Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pedagogicheskaya-sistema-i-pedagogicheskiy-protsess-subektivizm-i-realnost/viewer> (дата обращения: 12.03.2021).
8. Подласый И. П. Педагогика: учебник для бакалавров. – 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2012. — 574 с.
9. Журавлева С. В. Исторический обзор становления понятия «образовательная среда» в педагогической науке. Научное обозрение. Педагогические науки. – 2016. – № 3. – С. 48–56.
10. Кязимов К. Г. Цифровая образовательная среда как условие для применения цифровых образовательных технологий в УПО. Профессиональное образование в современном мире. – 2020. – Т. 10, № 1. – с. 3556–3565.
11. Наиболее популярные цифровые инструменты 2018 года по мнению учителей. Дидактор. Педагогическая практика. Режим доступа: <http://didaktor.ru/naibolee-populyarnye-cifrovye-instrumenty-2018-goda/> (дата обращения: 11.03.2021).
12. Разбор: 12 типов цифровых инструментов для школы. Edutainme. Режим доступа: <http://www.edutainme.ru/post/razbor-12-tipov-tsifrovyykh-instrumentov-dlya-shkoly/> (дата обращения: 11.03.2021).
13. Егорова Т. Г. Образовательная среда как педагогический феномен. Вест. Шадр. гос. педагог. ун-та. – 2013. – № 2 (18). Режим доступа: <http://shgpi.edu.ru/files/nauka/vestnik/2013/2013-2-10.pdf> (дата обращения: 13.03.2021).

14. Беляев Г. Ю. Педагогическая характеристика образовательной среды в различных типах образовательных учреждений: Спец. 13.00.01 «Общая педагогика»: дис. ... канд. пед. наук / Г. Ю. Беляев. – Москва, 2000. – 157 с.

15. Баева И. А. Психологическая характеристика образовательной среды: диагностика и оценка. Изв. Российского гос. педагог. ун-та им. А. И. Герцена. Социологические науки. – 2002. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskaya-harakteristika-obrazovatelnoy-sredy-diagnostika-i-otsenka> (дата обращения: 13.03.2021).

16. Carrington A. The Padagogy Wheel – It’s Not About The Apps, It’s About The Pedagogy. Teachthought. We grow teachers. – URL: <https://www.teachthought.com/technology/the-padagogy-wheel> (дата обращения: 11.03.2021).

17. Global Learning Landscape. Holon IQ. – URL: <https://www.globallearninglandscape.org/> (дата обращения: 13.03.2021).

**Дубенский Артём Михайлович** – студент магистратуры; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: Artem.Dubenskiy@ya.ru

**Зима Елена Алексеевна** – доцент; Центр качества образования; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: zima\_ea@spbstu.ru

#### **DIGITAL INSTRUMENTS AS MEANS TO ACHIEVE THE PEDAGOGICAL OBJECTIVE OF EDUCATIONAL ACTIVITIES**

**Abstract.** *The article provides a definition of the concept of "digital tool" based on the conducted analysis, which combines technological and functional approaches, dominant in domestic and foreign scientific literature. A digital tool is considered from the position of solving specific pedagogical tasks at certain stages of the pedagogical process. An important factor influencing the pedagogical process and the choice of digital tools to be applied at different stages of the pedagogical process is the digital educational environment. Due to the variety of electronic devices and software applications, classifications are of great importance and can greatly facilitate the process of using digital tools to achieve given pedagogical goals. This article discusses some of the classifications of digital tools and provides guidelines for their use in pedagogical activities.*

**Key words:** *digital tool, pedagogical task, stages of the pedagogical process, digital education environment, blended learning*

**Artem M. Dubensky** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: Artem.Dubenskiy@ya.ru

**Elena A. Zima** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: zima\_ea@spbstu.ru

**Фандрайзинг и «новые медиа» в современной России: литературный обзор**

**Аннотация.** В статье рассматриваются теоретические, юридически-правовые и маркетинговые аспекты применения фандрайзинговых методов в контексте современных сетевых изданий — так называемых «новых медиа». Поскольку фандрайзинг как способ привлечения средств наиболее характерен для некоммерческих организаций, то и их платформы, зачастую выполняющие роль СМИ, несут социально важный или просветительский характер. Это, в свою очередь, не только поднимает вопрос о состоятельности подобных онлайн-изданий как источника ресурсов, но и приводит к дискуссии о роли социальной журналистики в становлении гражданского общества в современной России.

**Ключевые слова:** фандрайзинг, новые медиа, привлечение средств, интернет-СМИ, некоммерческие организации

Вопрос формирования гражданского общества — «совокупности объединений, связей, отношений граждан, не входящей в государство и отстаивающей собственные индивидуальные и групповые интересы» [1, с.2] — до сих остаётся актуальной для современной России. Оценки различных исследователей в этой области разнятся: одни говорят о наличии серьёзных проблем, другие и вовсе настаивают на несформированности гражданского общества [1, с.5]. Так или иначе, формирование и поддержание жизнедеятельности организаций и объединений, несущих непосредственно социально важную функцию, имеет широкий потенциал для исследования.

И один из важных аспектов проблемы построения гражданского общества в России — это его связь со средствами массовой информации и коммуникации. Гарантируемые Конституцией права на свободу слова в средствах массовой информации должны способствовать освещению общественных проблем и информированию широких кругов населения. И к таким медиа гражданского общества относят в том числе издания общественно-политических и неполитических организаций [2, с.82].

В данной статье, однако, особое значение придается именно сетевым СМИ, которые посвящены той или иной актуальной в обществе проблеме. В первую очередь, это связано с тем, что кроме выделяемых классически функций СМИ — информативной, идеологической, когнитивной, образовательной, контролирующей и т.д. — они имеют ещё и широкий маркетинговый потенциал. Учитывая, что очень часто онлайн-СМИ с выраженной остросоциальной тематикой принадлежат некоммерческим организациям, это помогает им не только донести важную информацию через создаваемые материалы, но и привлечь большее количество ресурсов — материальных и человеческих. А интернет как коммуникационная платформа с развитой системой маркетинговых инструментов помогает в выборе целевой аудитории и облегчает процесс сбора пожертвований.

И если практически подобные онлайн-издания широко создаются и реализуются, то с теоретическим изучением данного феномена всё сложнее. В первую очередь, сами дефиниции интернет-СМИ (и синонимичных этому терминов) достаточно расплывчаты.

Так, ГОСТ 7.0.83-2013 классифицирует электронное издание сетевого распространения по технологии распространения и определяет как «электронное издание, удаленный доступ к которому осуществляется с другого компьютера, или иного специализированного устройства через информационно-телекоммуникационные сети» [3, с.4].

Как можно заметить, ключевую роль в определении сетевых электронных изданий играет понятие информационно-телекоммуникационной сети. Рассмотрим их сущность. Под информационно-телекоммуникационной сетью (ИТС) официально понимается «технологическая система, предназначенная для передачи по линиям связи информации, доступ к которой осуществляется с использованием средств вычислительной техники» [4]. Частным и наиболее часто используемым примером такой сети является Интернет. Соответственно, электронным изданием распространения в данной сети можно считать интернет-сайт при условии, что он отвечает общим требованиям электронного издания (прошло редакторскую обработку и содержит выходные сведения).

Однако более глубокий анализ ГОСТ 7.0.83-2013 показывает, что необходимые выходные сведения являются весьма устаревшими (например, требование к ISSN в периодических изданиях сетевого распространения, что на практике практически не встречается). В качестве альтернативы можно было бы использовать Перечень наименований зарегистрированных СМИ от Роскомнадзора, который призван каталогизировать в том числе и электронные средства массовой информации. Функции ISSN и перечня Роскомнадзора, однако, серьёзно различаются, и в таком случае придётся признать, что определение интернет-СМИ несёт не столько издательский, сколько правовой характер, что также часто расходится с практикой.

Например, перечень Роскомнадзора не включает список интернет-СМИ, зарегистрированных за рубежом, как это могло бы быть характерно для ISSN. С другой стороны, периодически средством массовой информации на юридическом уровне признаются источники информации, не включенные в перечень Роскомнадзора, что не позволяет считать его аналогом ISSN. Примером может служить недавнее включение в Реестр иностранных средств массовой информации, выполняющих функции иностранного агента, пяти физических лиц. Соответственно, главным условием наделения какого-либо сайта статусом интернет-СМИ можно считать наличие оригинальных материалов и прохождение редакционно-издательской подготовки.

Именно в этот момент возникает вопрос терминологического соотношения интернет-СМИ (онлайн-СМИ, сетевых СМИ, сетевых электронных изданий, электронных изданий сетевого распространения) и так называемых «новых медиа». Под последними, как правило, понимается совокупность сразу нескольких видов сетевой продукции: блогов, элементов виртуальной реальности, социальных сетей, онлайн-газет, компьютерных игр [5, с. 395]. И на первый взгляд может показаться, что термин «новые медиа» гораздо шире, чем понятие интернет-СМИ. Достаточно, однако, взглянуть на три основные особенности «новых медиа»

— гипертекстуальность, интерактивность и мультимедийность, — чтобы понять, что границы между описанными видами очень размыты. Яркий пример такой «новой медиа» (конечно, поднимающей социально важную проблему) — проект PROJECT9, который сочетает интерактивный фильм, социальные сети, уникальные материалы и виртуальную реальность. Кроме того, на сайте присутствует кнопка «Пожертвовать», при нажатии на которую появляется страница помощи центру «Анна».

Подобное привлечение средств — это пример фандрайзинга, появившегося в России в качестве профессиональной деятельности совсем недавно. В западных странах феномен фандрайзинга известен давно. Как утверждает М. Сурина, это связано прежде всего с тем, что становление в них гражданского общества сопровождалось развитием некоммерческих организаций, взявших на себя решение социально значимых проблем. Это, в свою очередь, привело к профессионализации фандрайзинга и намного усложнило его процесс [6, с. 308].

В русскоязычной среде консенсуса касательно понятия также не наблюдается. Общественная правозащитная организация «Гражданский контроль» также ограничивает понятие фандрайзинга рамками некоммерческих проектов и НКО. Для коммерческих же вводит термин краудфандинга. Кроме того, для PR фандрайзинга, по определению «Гражданского контроля», характерно задействование более широкого спектра механизмов или источников, отсутствие какой-либо материальной выгоды для донора и системность [7, с. 135]. Другая организация — АНО «Ресурсный центр поддержки некоммерческих организаций и гражданских инициатив» — описывает краудфандинг и краудсорсинг (привлечение добровольцев) как разновидности фандрайзинга, ориентированные на технологии и существующие в основном в интернет-среде [8, с. 4].

В России фандрайзинг и краудфандинг находятся не в лучшем положении. Интерес крупного бизнеса к социальным инвестициям почти отсутствует. На законодательном уровне существует проблема формулировок и, до недавнего времени, реестров некоммерческих организаций. Исследователи выделяют несколько проблем современного состояния краудфандинга и, следовательно, фандрайзинга:

Эти методы финансирования зачастую не знакомы широкой публике.

Существует необходимость формирования новых навыков в рамках профессиональной деятельности не только фандрайзера, но и маркетолога.

Низкий рейтинг доверия в обществе к любым призывам, что связывают с воспоминаниями о сложной ситуации конца XX — начала XXI веков.

Кроме того, существуют правовые аспекты, которые не всегда дают конкретное и чёткое представление о фандрайзинге. Рассмотрим некоторые из них.

Как такового определения фандрайзинга в законодательной среде нет. В 2019 году был принят законопроект, который в СМИ называли «Законом о краудфандинге» — ФЗ №259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

В нём впервые были задействованы такие термины, как «инвестиционная платформа» и «утилитарные цифровые права». Несмотря на все заявления СМИ, закон напрямую связан не столько с краудфандингом, сколько с краудинвестингом — тем самым видом краудфандинга, от которого можно ждать дохода. Так, представители двух крупных

российских площадок — Planeta.ru и Boomstarter — заявили о том, что законопроект не имеет никакого отношения к их деятельности.

В правовом поле существует ст. 157 ГК РФ «Сделки, совершенные под условием». Её содержание может отражать сущность краудфандинга (и иногда фандрайзинга), так как условием в таком случае будет являться сбор определённой суммы и наступление срока проекта [9]. К частным случаям фандрайзинга и краудфандинга могут быть применены ст. 492 ГК РФ «Договор розничной купли-продажи», ст. 572 ГК РФ «Договор дарения», ст. 1005 ГК РФ «Агентский договор» и связанные с ними. К тому же не стоит забывать об авторских правах и положениях раздела VII — «Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации». Финансовую сторону вопроса регламентирует как ГК РФ, так и различные федеральные законы — например, ФЗ № 54-ФЗ от 22.05.2003 «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации».

При этом нужно учитывать различные формы бухгалтерских отчётов. Привлекаемые и расходующие средства организации должны соответствовать Уставу и целям, прописанным в нём. Желательно составление Программы деятельности организации с включением доходов и расходов [7, с.152].

Источники средств, которые может привлечь некоммерческая организация, делятся на внешние и внутренние [7, с. 136]. Внешние включают государство, различные фонды, бизнес, а также пожертвования от частных лиц. Внутренние включают методы привлечения средств, которые не требуют привлечения лиц, не входящих в организацию: активное и пассивное предпринимательство (к вопросу о терминологическом различии), внутренний фандрайзинг, оптимизация [7, с.136].

Возвращаясь к вопросу о возможностях фандрайзинга в рамках средств массовой информации, несущих общественно важную функцию, стоит обсудить проблему с «иностранными агентами». Отдельный реестр, посвящённый СМИ-иностранным агентам, уже упоминался выше. Основными критериями, позволяющими отнести организацию к «иностранным агентам», является политическая деятельность и иностранное финансирование, в т.ч. через посредника [10].

В условиях, когда большая часть некоммерческих организаций (особенно правозащитных) имеет международные связи, а политическая деятельность может толковаться самым широким образом, введение термина «иностранный агент» лишь создаёт дополнительное недоверие к некоммерческим организациям среди населения.

Кроме того, стоит отметить основные площадки, на которых может совершаться публикация материалов и, соответственно, привлекаться средства:

Создание собственного сайта. Как правило, на нём могут быть указаны реквизиты организации или прикреплены интернет-кошельки для перевода в них средств.

Социальные сети. Данная форма представляет неограниченные возможности как для коммуникации между организацией и донорами, так и для консолидации волонтеров и добровольцев.

Мобильные приложения. Как и сайт, является способом, требующим вложения немалых средств.

Одна из главных идей, закладываемых в статье, посвящена именно интернет-СМИ с общественно важной функцией как маркетинговому инструменту, и при формировании стратегии стоит исходить именно из выбора площадки. Также нужно учитывать, что на каждый шаг её создания и для дальнейшего поддержания будет требоваться достаточно серьёзный человеческий ресурс. Поэтому, только приступая к созданию стратегии, нужно учитывать свои возможности в дальнейшей перспективе.

В заключение стоит отметить, что интернет-СМИ с общественно важной функцией сами по себе являются относительно новым, не изученным до конца явлением. Исследователи часто рассматривают их с журналистской, стилистической точки зрения, но их функционированию, а тем более финансированию должного внимания не уделяют. Это открывает целое направление фандрайзинговой журналистики, которую можно и нужно изучать.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Богомолова Т.П., Шулус А.А. Гражданское общество в современной России: этапы становления и ключевые институты. Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/grazhdanskoe-obschestvo-v-sovremennoy-rossii-etapy-stanovleniya-i-klyuchevye-instituty> (дата обращения: 08.03.2021).

2. Штейман М.С., Синютина Е.В. СМИ как фактор построения гражданского общества в России. Инновационная наука. 2020. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smi-kak-faktor-postroeniya-grazhdanskogo-obschestva-v-rossii> (дата обращения: 08.03.2021).

3. ГОСТ 7.0.83-2013 СИБИД. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения. Национальный стандарт Российской Федерации: издание официальное: утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 октября 2013 г. N 1163-ст. Введ. 2014-03-01. М: Стандартинформ, 2014.

4. О средствах массовой информации: Федеральный закон № 2124-1: с изм. и доп. от 01.01.2021 // ГАРАНТ.РУ URL: <http://base.garant.ru/10164247/> (дата обращения: 08.03.2021).

5. Богословская В.Р., Долгенко А.Н., Мурашко С.Ф., Рудакова С.В. Новые медиа и вульгаризация глобального медиaprостранства. Власть истории — история власти. 2020. №21. С. 394-401.

6. Сурина М. Профессионализация фандрайзинга в современном российском обществе. Профессии социального государства. М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2013. С. 308-325.

7. PR для правозащитных НКО. Руководство для тех, кто хочет меняться. СПб: «Гражданский контроль», 2017. 232 с.

8. Фандрайзинг / Краудфандинг / Краудсорсинг для некоммерческих организаций. Ярославль: ИП Дурынин В.В., 2019. 8 с.

9. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (с изм. от 12.05.2020). «Консультант Плюс» URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/) (дата обращения: 09.03.2021).



10. Федеральный закон «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. 30.12.2020). «Консультант Плюс» URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_8824/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824/) (дата обращения: 09.03.2021).

**Дутова Анастасия Андреевна** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Россия, Санкт-Петербург; dutova.aa@edu.spbstu.ru.

**Шакуров Андрей Алексеевич** — доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Россия, Санкт-Петербург.

## **FUNDRAISING AND NEW MEDIA IN MODERN RUSSIA: LITERATURE REVIEW**

**Abstract.** *The article deals with theoretical, legal, and marketing aspects of the fundraising methods in modern online publications — a form of the so-called New Media. Since fundraising is most typical for non-profit organizations, their platforms, which often play the role of mass media, are socially important or educational in nature. This, in turn, not only raises the question of viability in such online publications but also leads to a discussion about the role of social journalism in the formation of civil society in modern Russia.*

**Key words:** *fundraising, new media, online publications, non-profit organizations*

**Anastasia A. Dutova** — Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Russia, St.Peterburg; e-mail: dutova.aa@edu.spbstu.ru.

**Andrey A. Shakurov** — Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Russia, St.Peterburg.

УДК 811.1/2

**В.М. Евсей, Л.К.Бободжанова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Фразеологические единицы с анималистическим компонентом как отражение национальной языковой картины мира**

**Аннотация.** *Статья посвящена лингвокультурологическим особенностям фразеологических единиц с зоонимическим компонентом. В работе проанализированы такие понятия как «зооним» и «национальная языковая картина мира». Рассмотрены примеры употребления фразеологизмов с анималистическим компонентом, которые наиболее ярко отражают особенности национальной языковой картины мира. В работе представлен сопоставительный анализ фразеологических единиц с компонентом-зоонимом в испанском, английском и русском языках. Проведенный анализ позволил выявить определенные семантические сходства и различия устойчивых выражений, возникших под влиянием национально-культурных особенностей в исследуемых языках.*

**Ключевые слова:** лингвокультурология, фразеологическая единица, зооним, национальная языковая картина мира, сопоставительный анализ

Проблема взаимосвязи языка и культуры стала одной из самых изучаемых среди ведущих лингвистов. Многие существующие национально-культурные особенности проецируются в языке и непосредственно изменяют его, отчего создается общая национальная языковая картина мира. Язык позволяет идеализировать окружающий людей мир в предметном и чувственном плане, отчего в мировоззрении людей происходит формирование обобщений о культурных особенностях нации [1]. Язык и культура находятся в постоянном взаимодействии и напрямую детерминируют мировоззрение, поведение и идеологию людей. Большой интерес представляет природа возникновения устойчивых словосочетаний, которые, как зеркало, отражают языковую картину мира различных национальностей. В свою очередь изучение фразеологической картины мира определенного языка позволяет более полно и точно понять национально-культурные особенности.

*Целью* написания данной статьи является рассмотрение общих и необщих черт во фразеологической картине мира, представленной устойчивыми выражениями с анималистическим компонентом, испанского, английского и русского языков. Для ее достижения были поставлены следующие *задачи*: рассмотреть понятия «зооним» и «национальная языковая картина мира», провести сопоставительный анализ фразеологизмов с анималистическим компонентом в рассматриваемых языках.

*Методы теоретического исследования* включали: изучение, анализ и обобщение научной литературы по исследуемой проблеме. *Методы эмпирического исследования* основывались на сопоставительном анализе фразеологических единиц с анималистическим компонентом в рассматриваемых языках и описании результатов исследования.

*Актуальность* данной темы проявляется в постоянном интересе к изучению фразеологических единиц с анималистическим компонентом, в которых наиболее ярко находит свое отражение национальная языковая картина мира. Сопоставительный анализ существующих фразеологических единиц с анималистическим компонентом в различных языках позволяет определить присущие им коннотации, возникшие под влиянием национальной самобытности народов, и установить, насколько они совпадают или различаются в разных лингвокультурах, что определяет *практическую значимость* работы. В свою очередь *теоретическая значимость* проявляется в предпринятом анализе фразеологических единиц с компонентом-зоонимом с лингвокультурной точки зрения в испанском, английском и русском языках, который может быть использован для дальнейших исследований по данной теме.

Несомненно, что ментальность народа отражается во многих поверьях, обычаях и устоявшихся традициях, и ее проявление невозможно не заметить в языке. Фразеологическая картина мира выступает важной составляющей для исследования менталитета того или иного народа. Она рассматривает комплексные представления людей о мире, которые возникли либо как результат творческого мышления, либо как ответ на пережитый жизненный опыт [2]. Однако для рассмотрения фразеологических единиц важно понимать, что помимо выражения (лексической составляющей), они обладают особым денотативным

значением, которое и определяет заложенные в них коннотации. Таким образом, фразеологические единицы способны отражать национально-культурные особенности посредством образности своей семантики, а данная особенность устойчивых выражений выражается в их метафоричной природе.

Многие фразеологические единицы трудноразличимы, поскольку возникают из свободных сочетаний слов. Некоторые из них по мере употреблении носителями языка сливаются в устойчивые конструкции, лексические компоненты которых связываются особыми семантическими и грамматическими связями, и отражают национально-культурную специфику. Для нашего исследования важно такое понятие как «национальная языковая картина мира», поскольку именно в ней отражаются особенности менталитета того или иного народа. Так как фразеологизмы являются неотъемлемой частью языковой картины мира, необходимо понимать, как между собой связаны компоненты фразеологизма. Существующие в языках фразеологические единицы чаще всего возникают вследствие экстралингвистических причин, некоторые из которых носят интернациональный характер, другие же, соответственно, только национальный, что еще раз подтверждает тот факт, что национальная самобытность языка находит свое яркое отражение во фразеологии. Как правило под языковой картиной мира понимается «совокупность представлений о мире, заключенных в значении разных единиц данного языка <...>, которые складываются в некую единую систему взглядов и предписаний» [3, с.206]. Частью языковой картины мира выступает фразеологическая картина мира, создаваемая лексическими средствами (образными и метафоричными словами, коннотативными выражениями и фразеологическими единицами), которые посредством семантических связей выражают национальную самобытность [4]. В случае если языковая картина мира разных этнических групп совпадает, в языках появляются эквивалентные фразеологические единицы, отчего можно утверждать о наличии культурных универсалий. Так как важной особенностью фразеологизмов является образность их семантики, то несомненным остается тот факт, что в мировоззрении каждого народа прочно закрепились некие стереотипные коннотативные представления, связанные с животными, которые во фразеологических единицах стали приравниваться людям.

Интересным для анализа представляется анималистический компонент во фразеологических единицах, поскольку в таких лексических единицах заложены коннотативные значения, наиболее ярко отражающие национально-культурную специфику мировоззрения людей. Их, как особую языковую составляющую, стали изучать во второй половине XX века, а под самим анималистическим компонентом Н.В. Располюхина понимает нарицательные наименования животных (например, *собака, кошка, медведь, лиса, лошадь, журавль, сойка, кит, акула* и т.д.) [5]. Во фразеологических единицах с анималистическим компонентом, которые также известны как зоонимы, проецируются продолжительные наблюдения человека за поведением и повадками животных, отчего в качестве основных анималистических компонентов в языках употребляются обозначения домашних и диких животных, птиц, экзотических животных, а также рыб [6].

Поскольку анималистические компоненты наделены национальными коннотациями, компоненты-зоонимы составляют ядро фразеологических единиц, в которых они

используются. Заложенные в них смыслы (как имплицитные, так и эксплицитные) формируют общий символический характер устойчивых выражений, отражающий национальную самобытность этносов. Так как люди воспринимают окружающий мир через культурную и эмоциональную призму, во фразеологизмах находит свое отражение антропоморфизм [7], то есть перенесение присущих человеку психических свойств на неживые объекты или животных. Животные в свою очередь всегда окружали людей. В различные времена народы почитали одних зверей, остерегались других, некоторых считали своими близкими друзьями или же покровителями. Многие животные наделялись важными метафорическими образами в Священном Писании, легендах и мифах. Благодаря особым социокультурным событиям, различному мировосприятию и этнографическим особенностям разных народов фразеологический состав языков с зоонимическим компонентом подчинился общим шаблонным представлениям людей о животных и стал понятен только представителям данной культуры. Ввиду этого анималистические компоненты стали маркировать национально-культурную специфику фразеологической картины мира и выражать множество антропоморфных качеств: здоровье, внешность, отношение к работе и различные межличностные отношения.

Для того чтобы наглядно рассмотреть, как именно менталитет народа отражается в национальных языковых картинах мира, необходимо обратиться к анализу фразеологических единиц с анималистическим компонентом. Такие фразеологизмы интересно представлены в испанском, английском и языках. В исследовании мы рассмотрим такие зоонимы как «собака», «кошка», «бык», «обезьяна» и «медведь», так как образ некоторых из них важен для рассматриваемых лингвокультур и складывался в течение многовековой истории, а другие приобрели особые национально-культурные ассоциации благодаря своей экзотической природе.

Сначала обратимся к такому анималистическому компоненту как «собака». Это обусловлено тем фактом, что практически во всех культурах существуют определенные образы, связанные с данным зоонимом. В испаноязычной картине мира анималистический компонент «perro» представлен следующими фразеологическими единицами: *perro de toda(s) boda(s)* – любитель даровых развлечений; *atar los perros con longaniza* – загребать деньги лопатой; *dar (un) perro a uno* – подложить свинью; *meter perros en danza* – сеять разлад; *como el perro de San Roque* – трепло; *como el perro que ladraba a la luna* – хоть караул кричи. Приведенные примеры связаны с негативными коннотациями, однако у испанцев существуют и положительные ассоциации, связанные с собаками: *perro viejo* – умудренный опытом человек; *cariñoso como un perro* – привязчивый, ласковый. Приведенные примеры указывают на то, что в испаноязычной культуре собака ассоциируется с мелочностью и жадностью, плохими намерениями людей, а также болтунами и напрасно жалующими, однако испанцы выделяют у животного такие положительные качества как мудрость и нежность. В свою очередь англоязычная фразеологическая картина мира представлена как позитивными, так и негативными устойчивыми выражениями с компонентом «dog» как *to work like a dog* – пахать как лошадь; *dog-eat-dog* – необходимость идти по головам, чтобы добиться своей цели; *face like a bulldog chewing a wasp* – некрасивая внешность; *to lead a dog`s life* – вести жалкую жизнь; *hot dog* – красивый парень, *top dog* – человек, занимающий

важную должность, *to put on the dog* – наряжаться, *the old dog for the hard road* – важность жизненного опыта. В англоязычной картине мира собаки представлены как изнуренные животные с плохим характером и жалким образом жизни, но с данным анималистическим компонентом также ассоциируют отличную внешность, статусность и умудренность опытом. Для русскоязычной культуры компонент «собака» в первую очередь проявляется с положительными коннотациями: *собачья преданность* и *собака – друг человека*. Однако существуют и отрицательные национально-культурные ассоциации: *собаке собачья смерть*, *любить как собака палку*, *злой как собака*, *бешеной собаке семь вёрст не крюк*. Рассмотренные примеры демонстрируют то, что в русскоязычной картине мира преобладают негативные фразеологические единицы с зоонимом «собака», описывающие дурной характер человека, нелюбовь к чему-то и глупость, однако данное животное также ассоциируется с преданностью и доброй.

Далее обратимся к рассмотрению анималистического компонента «кошка». На протяжении долгого времени эти животные почитались разными народами, были любимыми домашними питомцами, отчего в языковых картинах мира разных народов с ними стали ассоциироваться присущие людям качества характера. А в испанском языке фразеологизмы с компонентом-зоонимом «gato» ассоциируются с негативными образами: *ser uno un gato escaldado* – помятый жизнью человек, *tener gato encerrado* – скрывать что-либо, *gato manso* – близкий друг, обманывающий доверие, *a lo gato* – исподтишка, *dar gato por liebre* – обмануть/выдавать одно за другое. Существуют немногочисленные фразеологизмы с данным анималистическим компонентом, которые описывают людей с положительной стороны: *Llevar uno el gato al agua* – взять на себя трудное дело, *subirse como un gato* – ловко взбираться вверх. Как мы видим, в испаноязычной картине мира кошки ассоциируются со скрытностью, вероломством, коварством и мошенничеством, однако им присущи такие положительные качества как смелость, отважность и ловкость. Интересно представляется, что в англоязычной картине мира кошки представляются исключительно с негативной стороны: *to look like the cat that swallowed the canary* – выглядеть очень довольным с собой, *a cat in the pan* - предатель, *as nervous as a cat in a room full of rocking chairs* – шороха бояться, *see which way the cat jumps* – выжидать и не принимать решений. Следовательно, в англоязычной картине мира кошки ассоциируются с хвастливостью, тревожным характером, ленью и неверностью. В русскоязычной фразеологии кошки также ассоциируются с образом наглого и своенравного животного: *кошки скребут на душе*; *тянуть kota за хвост*; *черная кошка пробежала*; *знает кошка, чье мясо съела*; *два kota в одном мешке не улежатся*. Однако в языке существуют и положительные фразеологизмы с данным анималистическим компонентом, но их количество заметно меньше. Так, *кошачья грация* предполагает изысканность и утонченность женщины, а *доброе слово и кошке приятно* указывает на доброе и вежливое отношение к людям.

Для исследования крайне интересным представляется анималистический компонент «бык», который нашел свое яркое отражение в испаноязычной фразеологии. Для испаноязычной картины мира бык является «культовым» животным, поскольку такая традиция как проведение корриды остается важной составляющей национальной испанской культуры. Коррида – традиционное зрелище боя быков, которое до сих пор не теряет своей

популярности. Сами испанцы видят в ней философскую природу: бросить вызов смерти и в случае выигрыша получить славу, богатство и почтение [8]. По этой причине в испаноязычной картине мира нашли свое отражение многие фразеологические единицы с анималистическим компонентом «toro»: *estar fuerte como un toro* – силен как бык, *entrar uno en el terreno del toro* – оказаться в критическом положении, *toro corrido* – выдавший вида человек, *como un toro* – неуклюжий. Таким образом, в испаноязычной фразеологической картине мира быки стали ассоциироваться с сильным и храбрым героем, который непреклонен перед своей целью, однако наделен такими качествами как свирепость, неуклюжесть и жестокость. В рамках английской и русской культур образ быка не наделен такой же значимостью, отчего зооним «бык» представлен намного реже во фразеологизмах: *like a bull in a china shop* – словно бык в фарфоровой лавке, *силен как бык* и *здоров как бык*. В англоязычном мировоззрении быки скорее ассоциируются с неуклюжестью, а в русскоязычном – с мощью и силой. Однако остается неоспоримым тот факт, что встреча с быком в каждой из рассматриваемых культур является опасным событием для человека, отчего в языках появилась языковая универсалия, описывающая человека, без страха столкнувшегося с происходящим: *tomar el toro por las astas*, *to take the bull by the horns* и *взять быка за рога*.

Очень любопытным для рассмотрения является анималистический компонент «обезьяна». В русскоязычной культуре данное животное является экзотическим и малознакомым, в то время как в испаноязычной и англоязычной культурах оно таковым не воспринимается, и поэтому сопоставительный анализ коннотативных значений русских фразеологизмов с подобными испанскими и английскими представляет особый интерес. В испанском языке с его помощью описывают привлекательного или милого на внешний вид человека (*ser mono/a*), а также резвого и шустрого (*parece un mono vestido*). Однако существуют и негативные фразеологические единицы с данным анималистическим компонентом: *ser el último mono* – быть худшим из худших, *el último mono (es el que) se ahoga* – на него все шишки валятся, *ser un mono de imitación* – слепо подражать кому-либо. Таким образом, несмотря на то, что у испанцев образ обезьяны ассоциируется красотой человека и его живым характером, также они связывает с ним такие качества как глупость, невезучесть и кривляньями. В рамках английской языковой картины мира обезьяна представлена следующими фразеологизмами: *agile as a monkey* – быть ловким, *tricky as a monkey* – быть хитрым, *monkey business* – мошенничество, *make monkey out of someone* – выставить кого-то на посмешище, *more fun than a barrel of monkeys* – что-то очень веселое и развлекательное, *get the monkey off your back* – переложить проблему. В англоязычной фразеологии данный анималистический компонент описывает такие качества как проворность, проказливость, плутовство и нечестность. В русскоязычной картине мира слово «обезьяна» используется в качестве оскорбления и описывает некрасивого человека. Также используются следующие фразеологизмы: *кривляться как обезьяна*, *обезьяньи ужимки*. *Обезьяна с гранатой* используется для описания человека, имеющего в своем распоряжении что-то опасное, но не умеющего этим пользоваться. Поэтому в русскоязычной картине мира данный зооним наделен скорее отрицательными коннотациями, используется в уничижительных комментариях и связан с кривляньями и неуклюжестью.

Довольно похоже во всех трех исследуемых культурах представлен зооним «медведь». В испаноязычной картине мира животное представлено исключительно в негативных коннотациях и ассоциируется у людей с уродством, затворничеством, безрассудность и ленью: *como un oso* – некрасивый человек, также нелюдимых – *hecho un oso* – нелюдимый человек, *hacer uno el oso* – глупо вести себя, *dormir más que un oso* – быть охотником поспать. В английской языковой картине мира данный анималистический компонент представлен в следующих фразеологических единицах: *gruff as a bear* – замкнутый человек, *like a bear with a sore head* – сердитый человек, *to play the bear* – грубо вести себя. Так, в данной языковой картине мире образ медведя также представлен с отрицательной точки и передает такие качества как замкнутость, раздражительность и грубость. В русскоязычном менталитете зооним «медведь» также связан представлен исключительно в негативных фразеологических единицах и связан со свирепой натурой животного, плохим характером, неуклюжестью и неопрятностью, отчего *медведь* ассоциируется с крупным, но неуклюжим человеком. Фразеологизм *два медведя в одной берлоге не живут* предполагает невозможность ужиться двух людей с лидерскими качествами, а фразеологическая единица *медвежья услуга* является очень распространенным выражением в русской языковой картине мира и подразумевает помощь, которая не приносит какой-либо пользы или блага человеку.

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что зоонимические компоненты во фразеологических единицах всегда специфично отражают особенности лингвокультуры и восприятия конкретной общности. Проведение сопоставительного анализа фразеологических единиц с такими анималистическими компонентами как «собака», «кошка», «бык», «обезьяна» и «медведь» в испанской, английской и русской лингвокультурах, позволило установить, что ярче и нагляднее всего представлены фразеологические единицы с зоонимами «кошка» и «собака». Каждый народ в равной степени наделяет эти зоонимические элементы как позитивными, так и негативными качествами. Образ быка в свою очередь нашел свое экспрессивное отражение в испаноязычной фразеологии. Это животное разносторонне отображает испанский темперамент, национальный характер и отношение к жизни испанцев, чего нельзя сказать о англоязычной и русскоязычной картинах мира, в которых рассматриваемый зооним используется в небольшом числе фразеологических единиц. В русскоязычной фразеологии устойчивые выражения с анималистическим компонентом «обезьяна» вызывают исключительно негативные эмоции. Это может быть обусловлено тем, что животное воспринимается как экзотическое и малознакомое. В то время как в англоязычной и испаноязычной фразеологиях образ обезьян представлен как с положительными, так и отрицательными коннотациями, так как в данных культурах животное не кажется людям диковинным и причудливым. Зооним «медведь» в свою очередь во всех рассматриваемых лингвокультурах представлен исключительно с негативной стороны. Стоит отметить, что проведенный анализ подтверждает тот факт, что уникальность мировоззрения нации ярко и наглядно проявляется в использовании фразеологических единиц, а зоонимические компоненты придают фразеологизмам особую национально-культурную окраску и отражают уникальность мировоззрения нации.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Лескина С. В. Фразеологизмы как средство отражения языковой картины мира в рамках антропоцентрической парадигмы (на примере русского и английского языков). Филологические науки. Вопросы теории и практики (входит в перечень ВАК). – Тамбов: Грамота, 2009. – № 2. – С. 170–172.
2. Черкашина, Е. В. Языковая картина мира и её фразеологическая репрезентация в произведениях Н. В. Гоголя. Молодой ученый. – 2010. – № 10 (21). – С. 160-162.
3. Зализняк А.А. Многозначность в языке и способы ее представления. – М.: Языки славянской культуры, 2006. – 672 с.
4. Сираева Р.Т. Фразеологическая картина мира: основное содержание и признаки / Р.Т. Сираева, Ф.Г. Фаткуллина. Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 3.
5. Располыхина, Н.В. Проблема взаимосвязи разнооформленных знаков прямой и косвенной номинации: автореф. дис. на соис. учен. ст. канд. филол. наук / Н.В. Располыхина. – М., 1984. – 20 с.
6. Сакаева Л.Р. Фразеологизмы с компонентами зоонимами, описывающие человека как объект сопоставительного анализа русского и английского языков. Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – № 62.
7. Саламатина О.А. Роль компонентов-зоонимов в формировании общего фразеологического значения английских фразеологических единиц. Международный студенческий научный вестник. – 2016. – № 5-3. – С. 428-430.
8. Санчес Пуиг М. 2011: Испанская картина мира в призме боя быков. [Электронный ресурс]: [http://esp-centr.sfedu.ru/documents\\_cent/Statii/Puig\\_M\\_stat'ya\\_.pdf](http://esp-centr.sfedu.ru/documents_cent/Statii/Puig_M_stat'ya_.pdf) (дата обращения: 08.03.2021)

**Евсей Виктория Михайловна** – бакалавр; Высшая школа ИППиПЛ, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт Петербург, Россия; e-mail: evsei.viktorya@yandex.ru

**Бободжанова Лола Кадыровна** – доцент; Высшая школа ИППиПЛ, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: tulipan@mail.ru

#### PHRASEOLOGICAL UNITS WITH ZOONYMS AS THE REFLECTION OF NATIONAL LINGUISTIC WORLDVIEW

**Abstract.** *The article focuses on linguoculturological peculiarities of phraseological units with zoonyms. The paper analyses such concepts as ‘zoonym’ and ‘national linguistic worldview’. It includes various examples of fixed phrases with an animalistic element that illustrate unique features of national linguistic worldview. The research provides a comparative analysis of phraseological units with zoonyms in the Spanish, English, and Russian languages. The conducted study has enabled to identify semantic similarities and differences of set phrases which have been created under the influence of cross-cultural peculiarities.*

**Key words:** *cultural linguistics, phraseological unit, zoonym, national linguistic worldview, comparative analysis*



**Victoria M. Evsey** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Russia, Saint Petersburg; e-mail: evsei.viktorya@yandex.ru

**Lola K. Bobodzhanova** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Russia, Saint Petersburg; e-mail: tulipan@mail.ru

УДК - 821.111

**М.К. Ермакова, Л.К. Бободжанова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Создание комического эффекта в англоязычной художественной литературе**

#### **XX века**

**Аннотация.** *Статья посвящена стилистическим средствам создания юмористического эффекта в произведениях англоязычной художественной литературы XX века. В работе проанализированы такие понятия как «комическое» и «юмор», а также выделены основные принципы функционирования стилистических средств, которые чаще всего применяются для создания юмористического эффекта в произведениях англоязычной художественной литературы. Проанализированы примеры употребления разнообразных стилистических средств в романе Терри Пратчетта и Нила Геймана «Благие Знамения». Проведенный анализ позволил выявить наиболее часто используемые стилистические средства для создания юмористического эффекта.*

**Ключевые слова:** *комическое, юмор, стилистический прием, теория несоответствия, юмористическое городское фэнтези*

Категория комического – одна из сложнейших категорий эстетики. Понимание природы комического интересовало ученых еще в античные времена. На сегодняшний день существует множество исследований, посвященных проблеме определения комического, его признаков и видов. Являясь многоаспектными феноменами, комическое рассматриваются различными областями, и к наукам, изучающим их, относятся с одной стороны этология, социология, культурология, психология, физиология и антропология, а с другой стороны – литературоведение и лингвистика. С точки зрения лингвистики понятия «комическое» рассматриваются как особый характер функционирования языковых средств.

*Актуальность* исследования обусловлена отсутствием единого подхода к определению комического, а также сложностью определения основных средств создания комического эффекта в художественной литературе.

*Целью* исследования является рассмотрение и описание стилистических средств создания комического эффекта, употребленных в романе «Благие Знамения» (“Good Omens”) Терри Пратчетта и Нила Геймана. Для реализации намеченной цели были поставлены следующие *задачи*: дать определение понятиям «комическое» и «юмор»; определить основные стилистические средства создания юмористического эффекта в англоязычной художественной литературе; рассмотреть выделенные стилистические средства на примерах из романа «Благие Знамения».

При исследовании использовались *методы* сравнительного анализа, классификации и обобщения.

Произведения британской художественной литературы известны и любимы во всем мире. Особое место в ряду выдающихся произведений художественной литературы Великобритании занимает комическая литература, наполненная примерами выражения британского юмора [1]. Понятия комическое тесно связано с понятием юмор и близость понятий «комическое» и «юмор» затрудняет поиск наиболее точного определения для каждого из них. Известный лингвист и лексикограф В.Д. Девкин рассматривал «комическое» как эстетическую категорию, обусловленную специфическим восприятием действительности. Комический эффект при этом возникает на основе обнаружения противоречивости явления. Юмор, по его мнению, характеризуется двуплановостью, двусмысленностью, столкновением несопоставимого, т. е. ошибочностью, аномалией. Такое определение понятия «юмор» соотносится с пониманием В.Д. Девкиным принципа функционирования «комического» [2].

В свою очередь А.Б. Бушев разделяет эти понятия. Он также рассматривает комическое как категорию эстетики, и подчеркивает, что существуют различные виды комического. Под юмором он понимает особый вид комического, сочетающий в себе насмешку и сочувствие по отношению к объекту шутки. Следовательно, по мнению А.Б. Бушева, «комическое» является более обширным понятием, чем «юмор». Он также выделяет другие составляющие категории комического: иронию и сатиру. По определению А.Б. Бушева, ирония – это и стилистическая фигура, и вид комического, при котором шутливое высказывание маскируется под серьезное и таит в себе чувство превосходства или сомнения. Под сарказмом он понимает язвительную насмешку, высшую степень иронии. Главными особенностями сатиры являются усиленный контраст подразумеваемого и выражаемого, а также немедленное обнажение подразумеваемого: «Пожалел волк кобылу, оставил хвост да гриву» [3]. Однако многие ученые, исследующие юмор, в частности, Анри Бергсон, употребляют термины «комическое» и «юмор» как синонимы [4]. Таким образом, можно сделать вывод, что юмор может трактоваться как один из видов комического, имеющий как общие, так и различные черты с другими видами комического: иронией и сатирой. Однако, согласно распространенной точке зрения, анализируя особенности создания комического эффекта в британской литературе XX века, понятия «комическое» и «юмор» могут рассматриваться как синонимичные.

Существует множество различных трактовок природы комического, но большинство из них признают, что её базовой чертой является наличие противоречия, ощущаемый абсурд. В связи с этим, теория несоответствия является одной из наиболее общепринятых и интуитивно понятных теорий юмора. Согласно ей, создание комического эффекта достигается восприятием того, что не соответствует ожиданиям человека и разрушает устоявшиеся образцы и каноны. Наиболее точными синонимами понятия «несоответствие» в контексте этой теории являются слова «внезапный» или «неожиданный», «нетипичный» [5]. Философ и этик Богдан Дземидок также называет предпосылкой комического расхождение объективных свойств предмета и укоренившейся в нашем сознании «нормы» его состояния [6].

Юмор является одной из наиболее ярких характеристик когнитивно-лингвистической идентичности носителей языка. В условиях существования общечеловеческой категории комического, свойственной в равной степени многим культурам, нельзя не упомянуть о национальных формах проявления юмора [7]. В связи с этим становится возможным выделить так называемые «британский юмор», «русский юмор», «итальянский юмор», «французский юмор» и др. Из вышеперечисленных национальных форм проявления юмора именно британскому юмору уделяется наибольшее внимание. Кроме того, понимание британского юмора, а особенно способность пошутить подобным образом, свидетельствуют о высоком уровне владения английским языком и понимании лингвокультурных особенностей страны.

Британский юмор принято считать тонким и аристократичным, а человек, рассказывающий шутку, как правило представляется спокойным, элегантным и невозмутимым. Одной из характерных черт британского юмора является отсутствие табу на темы для шуток, в связи с чем британцы могут высмеять всё, начиная от правительства и королевской семьи и заканчивая недавно произошедшими в мире трагическими событиями. Как отмечает О.К. Ильина, многие исследователи подчеркивают, что юмор является неотъемлемой частью британского национального характера, а умение посмеяться над собой считается неоспоримым достоинством [8]. Среди основных особенностей британского юмора также отмечают намеренное внесение в высказывание двусмысленности, иронии и абсурда, а также наличие тонких намеков, сравнений и эвфемизмов, что может вызвать трудности с пониманием британских шуток [9].

О значении юмора в жизни британцев свидетельствует большое количество комических литературных произведений, написанных британскими писателями в разные эпохи. Британская комическую литература до конца XVIII века ярко представлена Джеффри Чосером, Джонатаном Свифтом, Джоном Геем и Александром Поупом. В противовес классикам предыдущей эпохи, XIX век, ставший самым насыщенным периодом в истории художественной литературы в Великобритании, ознаменовался появлением таких выдающихся писателей-юмористов как Оскар Уайльд, Джером К. Джером, Джордж Бернард Шоу. Современную комическую литературу Великобритании представляют Пелэм Грэнвил Вудхаус, Джордж Оруэлл, Дуглас Адамс, Терри Пратчетт, Стивен Фрай, Нил Гейман. Юмористическая проза П.Г. Вудхауса открывает новую страницу в истории британского юмора. И это не удивительно, так как он по праву считается классиком британской юмористической художественной литературы XX века. Как отмечают А.В. Проскурина и Н.В. Нефедова, характерными особенностями произведений П.Г. Вудхауса является отражение полного спектра английского юмора: от иронии и самоиронии до сарказма, наличие каламбуров и абсурдных высказываний [1]. Оставаясь в рамках юмористической литературы, его творчество направлено на диалог с классической литературной традицией Великобритании.

Преимственность между творчеством представителей британской литературы более ранних периодов и творчеством П.Г. Вудхауса проявляется и через перенимание некоторых черт, характерных для литературы прошлых веков. По мнению писателя и драматурга Стивена Фрая, основной типаж комедийных британских героев – это неудачник, который

старается наладить свою жизнь, или, по крайней мере, просто выжить [1]. Такие герои встречались в британской юмористической литературе на протяжении всей ее истории. В частности, многие герои «Кентерберийских рассказов» Дж. Чосера подходят под такое описание. Например, герой «Рассказа Мельника» студент Николас. Будучи образованным человеком, он находит хитроумный способ обмануть плотника, чтобы провести время с его женой Алисон, но не всё идет строго по плану, и он получает ожог по вине Авессалома, также влюбленного в девушку. Повесть Джерома К. Джерома «Трое в лодке, не считая собаки» освещает нелепые ситуации, в которые попадают герои, в том числе и до начала их путешествия по реке. Герои-неудачники действительно играют важную роль в британской художественной юмористической литературе на протяжении более шести веков и этот типаж практически не претерпел изменений в XX веке. Так, Бертрам Вустер, главный герой цикла произведений П.Г. Вудхауса, попадая в непредсказуемые ситуации, справляется с неприятностями благодаря советам своего камердинера Дживса, а страдающий алкоголизмом Тед, главный герой романа С. Фрая «Гиппопотам», был уволен с работы по причине неподобающего поведения [1].

Испытав влияние авторов более ранних эпох, П.Г. Вудхаус также глубоко повлиял на британскую литературу XX века. Его влияние проявилось и в совместной работе Т. Пратчетта и Н. Геймана. Роман «Благие Знамения», написанный в 1990 году, является одним из ярчайших образцов британской комической художественной литературы конца XX века и относится к жанру юмористического городского фэнтези. В рамках этого жанра события происходят в близком к реальному миру, в соединении с элементами фэнтези или фантастики. Действие романа происходит в Англии во второй половине XX века и включает в себя 11 лет земной истории, предвещающих Армагеддон. Роман наполнен стилистическими приемами, отражающими особенности британского юмора. Схожие с произведениями П.Г. Вудхауса черты ограничиваются не только наличием персонажей-неудачников, но и тем, что его герои нередко ведут праздный образ жизни, что не несет для них негативных последствий [10]. Герои «Благих Знамений» Кроули и Азирафаэль на протяжении 6000 также ведут гедонистический образ жизни, выполняя приказы начальства в полсилы и посвящая свободное время хобби, выпивке и вкусной еде. Они стремятся к личному комфорту, а также без особого успеха стараются найти Антихриста, который во многом по ошибке Кроули был помещен не в ту семью. Можно сделать вывод, что британская юмористическая художественная литература XX века в полной мере передает вышеперечисленные особенности британского юмора, что делает ее особым культурным явлением.

С целью достижения комического эффекта авторы художественных произведений прибегают к различным средствам, к которым относятся и стилистические, в частности, стилистические приемы. Главным признаком стилистического приема является намеренность или целенаправленность употребления того или иного элемента, что противопоставляется его нормативному и традиционному существованию в системе языка [11]. И. В. Вержинская причисляет все языковые аномалии в тексте к понятию юмор. Таким образом, двусмысленность, выраженная языковой игрой, может стать отличной основой для комического эффекта [12]. В романе «Благие Знамения» авторы широко используют

стилистические приемы создания комического эффекта, однако наиболее часто применяются ирония, антономасия, каламбур, зевгма, оксюморон.

Обилие случаев употребления иронии можно отнести к проявлению в художественной литературе британского национального характера. М. Н. Лапшина определяет иронию как стилистический прием, заключающийся в том, что слово или выражение употребляется в высказывании в смысле, обратном буквальному. Таким образом, буквальный смысл ставится под сомнение или полностью отрицается [13, с.60]. В следующем примере из романа выделенный отрывок содержит иронию: *“From now on she'd be able to go through life with everything coming as a surprise, just like everyone else. **What luck.**”* [14, с.357]. Выражение *“what luck”* несёт смысл противоположный его буквальному значению. Схожим образом строится ирония и в следующем примере: *“**Overexcited? No! I'm getting very calmly worried that someone might shoot me!**”* [14, с. 305]. Наиболее вероятно, что в обоих из приведенных примеров ирония выражает чувство раздражения и неудовольствия.

Интересно отметить, что в романе широко представлена ирония, направленная на высмеивание американских реалий, устоев и стереотипов. Рассмотрим некоторые примеры. *“Nominally a city. It was the size of an English county town, or, **translated into American terms, a shopping mall.**”* – в приведенном примере авторы иронизируют над огромными размерами американских торговых центров, что обусловлено высочайшим уровнем развития культуры потребления в США [14, с. 54]. В следующем примере мысль о получении прибыли также подвергается иронизированию: *“Oh, yes. The American diplomat [...] **As if Armageddon was some sort of a cinematographic show that you wish to sell in as many countries as possible.**”* [14, с.42]. Авторы высмеивают распространенную в кинематографе практику, предполагающую включение в проект наибольшее количество действующих лиц и мест действия с целью расширить целевую аудиторию. Учитывая, что Армагеддон должен был охватить весь мир вне зависимости от того, где и благодаря кому он начнется, намерение Ада поместить Антихриста именно в семью американского дипломата заявляется как излишнее.

Однако это не последний пример того как авторы иронизируют над США и их гражданами. *“Humans suffering from a conflict of signals aren't the best people to be holding guns, especially when **they've just witnessed a natural childbirth, which definitely looked an un-American way of bringing new citizens into the world.**”* – в данном примере иронизированию подвергается стереотип об идеальной жизни в США с его мнимым шиком и отсутствием каких бы то ни было недостатков в любых жизненных проявлениях, даже абсолютно естественных [14, с.33]. Осмеянию подвергается и предвзятость по отношению людей при исполнении к гражданским в зависимости от их принадлежности к той или иной стране: *“He wondered how much trouble he could get **into for shooting non-American civilians.**”* [14, с.322]. Можно сделать вывод, что авторы романа намекают на то, что в США солдаты могут столкнуться с иными последствиями в случае применения жестокости по отношению к американским гражданам, нежели находясь на территории другого государства и применяя силу по отношению к гражданам этой страны. Можно также предположить, что таким образом подчеркивается мнение авторов о двуличии американцев, чей идеальный образ не

всегда соответствует действительности, и американского правосудия, которое можно считать таковым не всегда.

Ирония авторов не направлена только на обличение пороков жителей США. Как одна из характерных черт британского характера, ирония пронизывает весь текст. В частности, в схожем ключе авторы подчёркивают поверхностность, с которой люди относятся к книгам: *“Most bookshops in Soho have back rooms, and most of the back rooms are filled with rare, or at least very expensive, books. **But Aziraphale's books didn't have illustrations.**”* [14, с. 48]. В этом отрывке авторы высказывают мнение, что книги высоко ценятся людьми только в случае наличия привлекающих взгляд элементов, например иллюстраций, то есть тогда, когда книга может служить украшением дома и показателем статуса их обладателя, при этом содержание книги или ее историческая ценность не учитывается. Кроме того, иронизированию подвергается малая образованность людей в отношении расстройств пищевого поведения, а также склонностью оправдывать многие свои проблемы независимыми от них причинами: *“**She was convinced that she was anorexic, because every time she looked in the mirror she did indeed see a fat person.**”* [14, с. 271]. Описанная девушка действительно страдает от лишнего веса, поэтому неудивительно, что, глядя в зеркало, она видит себя тучной. Однако страдающей анорексией человек ощущает себя полным несмотря на то, что в большинстве случаев его вес оказывается ниже нормы. В данном отрывке авторы иронизируют над девушкой, вероятнее всего, не страдающей анорексией, а убеждающей себя в том, что уже является достаточно стройной, а ее отражение в зеркале не соответствует действительности.

Рассмотрев некоторые из примеров иронии, употребленных в романе «Благие Знамения», можно сделать вывод, что хотя юмор строится на столкновении ожидаемого и реального, что также бывает применимо к иронии, функция иронии не сводится исключительно к достижению комического эффекта.

Еще одним характерным стилистическим средством создания юмористического эффекта может служить антономасия. Под антономасией понимается употребление имени собственного в качестве нарицательного или наоборот использование нарицательного имени или словосочетания в качестве имени собственного. В основе антономасии лежит метафора – слово или выражение, употребленное в переносном значении и основывающееся на сравнение предмета или явления с каким-либо другим на основании их общего признака. Существует два вида антономасии: метафорическая и метонимическая. Метафорическая антономасия строится на использовании имени известной личности либо литературного или мифологического персонажа для обозначения человека, обладающего характерными для этого человека или персонажа чертами (например, Отелло – ревнивец, Дон Жуан – герой-любовник). В художественной литературе метафорическая антономасия широко применяется для создания «говорящих» кличек, имен, фамилий и прозвищ: *Becky Sharp, Miss Today* (У. Теккерей). Метонимическая антономасия заключается в переносе наименования топонима на людей, проживающих вблизи того или иного географического объекта: *Ararat* – армянин. Также встречаются случаи переноса названия места/здания на оценочную характеристику, произошедших там событий: *Watergate* – злоупотребление властью. Метонимическая антономасия также может лежать в основе «говорящих» фамилий в

художественной речи. В этом случае выделяется конкретный признак внешности персонажа, его характерная привычка, черта характера или особенность поведения [13].

Метафорическая антономасия употребляется в романе в достаточно большом объеме. Так, например, имена каждой из сестер Сатанински Болтливой Ордена святой Бериллы, чей обет включает в себя постоянно говорить, что у них на уме, носят соответствующие имена: *Sister Mary Loquacious* – в переводе с английского “*loquacious*” – болтливый. *Sister Grace Voluble* – в переводе с английского “*voluble*” – говорливый, многоречивый *Sister Faith Prolix* – в переводе с английского “*prolix*” – многословный, излишне подробный.

Также заслуживает внимание один из главных героев – Кроули (Crowley). Первоначально его имя звучало и писалось как “*Crawley*”, что объясняется природой героя. Поскольку одним из характерных физических воплощений Кроули был Змей, такое имя отражало его особенность как пресмыкающегося (*to crawl* – ползти). По схожему принципу охарактеризована предсказательница, чья книга пророчеств сыграет немаловажную роль в романе: “*Agnes Nutter*”. Фамилия Агнессы переводится как «сумасшедший или эксцентричный человек». Именно такой пророчицу считали ее современники. Внимания заслуживает также имя Анафемы Гаджет (“*Anathema Device*”). Это объясняется тем, что «анафема» в первоначальном значении – церковное проклятие за грехи против церкви. В романе упоминается, что мать девочки, не будучи искушенной в вопросах религии, назвала ее так, посчитав, что это прекрасное женское имя. В этом контексте такое употребление антономасии может граничить с иронией. “*Device*” может восприниматься как отсылка на то, что девушка, непричастная к делам Рая и Ада, должна ехать в другую страну и сыграть свою роль в разворачивающихся событиях (“*a device*” – предмет, устройство, план).

Литературно-стилистический приём, построенный на намеренном нарушении лексико-семантической сочетаемости слов, называется каламбуром. Другими словами, происходит актуализация двух значений слова в пределах одной синтаксической конструкции [15]. Эффект каламбура заключается как в контрасте между смыслом одинаково или схоже звучащих слов, так и в контрасте между разными значениями одного и того же слова.

В тексте романа «Благие Знамения» каламбур реализуется в следующем примере: “*Also, they'd heard that there were missals in the building*” [14, с.33]. В тексте говорилось о сотрудниках ФБР, чей дискомфорт в присутствии монахинь объяснялся множеством причин, среди которых значилось и наличие в монастыре миссала. Юмористический эффект обусловлен созвучностью слов *missal* (миссал, литургическая книга) и *missile* (реактивный снаряд). “*If people told you business was a jungle and then put a gun in your hand, then it was pretty obvious to Tompkins that they weren't expecting you to simply aim for the shirt; what it was all about was the corporate head hanging over your fireplace.*” – в приведенном примере каламбур реализуется благодаря наличию у слова “*head*” нескольких значений, в частности – «голова» и «начальник», одновременно актуализирующихся в контексте [14, с.97].

Такой стилистический прием как зевгма характеризуется тем, что многозначные глаголы, обладающие практически неограниченной валентностью, проявляют способность сочетаться с двумя однородными членами, семантически не связанными между собой. В тексте романа зевгма также представлена: “*He felt free at last. He also felt under the seat and*

*found a tire iron.*” [14, с. 348]. Кроме того, в данном примере глагол “*to feel*” актуализируется в значении «чувствовать себя», а также «щупать, нащупывать», что делает данный прием родственным каламбуру.

Одним из характерных приемов внесения противоречия в текст является оксюморон – прием, состоящий в сочетании двух антонимических понятий, что нередко создает комический эффект [15]. “*Agnes was the worst prophet that's ever existed. Because she was always right. That's why the book never sold.*” [14, с.203]. Данный пример строится на абсурдности ситуации, в которой пророчица, чьи предсказания всегда сбывались, названа худшей в истории. Частным случаем оксюморона является сочетание существительного с контрастным по смыслу прилагательным: “*The Devil's child looked ominously normal.*” [14, с. 28]. (определение «зловещий» противоречит определяемому «обыкновенный»). “*A proper mongrel too. A pedigree mongrel.*” [14, с.78]. Называя собаку «чистокровной дворнягой», авторы вносят в текст противоречие, а также подчеркивают, что непородистые собаки имеют определенные особенности внешности и характера.

Как следует из вышеизложенного, литературная традиция Великобритании богата комическими произведениями, отражающими особенности национального британского юмора, а авторы этих произведений по праву считаются классиками жанра. Проанализировав такие понятия как «комическое», «юмор» и «теория несоответствия», было установлено, что основой для создания комического эффекта является, как правило, отклонение от нормы. В художественной литературе комический эффект может достигаться при помощи определенных стилистических приемов. В качестве таких приемов выступают ирония, антономасия, каламбур, зевгма и оксюморон. Авторы романа «Благие Знамения» довольно часто пользуются подобными приемами, однако чаще всего они используют антономасию и иронию, так как именно при помощи этих приемов им удается создать желаемый комический эффект. Более того, именно ирония является одной из отличительных особенностей британского юмора. С большой долей иронии представлены такие темы как образ США и желание ее граждан создать видимость без стремления соответствовать образу добропорядочного гражданина. Можно предположить, что во многих других произведениях британской литературы вышеупомянутые стилистические приемы также будут играть значительную роль в создании комического эффекта, а также употребляться с иными целями в соответствии со своими функциями.

#### ЛИТЕРАТУРА:

- 1.Проскурина А.В., Нефедова Н.В. К вопросу о характерных особенностях английского юмора. В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. 2015. №3 (46).
- 2.Девкин В.Д. Занимательная лексикология: язык и юмор: пособие для развлекательного чтения и лингвистического анализа. – М.: ВЛАДОС, 1998. – 311 с.
- 3.Бушев А.Б. Жанры и языковые механизмы комического. Альманах кафедры культурологии и Центра изучения культуры философского факультета Санкт-Петербургского гос. ун-та / Санкт-Петербургское философское общество. *Studia culturae*. СПб. 2011. Вып.12. С.217-234



4. Бергсон А. Смех. М.: Искусство, 1970. 272 с.
5. Warren, C., McGraw, A. P. Differentiating What Is Humorous from What Is Not. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2015. Advance online publication.
6. Дземидок Б.О. комическом. М.: Прогресс, 1974. 223 с.
7. Мартынова Е.В., Еремеева Г.Р. Лингвистические особенности юмористического дискурса в английском языке. *Источник Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота, 2018. № 6(84). С.367-370*
8. Ильина О.К. Особенности английской шутки. *Россия и Запад: Диалог культур. Сборник статей XIII международной конференции 26-28 ноября 2009 года. - Выпуск 15.- Ч. 1. - М., 2010. - С. 154-162.*
9. Симакова А.В., Шмырёва Д.Е., Еремеева Н.А. Национальные черты английского юмора. *Academy*. 2019. №3 (42).
10. Поринец Ю.Ю. Творчество П. Г. Вудхауза и западноевропейская литература XX века. Часть I. *Журнал интегративных исследований культуры*. 2020. №1. С.33-46
11. Гальперин И.Р. *Stylistics*. Москва, Высшая школа, 1981. 334 с.
12. Вержинская И.В. Юмор: история и классификация понятия. *Вестник ЧелГУ*. 2011. №11. С.29-32
13. Лапшина М.Н. *Стилистика современного английского языка = English Stylistics: учеб. пособ. для студ. учреждений высш. проф. образования / М.Н. Лапшина. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 272 с.*
14. Pratchett T., Gaiman N. *Good Omens*. – London. Victor Gollancz Ltd. 1990 – 393 p.
15. Влавацкая М.В. Языковые особенности создания комического эффекта в аспекте сочетаемости слов. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2016. №1-2 (55). С.94-99

**Ермакова Мария Константиновна** – студент бакалавриата; Высшая школа ИППиПЛ, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; ermaria410@mail.ru

**Бободжанова Лола Кадыровна** – доцент; Высшая школа ИППиПЛ, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; tulipan@mail.ru

## **CREATING A COMIC EFFECT IN THE TWENTIETH-CENTURY ENGLISH LITERATURE**

**Abstract.** *The article considers British humour and stylistic devices that allow creating a comic effect in the twentieth-century English literature. The paper considers such terms as ‘comic effect’ and ‘humour’. A particular attention is paid to identifying the stylistic devices used to create the comic effect in Terry Pratchett and Neil Gaiman’s novel, ‘Good Omens’. Examples that demonstrate comic effect that is achieved by means of various stylistic devices have been chosen and analyzed. The conducted research has enabled to define the effective stylistic devices that are used by the authors to achieve comic effect in the novel.*

**Key words:** *comic effect, humour, stylistic device, theory of incongruity, humorous urban fantasy*

**Ermakova Mariia Konstantinovna** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; ermaria410@mail.ru

**Bobodzhanova Lola Kadirovna** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; tulipan@mail.ru

УДК 378

**А. Ермек, Д.Е. Сагимбаева**

Евразийский национальный университет им.Л.Н. Гумилева

Нур-Султан

### **Апробация модели PPP (презентация, практика, производство) через Веб-квест Genial.ly**

**Аннотация.** *Статья посвящена развитию коммуникативной компетенции студентов колледжа по изучению английского как иностранного языка посредством разработки и реализации Web Quest. Дизайн основан на принципах коммуникативного обучения языку и обучения на основе заданий. Проведенное исследование подтвердило рабочую гипотезу о том, что использование этой методологии не только развивает коммуникативную компетенцию, но и повышает мотивацию учащихся, способствует критическому мышлению, способствует автономному обучению и позволяет дифференцированное обучение.*

**Ключевые слова:** *Веб-квест технология, коммуникативная компетенция, модель PPP, интернет, “Genial.ly”*

Один из способов избежать проблем, которые Интернет может принести в класс EFL, таких как неприемлемый контент или даже чрезмерное количество информации, размещаемой в нем, - это использовать веб-запросы, онлайн-инструмент, который может помочь учителям систематизировать бесконечные, но ценные онлайн-материалы на английском языке таким образом, чтобы студенты могли использовать его для развития своей коммуникативной компетенции [1;2].

Цель исследования – ознакомить учителей с моделью PPP в обучении английскому языку; продемонстрировать использование методологии Веб-квест Genial.ly на уроках английского языка. Актуальность использования данной методологии обусловлена тем, что веб-квесты помогают развивать навыки критического мышления, побуждая учащихся преобразовывать информацию, найденную в сети, а не просто искать и вспоминать информацию.

Материал исследования включает визуальные и звуковые аутентичные материалы, отобранные из Веб-сайт Google онлайн-ресурсов, а также внедрение модели PPP через платформу Genial.ly.

Для достижения поставленной цели, в качестве основного метода исследования был выбран анкетный опрос. Опрос проводился с целью увидеть эффективность внедрения модели PPP в классе с использованием Genial.ly. Анкета состоит из 10 вопросов. Студентам было предложено ответить на вопросы как можно честно, чтобы исследователи не сделали ложных выводов из своего исследования.

Веб-сайт Google был создан и разработан для будущих учителей с целью практического применения полученной информации и повышения их педагогических навыков. При апробации модели PPP (презентация, практика, производство) используется аудиовизуальный метод.

Гипотеза исследования заключалась в том, что внедрение платформы веб-квеста Genail.ly в учебный процесс является одним из эффективных способов улучшить качество обучения и повысить интерес целевой аудитории.

В связи с внезапным ростом популярности Всемирной паутины и огромным объемом информации, которую она хранит, еще в 1995 году группа учителей скептически оценила преимущества использования этого инструмента в образовании. Они считали, что простого доступа к онлайн-ресурсам недостаточно для улучшения процесса обучения учащихся. Помня об этих вопросах, Б. Додж, профессор образовательных технологий в Государственном университете Сан-Диего, и его коллега Т. Марч разработали WebQuest в качестве основы для учителей, позволяющих структурировать ориентированное на учащихся обучение с использованием Интернет-ресурсов [3;4].

Согласно Т. Марч (1997), «Web Quest - это исследовательская деятельность, которая ставит перед студенческими группами сложную задачу, обеспечивает доступ к большому количеству, как правило, онлайн-ресурсов, и поддерживает процесс обучения, чтобы стимулировать мышление более высокого порядка» [5].

Веб-квесты основаны на исследовательском подходе, который отличается от традиционной концепции обучения по нескольким аспектам. В то время как традиционный класс фокусируется на овладении содержанием без какого-либо значимого его применения, класс на основе запросов фокусируется на использовании и изучении содержания как средства для развития навыков обработки информации и решения проблем [6].

Традиционный класс ориентирован на учителя, тогда как класс на основе запросов ориентирован на ученика. В первом случае учитель является носителем знаний, а ученики - получателями информации. В последнем случае студенты чувствуют себя более мотивированными, потому что они вовлечены в процесс накопления знаний. «Чем больше у студентов интереса и заинтересованности в предмете или проекте, тем легче им будет построить глубокие знания о нем» [3;7]. Другими словами, учащиеся сами несут ответственность за свое обучение.

Таким образом, веб-квесты играют важную роль, поскольку «предоставляют учителям учебную основу для создания значимых интерактивных учебных мероприятий» (Дженг, Перез, Уильямсон, & Флэйгер, 2008, ). Как указал Додж (2001), веб-квесты - это учебный инструмент, предназначенный «сосредоточиться на использовании информации [из Интернета], а не на ее поиске, а также для поддержки мышления учащихся на уровнях анализа, синтеза и оценки» [3]. С помощью веб-квестов учащиеся имеют возможность

получать доступ к информации, анализировать ее и находить в ней смысл для решения проблем, с которыми они сталкиваются в реальной жизни, тем самым развивая свои навыки критического мышления.

Genial.ly - это платформа для создания мультимедии, ориентированная на разработку и совместное использование мультимедийных творений и презентаций всех видов. На панели управления, учащиеся могут начать с пустых или готовых шаблонов, разделенных на 12 типов, включая видео, инфографику, интерактивные изображения, тесты и многое другое. Учащиеся могут работать в одиночку или сотрудничать с другими, чтобы разработать презентации, соответствующие руководящим принципам задания. Учителя могут использовать Genially для создания визуально привлекательного, увлекательного интерактивного контента для уроков в классе: использовать шаблон викторины для быстрой разминки или завершения урока; преобразовать слайды с коротким эффектным текстом и изображениями в видеоролики; предложить студентам совместно работать и анализировать инфографику, добавляя аннотации и идеи с помощью интерактивных подсказок. А еще лучше студентам создавать свои собственные презентации. Разбить более крупные темы на более мелкие части и назначить разные типы презентаций отдельным учащимся или парам. Затем попросить их поделиться ссылками на медиа-альбом класса для интерактивного и захватывающего обучения. Конечно, как и в случае с любым другим инструментом создания, учителя должны следить за тем, чтобы учащиеся соблюдали законы об авторском праве и избегали разглашения личной информации, тем более, что есть возможность загружать изображения на платформу и делиться презентациями через URL-адрес, электронную почту и социальные сети. Кроме того, было бы разумно совместить Genial.ly с акцентом на навыки визуальной коммуникации.

Роль технологий в нынешнем процессе преподавания и обучения - это не то, что делается только в классе или под контролем учителя. Сегодня часто бывает трудно охватить каждого учащегося в классе, используя один и тот же подход к учебной программе. Один из способов, которые можно использовать для онлайн-обучения, - это использование веб-сайта Google. Веб-сайт Google предлагает платформу смешанного обучения в школах, чтобы упростить создание заданий и выставление оценок учащимся без использования бумаги [8].

Веб-сайт Google - это новый инструмент, представленный в Google Apps для образования в 2014 году. Этот класс помогает учителям быстро создавать и организовывать задания, эффективно обеспечивать обратную связь и легко общаться со своими классами в Интернете.

Причины для внедрения этой платформы в классе:

- Удержание: интерактивный контент побуждает вашу аудиторию к активному участию и увеличивает время, на которое зрители остаются с вами.
- Вовлеченность. 81% маркетологов считают, что интерактивный контент - лучший способ привлечь внимание аудитории.
- Запоминаемость: большинство потребителей утверждают, что интерактивный контент более запоминающийся, чем статический ввод.
- Геймификация: обучение с помощью игр повышает мотивацию, улучшает концентрацию и позволяет решать разные задачи.

Данный сайт Google состоит из 6 дней обучения.

Начиная с 1-го дня, там есть общая информация о курсе и платформе, которая называется Genial.ly. Словарь этого курса также представлен в Quizzlet в виде карточек.

Переходя ко второму дню обучения, учащимся будет представлена презентация и практика «Фильмы». Они могут пройти эту викторину об известных фильмах и актерах. После этого сделайте попытку создать.

На 3-й день обучения презентация и отработка пазла «Белоснежка и 7 гномов». Отвечая на вопросы из любимой сказки, учащиеся будут собирать пазл из мультфильма.

4 день - Презентация и практика игры «Угадай, кто». Это очень увлекательный квиз, которое может развить мотивацию учащихся через игру.

На 5-й день - презентация и практика игры «Правда или ложь» для ознакомления с общими знаниями и фактами.

6-й день - Результаты в форме анкеты на SurveyMonkey.com и общие результаты.

Работа опубликована на веб-сайте Google с использованием цифрового инструмента под названием «Genial.ly».

Процедура:

- На этапе презентации учащиеся знакомятся с играми, представленными на «Genial.ly», а подробная информация о том, «как создать Genial.ly», предоставляется в виде видеоролика. Для каждого дня курса создаются прикрепленные видеоролики, в которых объясняется, как использовать эту платформу и как играть и создавать игры.

- На практическом этапе учащиеся выполняют заранее подготовленные тесты и пытаются их запомнить. Чтобы увидеть, насколько занятия могут быть увлекательными и как внедрить игры в классную среду во время дистанционного обучения.

- На этапе производства учащиеся должны сами создавать игры / задания / головоломки на «Genial.ly». В качестве конечного продукта они представят свои проекты с краткими описаниями всей группе. Также предусмотрены критерии оценки для стадии производства.

Учащимся понравилась идея внедрения PPP через Genial.ly. Кроме того, было обнаружено, что учащиеся, которые использовали веб-сайт Google, были рады онлайн-обучению. Это приложение легко и доступно. Его можно найти с помощью гаджета, такого как компьютер, ноутбук и мобильный телефон. Кроме того, их знания об онлайн-обучении становятся все более обширными. Учащиеся быстрее получают информацию. Веб-сайт Google стал полезным средством изучения английского языка.

Кроме того, учитель может загружать материалы, которые использовались на занятиях. Перед встречей учащиеся могут ознакомиться с планом материала, а также загрузить и выполнить задание по предоставленным ссылкам. Учащиеся могут увидеть предыдущий материал, если они забыли.

Рисунок ниже показывает результаты онлайн-анкеты, предоставленной на SurveyMonkey. Участникам задавали простые вопросы, например: «Понравилось ли вам работать на платформе Genial.ly?» чтобы получить обратную связь.

Как видно на рисунке 1, каждый молодой преподаватель остался абсолютно доволен своим рабочим процессом на платформе Genial.ly.



Рисунок 1. Результаты опроса.

На следующий вопрос: «Что вам больше всего понравилось в этой платформе?» ответы участников были поровну разделены на три категории (Рис.2). Первым ответом было «Сотни доступных шаблонов», вторым «Вам не нужно иметь навыки программирования или дизайна» и третьим «Быстро и просто». Это показывает, что Genial.ly предоставляет различные возможности и преимущества при его использовании.

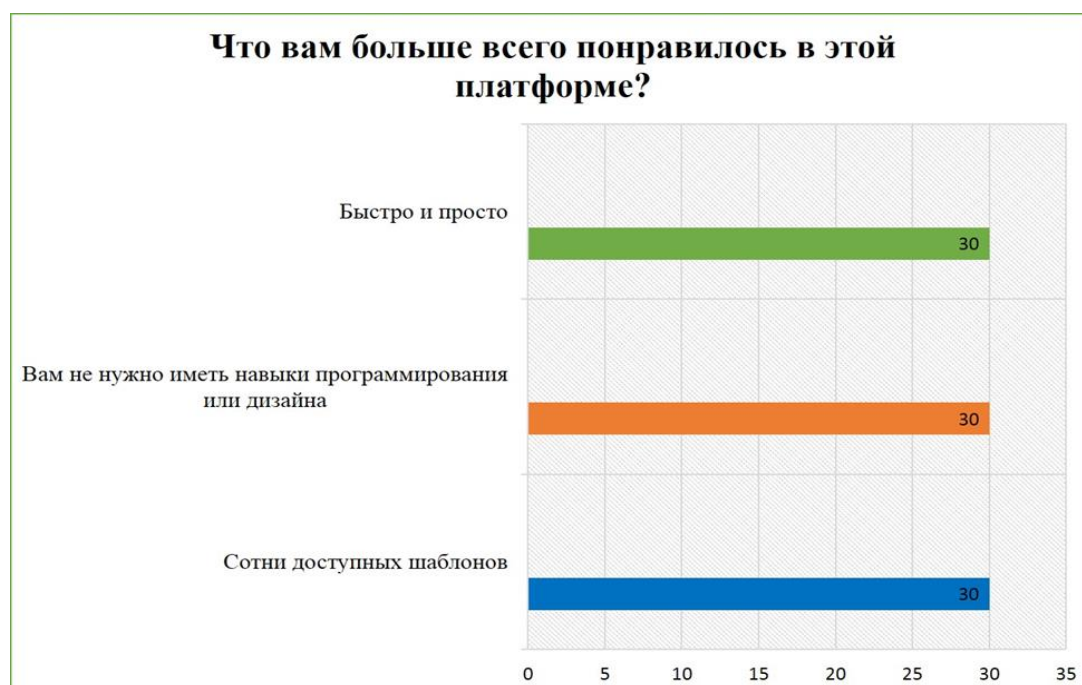


Рисунок 2. Результаты опроса.

На третьем рисунке ниже показаны ответы на вопрос «Будете ли вы использовать эту платформу в будущем?». Ответы были разделены на 2 категории, 82% участников

обязательно будут использовать эту платформу в классе, а остальные 18% ответили «при необходимости», что также свидетельствует об эффективности инструмента.

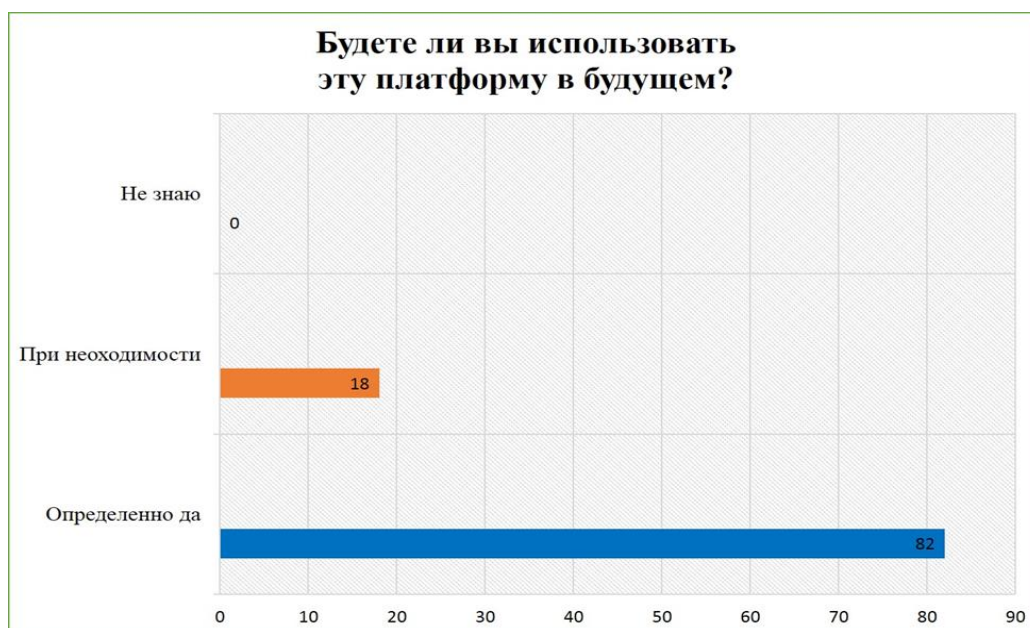


Рисунок 3. Результаты опроса.

Поскольку технологии становятся частью повседневной жизни, использование веб-квестов может повысить мотивацию учащихся к изучению иностранного языка. Практическое качество компьютеров, а также визуальные и звуковые материалы, представленные в Интернете, делают веб-запросы идеальным инструментом для всех типов учащихся - кинестетических, визуальных и слуховых. Веб-квесты также могут быть полезным инструментом для учителей иностранных языков для повышения коммуникативной компетенции учащихся. Письменный и слуховой ввод на английском языке, организованный в Web-Quest, обеспечивает языковую основу для развития продуктивных навыков, таких как устная и письменная речь. В дополнение к этому, веб-квесты предоставляют аутентичный материал, который можно использовать, чтобы познакомить с миром в классе. Теперь учащиеся могут познакомиться с различными культурами без необходимости выезжать за границу.

В заключении можно сказать, что использование модели PPP и Genial.ly эффективно при изучении и преподавании иностранного языка. Эта модель вызывает интерес учеников к изучению языка. Различные задания способствуют развитию мотивации, интереса и повышению эффективности обучения. Учащиеся колледжа находят ее гениально привлекательной, увлекательной и простой.

В нынешнее время, из-за пандемии covid-19 учащиеся во всем мире обучаются онлайн, и здесь возникает огромная потребность во внедрении онлайн-инструментов. Genial.ly - это новейший веб-инструмент, неизвестный учителям. Но с помощью теоретической информации и видеороликов на веб-сайте Google с подробной информацией учителя и даже студенты смогут использовать ее в своей работе.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Браун Д.. Принципы изучения и преподавания языков. (4-е изд.) Уайт-Плейнс, Нью-Йорк: Лонгман. 2000.
2. Браун Д.. Обучение по принципам. (2-е изд.) Уайт-Плейнс, Нью-Йорк: Лонгман. 2001.
3. Dodge B. Focus: Five rules for writing a great WebQuest. Learning and Leading with Technology. – 2001. – Vol. 28(8). – pp. 6–9.
4. МакГрегор К., Лу Ю. Интернет-обучение: как структура задач и дизайн веб-сайта поддерживают знания. Журнал исследований технологий в образовании. 2005.
5. Dodge B. Some Thoughts about WebQuests. 1995-1997. - URL: [https://webquest.org/sdsu/about\\_webquests.html](https://webquest.org/sdsu/about_webquests.html) (дата обращения 17.11.2020).
6. От концепции к классу: обучение на основе запросов. 2004. Получено с <http://www.thirteen.org/edonline/concept2class/inquiry/index.html> (Дата обращения: 01.02.2021)
7. Richards J.C., Rodgers T.S. Approaches and Methods in Language Teaching. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 171 p.
8. Йеитис Д. Самое простое руководство для учителей по освоению Google Classroom (приложение Google Classroom, Google Classroom для учителей, Google Classroom Book 1). 2017.

**Ермек Айнур** – студент магистратуры; Евразийский национальный университет им.Л.Н. Гумилева; Нур-Султан, Казахстан; e-mail: ainura.e.789@gmail.com

**Сагимбаева Джаннат Елемесовна** – доцент; Кафедра иностранных языков, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева; Нур-Султан, Казахстан; e-mail: jsagimbayeva@mail.ru

#### **VALIDATION OF THE PPR MODEL (PRESENTATION, PRACTICE, PRODUCTION) THROUGH WEB-QUEST GENIALLY**

**Abstract.** *The article is devoted to the developing the college's students' communicative competence to learn English as a foreign language through the development and implementation of Web Quest. The design is based on the principles of communicative language learning and task-based learning. The study confirmed the working hypothesis that the use of this methodology not only develops communicative competence, but also increases the motivation of students, promotes critical thinking, promotes autonomous learning and allows for differentiated learning.*

**Keywords:** *Web-quest technology, communicative competence, PPP model, Internet, "Genial.ly"*

**Ainur Ermek** – Gumilyov Eurasian National University; Nur-Sultan, Kazakhstan; e-mail: ainura.e.789@gmail.com

**Jannat E. Sagimbayeva** – Gumilyov Eurasian National University; Nur-Sultan, Kazakhstan; e-mail: jsagimbayeva@mail.ru



**Лингвистический анализ отрывка из романа Г. Яхиной «Дети мои». Проблематика и авторская идея в образе Волги**

**Аннотация.** В статье представлены результаты лингвистического анализа отрывка из романа «Дети мои» Г. Яхиной. В исследовании использовался метод отбора маркеров и анализа текста на шести лингвистических уровнях: художественное пространство, художественное время, номинации, речесубъектная организация, парадигматическая и синтагматическая организация. Результаты исследования «мира поверхности» и «мира смерти», представленными в образе реки Волги позволяют определить имплицитно выраженные проблематику и авторскую идею текста, которые автор доносит до читателей, и находят применение в практике издания произведения.

**Ключевые слова:** лингвистический анализ, художественное пространство, временная организация текста, имплицитные смыслы

Гузель Яхина — автор-феномен. Её первый роман, «Зулейха открывает глаза», стал примером триумфа писателя-дебютанта, получив несколько престижных литературных премий. Вышедший в 2018 году второй роман «Дети мои» закрепил успех писательницы. Сюжет произведения вобрал в себя жизнь немецких колонистов на берегу, личный путь главного героя, учителя словесности Якоба Баха, воссоздание немецкого фольклора и переплетение всего этого с советской действительностью. [1, с.55]. В целом критическая оценка романа подтвердила успех произведения. «На первом месте оказывается кинематографичность письма, покорившая читательскую публику по прочтении первой книги и заслужившая похвалу профессиональных литераторов и критиков» [2, с.56]. Недавним выходом романа обусловлено небольшое количество посвященных ему исследований. Из рассматриваемых роман непосредственно с лингвистической точки зрения, можно отметить работы «Лексико-семантическое поле "немецкий" в романе Г. Яхиной «Дети мои» Е.Р. Ивановой [3] и «Средства создания образа Волги в романе Г. Яхиной «Дети мои» А.А. Стеганцовой [4]. Эти работы посвящены анализу частных элементов текста романа. Общий смысл романа анализировался исследователями с литературоведческой точки зрения (в работах О.А. Лисенковой [5], Э.Ф. Шафранской [6], В.М. Розина [7]). Наиболее подробно влияние образа Волги на сюжет было изучено О.А. Лисенковой в работе «Мифическое и профанное время в романе «Дети мои» Гузели Яхиной» [5, с. 387].

Наш анализ проведен с целью выявить имплицитно выраженные проблематику и основную авторскую идею романа в кульминационном отрывке, завершающем историю главного героя [8, с. 481], сконцентрировавшись на влиянии образа реки на сюжет, а также раскрыть суть «перерождения» героя в контексте восприятия им хронотопа, при этом обоснованные лингвистическим материалом, в чем и заключается актуальность данного исследования. Метод исследования — лингвистический анализ художественного текста.

*Художественное пространство.* В начале отрывка герой перемещается в «пространстве поверхности». Оно подразделяется на несколько подпространств — воздух, берег реки, сама река Волга, небольшое (но важное) подпространство лодки. Мы замечаем ключевое для данного текста пространство — тело главного героя, через призму которого и происходит восприятие двух миров «поверхности» и «дна Волги».

Пространство поверхности выглядит очень реальным благодаря географическим названиям — *Волга, Гнаденталь, хутор Гримм*. Пространство берега — сугробы, травы, обледенелые камни. Всё это указывает на природу в зимнее время, подчеркивается реализм происходящего. Такой же реалистичной предстает и поверхность Волги — «*свинцово-серое полотно*», покрытое льдом. Важным элементом здесь являются глаголы, подчеркивающие медленное перемещение льда: *волоклась, тянулись*; лёд описывается как «*каша*». В рамках пространства Волги мы замечаем лодку. По описанию действий гребцов мы понимаем, что вёсла сопротивляются движению льда, течению реки. В самой лодке люди «*раскачиваются*» — создают усилие для этого сопротивления. В нечетко очерченном подпространстве воздуха мы выделяем такие маркеры, как *вдыхал воздух, выдохнули белый пар, вдыхает воздух*. Оно динамическое: воздух преобразуется в пар, ветер сдувает одежду с героя. В этой части отрывка герой двигается исключительно по собственной воле. Бах сам *направляется к Волге, спускается навстречу лодке, скользит, цепляется, шагает в реку*.

Падение героя в воду означает перемещение в мир дна Волги. Это пространство описано гораздо детальнее поверхности, однако не делится на более мелкие локусы. Реально видимое здесь пересекается с фантастическим. Оно перенасыщено предметами, напоминающими герою о его прошлом. Кроме пространства дна мы видим небольшое подпространство этих воспоминаний. Бах вспоминает про берег, про хутор. Здесь же выделяются глаголы *смытый, унесенный, сбросила*. Они говорят о том, что предметы попали на дно не по своей воле. Таковы же и перемещения Баха в этом мире: вода *тянет* его, *толкает* вперед, *несёт, перемещает*. Однако другие глаголы описывают и его собственные действия. Сначала герой не воспринимает этот мир: *встает, идет дальше, бредет мимо*. Затем он хочет слиться с миром воды: *сесть бы рядом, удержаться рядом, побыть рядом*. Следующий этап — сопротивление: *забился, стремясь покинуть дно, оттолкнуться от дна*. Но в конце он понимает, что *не умеет отдалиться*, поэтому решает *протиснуться на дно и остаться здесь*. Таким образом, глаголы показывают, что герой не может сопротивляться влиянию пространства воды. В перемещениях героя можно отметить психологию «принятия горя», которую часто испытывают люди, столкнувшиеся со смертью: неприятие — борьба — смирение. Однако этот процесс прерывается извне — людьми из лодки, которые вытягивают героя обратно на поверхность и предлагают поехать в неизвестном направлении. Отвечая «*Я готов*», Бах подтверждает и свою собственную способность сопротивляться миру воды. С возвращением Баха в лодку начинается третий фрагмент, показывающий его возвращение в мир поверхности, мир жизни — реалистичный.

Перенасыщенность декорациями, перечисления предметов и такие маркеры, как *устилали, массив, составляли дно, всюду, рассыпано вокруг в избытке*, делают пространство дна тесным. Оно также ограничено поверхностью воды, которую нельзя преодолеть и дном, которое притягивает к себе. Это пространство — статическое и «вязкое», что видно как по

описанию предметов на дне (*лежали, лежал там, валялся, висели в воде*), так и по перемещениям героя (*тянуло, волокно, несло*). Герой задается вопросом: река *полна смерти* или же *полна жизни*? Однако именно смерти больше: дно реки *устлано мертвецами*. И сам Бах делает вывод, что не должен принадлежать этому миру, *если сам ещё не умер*, что его задача — *пройти с открытыми глазами*.

Тело героя становится связующим пространством для всего художественного мира текста. Взаимодействуя с воздухом, герой не сливается с ним: вдыхает *воздух*, выдыхает *белый пар*. С попаданием в воду всё меняется радикально. Сначала она *охватывает его всего, заходит в уши, заходит в рот, заходит в глаза*. В начале подводного путешествия Бах ещё ощущает целостность собственного тела. Но постепенно он перестаёт сопротивляться, срастаясь с миром мертвых — дном реки: сначала его ноги *касаются дна*, а затем он, понимая неспособность бороться с водой, то начинает *растворяться в Волге, разрастаться в ширь и в даль*. Неизменное пространство организма героя, которое было *цело*, перестает быть *скованным границами тела*. Безграничность пространства показана еще и географическими маркерами — «обширность» героя сопоставляется с огромными размерами самой Волги: *заводи Шексны и Мологи, берегам Дубны и Костромы, по Оке, до Камы, до Каспия* и т.д. Когда героя вытягивает из воды внешняя сила, он всё еще хочет вернуться назад, но возвращение из «мира смерти» в «мир жизни» снова дает способность воздуху входить и выходить из тела Баха, а вода после символического перерождения становится не властна над ним — герой *обтекает водой*.

*Временная организация*. В первой части, до погружения героя в реку, мы видим множество глаголов в прошедшем времени. Эта линейная временная ось передает последовательность событий, происходящих в тексте. В дальнейшем настоящим временем передается мировосприятие героя, а прошедшим — действия. Таким же образом в настоящем времени действуют гребцы в лодке: Бах *замычал*, гребцы — *не слышат*. Действия главного героя здесь сопровождаются перцептивными маркерами *ни секунды, терять время не стал, вновь засигналил*. Бах здесь действует решительно, по собственной воле. Таковы и действия гребцов: *гребок, рывок* — употребление существительных вместо глаголов подчеркивает резкость действия. Они работают *споро*. Но наибольший интерес представляют маркеры, описывающие происходящее с Волгой. Не выявляемый на уровне пространства, становится заметным дуализм «статического движения»: река *светлеет на глазах, быстро покрываясь пятнами шуги*. Но этот же лёд *волочется и тянется*.

С переходом в мир под водой время становится многомерным, обратимым, подчеркнуто протяженным. Переход совершается *мгновенно*, но далее весь мир речного дна предстает *протяжным, плавным, неспешным, медленным, неторопливым*. Статичность мира подчеркивается описанием предметов: *словно только что, наполовину, словно минуту назад* — пространство «замораживает» состояние предмета, попавшего в него. Передвижения героя продолжают описываться прошедшим временем. Лишь иногда встречается настоящее время: герой осознает, что *видит* ясно, и что *цела голова*. Вероятно, таким образом автор подчеркивает ясность мышления героя, при всей его принадлежности «прошлому». Настоящим временем описывается и мысленное возвращение в реальный мир — воспоминания. Однако далее мы видим, что предшествующие рассказу события — *смытый*

*мост, унесенный половодьем* и т.п. — описываются прошедшим временем. Герой узнаёт эти моменты из своей прошлой жизни (об этом говорят маркеры календарного времени: *Год Голодных, весны двадцатого года, Год Небывалого урожая*), и, сливаясь на пространственном уровне с миром мертвых, на уровне времени герой начинает привыкать к «миру прошлого». Ход его мыслей переходит в различные вневременные формы: *сесть бы, стоило ли, зачем ему быть в этой воде, если он еще не умер?* Последняя из этих мыслей приводит к осознанию героем того, что он всё же чужд этому миру. Здесь же дается очередное подтверждение того, что дно Волги — мир мёртвых: *здесь, в посмертии*. Поэтому путь должен закончиться, и Бах решает *ждать конца маршрута*. Это решение он принимает после внезапно появившегося маркера будущего времени: *будь что будет*. Постепенно герой возвращается к «ясности сознания»: он задает себе вопросы, завершая их очередным будущим временем — *придет по ее дну с открытыми глазами*.

Герой понимает, что эти вопросы сильнее него, и снова невременная форма «не суждено найти ответа» возвращает его в мир прошлого. *Самая малость оставалась ему до мгновения* — этот важный временной маркер, он завершает ось прошедшего времени, герой, уже несамостоятельный, внезапно прерывается силой, явно принадлежащей миру настоящего — это можно понять по прилагательному *резкая*.

Как только сила вырывает Баха из воды, наступает третья часть отрывка. Бах успел привыкнуть к «миру прошлого» — про него говорят *уйти хотел*. Но вся заключительная часть отрывка возвращает повествование в настоящее время: им впервые начинают описываться реальные действия. Так автор передает «перерождение» героя. Пройдя через «мир прошлого» он становится готовым жить в «мире настоящего», и даже устремиться в будущее, ведь именно туда направлено предложение «Поехали?».

Именно на этом уровне раскрывается проблематика отрывка — вопрос о том, какой мир важнее для человека, где ему лучше находиться — в переживаниях о прошлом или в настоящем, в реальности.

*Номинации*. Употребление имени главного героя или местоимений, обозначающих его, подчинено общей трехчастной структуре отрывка. Начать здесь стоит со второй части, описывающей влияние пространства воды на Баха — здесь среди упоминаний героя, которые играют повествовательную роль или указывают на внешнее воздействие мы встречаем такую номинацию, как *сам он*. Это указание на самосознание героя, и именно во второй части отрывка оно выражается в форме третьего лица.

Первая и третья части, происходящие в «пространстве поверхности», насыщены самостоятельными действиями героя, поэтому и обозначается он как *Бах*. Здесь же встречаются номинации, обозначающие силу, помогающую главную герою — это *гребцы, киргизы*. Главным становится то, что их буквально называют *силой* — грубой, резкой. В этом функция гребцов — переместить героя из одного пространства в другое. Таким образом, даже в этом пространстве этот герой не полностью самостоятелен, но сила не завладевает им, а лишь помогает обрести самостоятельность: от характерной номинации *вот он — я* герой приходит к полному осознанию своей готовности к жизни в настоящем, и мы видим номинацию *я*. Это первое лицо, в отличие от третьего, которым обозначалось самосознание героя во второй части, что вновь свидетельствует о его «перерождении»

*Речесубъектная организация.* Субъекты речи представлены в отрывке автором, главным героем и лодочником Кайсаром. Номинативно-изобразительная речь автора описывает действия и состояние героя: *посмотрел, огляделся, удивляясь разнообразию, покорился и пошел, хотел присесть* и т.д.

Речь главного героя состоит по большей части из несобственно прямой. Это все моменты, в которых мы видим мысли Баха: *казалось: так правильно; я здесь; больно — не было, страшно — не было, тело было цело, цела и голова.* Важны здесь риторические вопросы, которыми он задаётся, которые выделяются на общем фоне, так как представлены настоящим временем или невременными формами. Таким образом подтверждается принадлежность сознания Баха «миру настоящего» — даже под водой оно функционирует самостоятельно.

Миру настоящего принадлежит вся прямая речь: слова молодого киргиза «Уйти хотел», вопрос «Поехали?», ответ Баха «Я готов». Прямая речь проявляется именно в конце и снова является подтверждением «перерождения» героя — в начале его попытки говорить были лишь *мычанием*, которое описываются авторской речью, как одно из действий героя. Немой изначально, произнося собственные слова, Бах обретает самостоятельность, что подтверждается и на остальных языковых уровнях.

*Парадигматическая организация.* Мы можем выделить несколько основных тематических полей. Поле воздуха и снега отражает пространство поверхности. Характеристика «колкий» говорит о том, что это пространство инородно для героя, он не может слиться с ним, как с водой.

Второе поле соответствует реке, воде, и в целом его маркеры совпадают с маркерами пространства дна Волги. Его дополняет тематическая группа «действий» воды. Она здесь не выделяется как персонаж, но самостоятельно влияет на героя: *охватила его, потащила, стянула, тащила* и т.д. Это же пространство получает дополнительную характеристику статичности: *колыхалось, постоянно, висели в воде, остаться навсегда* и т.д. Таким образом, парадигматическая организация текста, как и временная, подтверждает дуализм и нереалистичность пространства воды — в нём происходят действия, но оно остаётся статичным.

Последнее крупное тематическое поле состоит из активных действий героя, и они направлены на противодействие статичному миру речного дна: он *шагает, пробует всплыть, двигает ногами, забился, стремясь покинуть дно.* Потом пытается смириться с этим миром: *противится*, но в итоге *разжимает пальцы.* Однако, вернувшись на поверхность, *учится дышать, отвечает.* Герой противится пространству воды, но в итоге теряет самостоятельность, и лишь после возвращения с помощью внешней силы обретает её заново.

Нереальность подводного пространства подчеркивают повторы и синтаксический параллелизм. Синтаксический параллелизм объясняет мировосприятие героя — он ощущает и анализирует мир и самого себя: *больно — не было. И страшно — не было. И холодно — не было ничуть. Посмотрел на свои ладони <...>, и на ноги свои посмотрел <...>, и на голые ступни.* Задаёт вопросы: *Водоросли растут — или волосы шевелятся? Складки песка и земли*

*лежат — или тела лежат?* И на эти вопросы ответ: *не видение — явь; не камни — лица; не ил и не земля — тела.* Всё это передает процесс осознания фантастического явления.

*Синтагматическая организация.* В данном отрывке автор использует множество эпитетов, которые создают образ Волги: *свинцово-серое полотно, звуки глухи и протяжны, движения — плавны и неспешны, дрожащий желтый свет* и т.д. С возвышенным пафосом описываются мертвецы: *лик тонкий и нежный, юное и прекрасное тело, нежная шея.* Эпитеты, относящиеся к описанию самой Волги: *истинное милосердие, бережно сохраненная правда, сплошной обман, жестокость* — обозначают функцию пространства — показать истинное «содержание» предмета или души человека. Это подтверждает идею о том, что переход через «мир мертвых» влияет на осознание героем самого себя и своего места в мире.

Особо важную роль играют олицетворения, подчеркивающие самостоятельность пространства воды: *охватила его мгновенно, потащила, входила, выходила, тянула его.*

Риторические вопросы, которые совпадают с вневременными формами, раскрывают читателю мироощущение героя. Герой приходит к вопросу *и зачем ему, Баху, быть в этой воде, если сам он еще не умер?* И это помогает ему осознать цель и смысл происходящего: *Чистая, бережно сохраненная правда – веками ожидающая тех, кто без страха пройдет по ее дну с открытыми глазами?*

Проведенный анализ показывает, что на основе выбранного нами отрывка можно выделить не только пограничную функцию Волги, но самостоятельность этого пространства, в котором поверхность и дно реки обозначают реальное и магическое. Кроме того, река является не только границей между прошлым и настоящим. Герой устремляется вперед не через реку, а по реке. Это позволяет сделать вывод, что герою удастся совместить миры настоящего и прошлого — отвергнув прошлое, приняв настоящее, он обретает гармонию и устремляется в будущее. Таким образом, подтверждая слова автора о том, что «Волга – важный герой романа» [4, с. 165], смысл перерождения героя становится не в пересечении границы между мирами, а в высвобождении от полярного мышления.

Так, не случайным становится выбор иллюстрации, помещенной на обложку издания романа, которая показывает путешествие Баха по дну реки. С помощью этого удачного издательского решения читателю задаётся контекст восприятия имплицитно выраженных смыслов, обращается внимание на кульминацию истории героя.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Крылысова О.В., Рамазанова Г.Г. Роман Г. Яхиной «Дети мои» в оценке критики. Вестник науки. — Уфа: Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы, 2020. Т. 1, №2 (23). — С. 55–61.
2. Павлова Н.И. Поэтика визуальности в романе Г. Яхиной «Дети мои»: к вопросу о феномене литературного успеха. Культура и текст. — Барнаул: Алтайский государственный педагогический университет, 2018. №3 (34). — С. 52–66.
3. Иванова Е.Р. «Лексико-семантическое поле "немецкий" в романе Г. Яхиной «Дети мои». Балтийский гуманитарный журнал. Калининград, 2019. Т. 8, №1 (26) — С. 64–66.

4. Стеганцова А.А. Средства создания образа Волги в романе Г. Яхиной «Дети мои». Семантико-когнитивные исследования. — Воронеж: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Ритм», 2020. — С. 165–168.

5. Лисенкова О.А. Мифическое и профанное время в романе «Дети мои» Гузели Яхиной. Парадигмы культурной памяти и константы национальной идентичности. — Нижний Новгород: Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2020. — С. 385–394.

6. Шафранская Э.Ф. Фольклор как сюжетообразующий концепт в романе Гузели Яхиной «Дети мои». Палимпсест. Литературоведческий журнал. — Нижний Новгород: Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2019. №2. — С. 101–110.

7. Розин В.М. Художественная реальность романа Гузель Яхиной «Дети мои». Культура и искусство. — М.: ООО «НБ-Медиа», 2018. №10. — С. 79–86

8. Яхина Г.Ш. Дети мои. — М.: Издательство АСТ: Редакция Елены Шубиной, 2020. — 496 с.

**Жужулин Алексей Сергеевич** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: alex222-zh@mail.ru

**Волошинова Татьяна Юрьевна** — доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: t.u.voloshinova@mail.ru.

#### **LINGUISTIC ANALYSIS OF AN EXCERPT FROM G. YAKHINA'S NOVEL «MY CHILDREN». EXPRESSION OF PROBLEM STATEMENT AND THE AUTHOR'S IDEA IN THE IMAGE OF THE VOLGA RIVER**

**Abstract.** *The article reports on the results of a linguistic analysis of the part of the novel «My Children» written by Guzel Yakhina. The study used the linguistic markers analysis research design, involving study of literary space, literary timeline, nominations, speech-subjective organization, paradigmatic and syntagmatic relations. The study of the "overworld" and "world of death," presented in the image of the Volga River, allows us to determine the problem statement and the main message of the novel and find application in the publishing practice.*

**Key words:** *linguistic analysis, literary space, temporal organization of the text, implicit meanings*

**Alexey S. Zhuzhulin** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: alex222-zh@mail.ru

**Tatyana Y. Voloshinova** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: t.u.voloshinova@mail.ru

**Вызовы цифровой эпохи: цифровая грамотность и ИКТ-компетентность педагогов в период пандемии**

**Аннотация.** *Статья посвящена вопросу готовности педагогов к цифровизации общества и применению ИКТ-технологий в педагогической деятельности. В ходе исследования было выявлено, что педагоги обладают высоким индексом цифровой грамотности и средним индексом ИКТ-компетентности. Высокий индекс ЦГ не означает высокий уровень ИКТ-компетентности, так как цифровая грамотность характеризуется как общая способность безопасно и надлежащим образом работать с информацией для своих целей, в то время как ИКТ-компетентность связана с использованием цифровых технологий в педагогической деятельности.*

**Ключевые слова:** *цифровая грамотность, ИКТ-компетентность, индексы цифровой грамотности и ИКТ-компетентности, уровень ИКТ-компетентности*

В настоящее время в России активно проходит процесс цифровизации, затрагивающий все сферы жизни человека. Образовательная индустрия вынуждена следовать нынешним тенденциям развития общества. Поэтому одна из ключевых задач российских педагогов – сформировать цифровую грамотность учащихся. Можно ли сказать, что сами педагоги обладают достаточным для этого уровнем цифровой грамотности? Готовы ли педагоги к изменениям в своей деятельности, готовы ли к применению ИКТ в образовательном процессе? Для ответа на эти вопросы необходимо определить уровень цифровой грамотности и ИКТ-компетентности российских педагогов.

Тема цифровой грамотности в сфере образования крайне актуальна. Исследованиями по данной теме занимаются Г.У. Солдатова, А.А. Ахаян и группа Аналитического центра НАФИ – Т.А. Аймалетдинов, Л.Р. Баймуратова, О.А. Зайцева, Г.Р. Имаева, Л.В. Спиридонова.

В своей статье «Сетевая личность как педагогическое понятие: приглашение к размышлению» доктор педагогических наук Андрей Андреевич Ахаян раскрывает понятие и специфику «сетевой личности» [1]. Отличительной чертой такой личности является ценность удовлетворения своих познавательных и коммуникативных потребностей в момент их возникновения. Современному педагогу важно учитывать эту особенность для эффективного взаимодействия и сотрудничества с обучающимися.

Цифровую компетентность подростков и их родителей изучала группа исследователей (Г.У. Солдатова, Т.А. Нестик, Е.И. Расказова, Е.Ю. Зотова) в рамках всероссийского исследования [2]. Авторы статьи выделяют 4 сферы цифровой компетентности: информационная и медиа компетентность, коммуникативная, техническая и потребительская компетентность. В каждой из этих четырех видов, помимо знаний и умений, входят мотивация и ответственность. Также авторы выделяют различные типы интернет-пользователей среди подростков и родителей. По результатам данного исследования стало



очевидно, что цифровое поколение не обладает достаточным уровнем навыков для безопасного пользования интернет-средой. Таким образом, возрастает потребность в развитии цифровой компетентности среди учащихся, на что, по нашему мнению, система образования должна оперативно реагировать и обеспечивать соответствующую подготовку педагогических кадров.

Сегодня важно понять смогут ли педагоги справиться с вызовами цифровой эпохи, решить те образовательные задачи, которые возникают в их профессиональной сфере. Диагностика актуального уровня цифровой грамотности и компетентности позволит определить степень их готовности к изменениям.

Так, в 2018 году центр НАФИ провел исследование «Цифровая грамотность российских педагогов» и представил методические разработки для диагностики. В этом же году центр НАФИ вошел в состав экспертной группы Европейской комиссии, и в результате их совместной работы была разработана рамка технологических компетенций педагогов. На основе этих материалов в период пандемии коронавируса, осенью 2020 года, студентами магистратуры СПбПУ было проведено исследование.

Целью исследования было определение уровня цифровой грамотности и ИКТ-компетентности педагогов дошкольных и школьных организаций Невского района Санкт-Петербурга.

Для обработки полученных результатов нами были использованы методы первичной и вторичной математической статистики:  $\chi^2$  критерий Пирсона, критерий Краскала – Уоллиса, критерий U – Манна – Уитни.

Под цифровой грамотностью (ЦГ), согласно определению НАФИ, понимается «способность безопасно и надлежащим образом управлять, понимать, интегрировать, обмениваться, оценивать, создавать информацию и получать доступ к ней с помощью цифровых устройств и сетевых технологий для участия в экономической и социальной жизни» [3, с. 10].

Цифровую грамотность составляют 5 компонентов: информационная грамотность, компьютерная грамотность, медиаграмотность, коммуникативная грамотность и отношение к технологическим инновациям. Респондентам предлагалось выбрать одно из полярных высказываний, отражающее их отношение к цифровой грамотности. Каждый компонент был представлен тремя вопросами, которые показывали уровень знаний, навыков и установок педагогов относительно использования цифровых технологий в различных сферах их жизни.

ИКТ-компетентность – это «второй интегральный показатель, описывающий готовность российских учителей и преподавателей к активному применению ИКТ в образовательном процессе» [3, с. 27]. ИКТ-компетентность состоит из 22 компетенций, сгруппированных в 6 блоков: профессиональные обязанности, цифровые ресурсы, преподавание и учеба, оценка учащихся, расширение прав, возможностей и самостоятельности учащихся в учебном процессе, развитие цифровой грамотности учащихся. Компетенции соотносятся с шестью уровнями опыта: Новичок, Исследователь, Интегратор, Эксперт, Лидер и Новатор. Распределение по группам происходит на основе баллов, набранных в результате прохождения анкетирования, где можно набрать максимальных 88 баллов.

Всего в исследовании приняло участие 697 человек, из них 311 – педагоги дошкольных образовательных учреждений и 386 – педагоги школьных организаций.

Возрастной диапазон респондентов колебался от 20 до 75 лет, из которых 246 человек обладали педагогическим стажем до 10 лет, 312 – человек от 11 до 30 лет и 129 человек – более 30 лет. 325 человек имели стаж применения цифровых технологий до 5 лет, 309 человек – от 6 до 15 и 53 человека – больше 16 лет. За период с 2018 по 2020 гг. курсы повышения квалификации по ИКТ прошло 448 педагогов.

Индекс ЦГ дошкольных работников довольно высокий – 81,4%. Индекс ИКТ-компетентности – 22 балла («Исследователь»), что говорит о невысоком показателе. Дошкольная ступень образования выделяется на фоне остальных ступеней, так как у нее стоят специфические для данного возраста задачи. В ФГОС дошкольного образования упоминается лишь об электронных-образовательных ресурсах и об Интернет-услугах в разделе условий для реализации основной образовательной программы дошкольного образования в контексте создания развивающей предметно-пространственной среды [4].

Так как цифровая грамотность характеризуется как общая способность безопасно и надлежащим образом работать с информацией для своих целей с помощью цифровых устройств, а ИКТ-компетентность связана с использованием цифровых технологий в педагогической деятельности, то нами было выдвинуто предположение, что высокий индекс ЦГ не предполагает высокий уровень ИКТ-компетентности [5,6]. После получения данных мы в этом убедились на примере педагогов дошкольного образования. Так, специфика педагогической деятельности определяет степень применения цифровых технологий в образовательном процессе.

Индекс ЦГ учителей – 85%, а индекс ИКТ-компетентности составил 44 балла. В соответствии со средним баллом педагогов можно отнести к уровню «Интегратор». Этот уровень показывает, что педагоги активно применяют цифровые технологии в своей педагогической практике, экспериментируют и творчески подходят к этому процессу.

Далее нами был проведен подробный анализ уровня цифровой компетентности учителей по 5 следующим критериям:

- прохождение курсов повышения квалификации по цифровым технологиям за 2018-2020 гг.;
- возраст педагогов (специалисты до 35 лет, от 36 до 60 лет и старше 60 лет);
- стаж работы (до 10 лет, от 11 до 30 и более 30 лет);
- стаж применения ИКТ (до 5 лет, от 6 до 15 лет и более 16 лет);
- возраст учащихся (педагоги дошкольных организаций, учителя начальной, средней и старшей школы).

При измерении цифровой грамотности статистически значимых различий по критерию прохождение КПК не обнаружено. 65% педагогов проходили курсы повышения квалификации, однако их показатели не значительно выше тех, кто курсы не проходил. Это позволило нам сделать предположение, что на данные курсы записываются те педагоги, которые нуждаются в повышении цифровой компетентности. Однако, индекс ИКТ – компетентности выше у учителей, которые повышали свою квалификацию в области

цифровых технологий в течение последних 2 лет, что установлено на достоверно значимом уровне с помощью критерия U- Манна – Уитни.

У педагогов до 35 лет индекс ЦГ – 88,5%, 36-60 лет – 82,4%, более 60 лет – 78,3%. Молодые педагоги имеют наиболее высокий показатель по коммуникативной грамотности, в то время как у их старших коллег – больше развита информационная грамотность, это говорит о том, что опытные педагоги более осознанно относятся к информационному потоку.

Также выявлены различия по компоненту «Компьютерная грамотность» (с помощью  $\chi^2$  Критерия Пирсона): у педагогов до 35 лет – 91,3%, 36-60 лет – 82,8%, более 60 лет – 75,8%. Так как в России широкое распространение компьютеров началось примерно с 80-х годов, то понимание технических составляющих компьютера, понимание его «предназначения» и целей использования больше развито у молодых педагогов.

Сравнительный анализ полученных результатов в разрезе компонентов индекса ЦГ показывает, что у всех педагогов хуже всего представлен показатель «Отношение к инновациям». Здесь средний показатель у всех учителей составил 68%. По результатам исследования НАФИ именно в этом компоненте дети (12-14 лет) имеют более высокие показатели чем российские учителя. Если сравнивать значения этого компонента по возрастному критерию, то молодые педагоги демонстрируют более явную установку на понимание пользы технологических инноваций.

Индекс ИКТ-компетентности учителей связан с их возрастом и различается у педагогов, относящихся к разным возрастным группам. Наибольший индекс ИКТ-компетентности имеют учителя в возрасте от 35 до 49 лет.

Высокий индекс цифровой грамотности – 87,1% у педагогов со стажем до 10 лет скорее всего обусловлен относительно молодым возрастом. У педагогов со стажем от 11 до 36 лет индекс ЦГ составил 82,1% и у педагогов со стажем более 30 лет – 80,8%. Но индекс ИКТ-компетентности учителей не зависит от их стажа работы. На степень применения ИКТ в педагогической практике влияет не только общепринятые тенденции цифровизации, но и сама личность педагога, его отношение к инновациям и готовность внедрять современные цифровые технологии в свою профессиональную деятельность.

Стаж применения цифровых технологий влияет на уровень цифровой грамотности педагогов. Педагоги, чей стаж применения ИКТ более 16 лет, показали самый высокий результат, их общий индекс ЦГ составил 91%. Большинство педагогов используют цифровые технологии в своей профессиональной деятельности до 15 лет, и можно предположить, что в дальнейшем при увеличении стажа применения ИКТ уровень цифровой грамотности будет также расти.

Другую картину можно наблюдать при анализе индекса ИКТ-компетентности в зависимости от стажа применения ИКТ. Установлено, что учителя, имеющие разный стаж применения ИКТ, находятся на разных уровнях владения ИКТ, но уровень ИКТ-компетентности не пропорционален стажу применения ИКТ.

Общий индекс цифровой грамотности не различается у учителей начальной и средней школы, и составляет 85%. Индекс ЦГ учителей старшего звена – 88,7%.

Установлено, что учителя, работающие с разными категориями учащихся, находятся на разных уровнях владения ИКТ. Индекс ИКТ-компетентности учителей, работающих с младшими школьниками, – 45 баллов («Интегратор»). Индекс ИКТ-компетентности учителей, работающих с подростками, составляет 52 балла («Эксперт»). К уровню «Эксперт» относятся педагоги, которые не только экспериментируют с цифровыми технологиями, но и критически их осмысливают, проводят отбор тех или иных ресурсов и инструментов в соответствии с их образовательными целями и задачами. Различия, которые мы наблюдаем, объясняются тем, что особенностью средней-старшей школы является итоговая подготовка ученика ко взрослой жизни. Сегодня владение цифровой грамотностью становится необходимостью для современного человека.

Интересно, что если анализировать уровень ЦГ в зависимости от предметной области педагогов, то наиболее высокий показатель имеют учителя гуманитарных дисциплин, а не учителя математики и информатики. Учителя-предметники не имеют различия по индексу ИКТ-компетентности, но имеют различия в опыте применения ИКТ, при этом распределение по опыту применения ИКТ различно. Уровень ИКТ-компетентности не зависит от предметной области, так как каждый учитель сам определяет какие и в каком количестве использовать цифровые технологии в образовательном процессе.

В целом можно сказать, что учителя Невского района обладают достаточно высоким уровнем цифровой грамотности, однако необходимо скорректировать отношение к инновациям и развивать компетенции в области применения современных цифровых технологий, чтобы оставаться в тренде цифровой трансформации. Педагоги четко осознают, что развитие технологий существенно влияют на нашу жизнь, но пока не обладают достаточными знаниями и навыками в освоении современных гаджетов и технологий.

Поскольку наши педагоги испытывают некоторые затруднения в применении современных технологий в жизни, это сказывается и на их уровне применения ИКТ в педагогике.

Средний уровень ИКТ-компетентности респондентов граничит между двумя уровнями – «Исследователь» и «Интегратор», что является зоной для дальнейшего развития. Для достижения более высоких уровней ИКТ-компетентности и более активного использования цифровых технологий в педагогической деятельности, каждому учителю следует не останавливаться на достигнутом, а постоянно совершенствоваться. Делиться знаниями с коллегами и быть открытым новому опыту. Включение цифровых инструментов в образовательный процесс и вовлечение школьников в данную практику способствует развитию у учащихся цифровой грамотности и ИКТ-компетентности.

По результатам исследования мы наблюдаем взаимосвязь между уровнем ИКТ-компетентности и прохождением курсов повышения квалификации. Исходя из этого вывода можно сделать следующие рекомендации: КПК по ИКТ следует проводить не реже чем 1 раз в 2 года, данные курсы должны разрабатываться для разных уровней владения цифровыми технологиями. Чтобы повысить свой уровень также будет полезно совершенствовать свои знания и умения на массовых онлайн курсах. Для определения уровня цифровой грамотности можно использовать инструмент «Колесо цифровых компетенций», который позволит выстроить программу для развития своих цифровых компетенций.

Представленные нами данные были получены при помощи метода опроса, который не исключает некоторую степень субъективности в ответах. Для повышения объективности результатов нами была использована методика цветовых метафор И.Л. Соломина, которая направлена на выявление внутренней мотивации респондентов. Предполагается, что полученные данные будут проанализированы и использованы в выпускных квалификационных работах магистрантов.

Также в качестве дальнейших перспектив нами были выделены следующие направления: повторить исследование через 2 года и провести исследование по выявлению уровня ЦГ и ИКТ-компетентности учеников средней и старшей школы.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Ахаян А.А. Сетевая личность как педагогическое понятие: приглашение к размышлению. Эмиссия. Оффлайн. – 2017. – №8. Режим доступа: <http://emissia.org/offline/2017/2560.htm> (дата обращения: 29.09.2020).
2. Солдатова Г.У., Нестик Т.А., Рассказова Е.И., Зотова Е.Ю. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования. — М.: Фонд Развития Интернет, 2013. — 144 с.
3. Аймалетдинов, Т.А., Баймуратова Л.Р., Зайцева О.А., Имаева Г.Р., Спиридонова Л.В. Цифровая грамотность российских педагогов. Готовность к использованию цифровых технологий в учебном процессе. — М.: Издательство НАФИ, 2019. — 86 с.
4. Федеральный образовательный стандарт дошкольного образования: Приказ Минобрнауки России № 1155: [утвержден 17 октября 2013]. — Текст: электронный.
5. Структура ИКТ-компетентности учителей. Рекомендации ЮНЕСКО. Режим доступа: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000213475\\_rus](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000213475_rus) (дата обращения: 29.09.2020).
6. The Digital Competence Framework. Режим доступа: <http://ec.europa.eu/jrc/en/digcomp/digital-competence-framework> (дата обращения: 24.09.2020).

**Зенькович Дарья Сергеевна** – студент магистратуры; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: dtolochyova8@gmail.com

**Ли Маргарита Вадимовна** – студент магистратуры; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: margolee94@mail.ru

**Захаров Константин Павлович** — доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Гуманитарный институт, Санкт-Петербургский государственный политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: kzaharov@spbstu.ru

#### **CHALLENGES OF DIGITAL AGE: DIGITAL LITERACY & ICT COMPETENCY OF TEACHERS DURING THE CORONAVIRUS PANDEMIC**

**Abstract.** *The article looks at teacher's readiness for digitalization of society and the use of ICT in teaching. The research reveals the following things: teachers have a high digital literacy*

*index and an average ICT competency index. A high digital literacy index doesn't mean that there should be a high level of ICT competency because digital literacy is characterized as the overall ability to work with information for your own purposes safely and properly, while ICT competency is related to the use of digital technologies in teaching.*

**Key words:** *digital literacy, ICT competency, a digital literacy index and ICT competency index, level of ICT competency*

**Darya Ser. Zenkovich** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: dtolochyova8@gmail.com

**Margarita Vad. Lee** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: margolee94@mail.ru

**Konstantin P. Zakharov** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: kzaharov@spbstu.ru

УДК 37.022

**С.А. Золотухин**

Курский государственный университет

**Л.В. Крашенинникова**

Московский городской педагогический университет

### **Применение деятельностной пробы в профессиональном самоопределении старшекласников**

**Аннотация.** *Личностная ориентация образовательного процесса затрагивает и сферу профессиональной ориентации. Важнейшим условием деятельности тьютора в процессе профессиональной ориентации является работа в ситуации неопределенности. Следовательно, возникает проблема поиска новых средств профессионального самоопределения. Одним из таких средств является деятельностная проба. Она представляет собой специально организованную деятельность трех субъектов – тьютора, профессионала и обучающегося, результатом деятельности которой является индивидуальная траектория образовательно-профессионального развития учащегося. В статье раскрывается понятие деятельностной пробы, дается ее краткая характеристика и обсуждается её отличие от профессиональной пробы.*

**Ключевые слова:** *профессиональное самоопределение, профессиональная проба, деятельностная проба*

В ситуации перехода к новому технологическому укладу, все характеристики которого можно пока только спрогнозировать, всё более важными становятся навыки самостоятельного принятия решений в области выбора профессии и развития карьеры. Развитие компетенций, направленных на самостоятельный выбор учащимися (как детьми, так и взрослыми) профессии и карьеры в выбранной области, становится одним из приоритетов в педагогике и андрагогике вообще и в тьюторской деятельности в частности. Однако спектр имеющихся в распоряжении педагогов подходов, методов и приёмов,

уместных в контексте развития навыков профессионального самоопределения, ограничен. Проведённые авторами данной работы исследование показало, что этот спектр может быть расширен за счёт привлечения такой тьюторской технологии, как технология деятельностных проб. Сравнение данной технологии с широко известными средствами развития навыков самоопределения показывает, что она обладает рядом преимуществ, делающих её ценным инструментом в репертуаре современного тьютора [1,2,3].

Для исследования инструментов тьютора, уместных в контексте профессионального самоопределения, применялся системный подход. Структурно-функциональный метод позволил выделить из целостных систем определённые структуры, а метод сравнения позволил выявить сходства и различия между системами и вынести обоснованное суждение об их ценности. Кроме того, применялись следующие методы:

- объектно-ориентированный метод моделирования сценария деятельностной пробы;
- метод визуального редактирования при создании визуализированной модели сценария деятельностной пробы;
- методы экспертных оценок, анкетирование, интервьюирование в процессе выявления актуальности выбранного направления;
- теоретический анализ и синтез при изучении и обобщении литературных источников;
- экспертно-аналитический метод оценки различных средств профессионального самоопределения.

Одним из известных и распространённых средств профессионального самоопределения обучающегося являются профессиональные пробы.

В литературе описаны разновидности профессиональных проб:

1. игровая проба – сюжетно-ролевая игра, которая обычно используются при работе с младшими школьниками или младшими подростками;
2. тематический парк – создание особой модели окружающего мира для организации площадки проведения профессиональных проб;
3. учебно-профессиональная проба – решение ситуативного кейса, проекта, типичных для той или иной профессиональной задачи; для их реализации необходимо построение особого образовательного пространства (квази)профессионального контекста, для чего создаются особые лаборатории, ученические мастерские; возможно проведение подобных проб и вне профессионального контекста в специально оборудованных для подобных задач школьных классов или кабинетов в учреждении дополнительного образования детей;
4. профильная проба проводится обычно в рамках предпрофильной подготовки и направлена на выявление склонностей обучающегося к той или иной профессии;
5. менторство или программы наставничества, которые практикуются как в рабочем процессе, так и в школьной среде с целью передачи опыта, раскрытия особенностей профессии, разбора ситуационных кейсов.
6. волонтерство – добровольное, просоциальное участие в решении той или иной социально значимой проблемы;
7. стажировки [4-8].

Вместе с тем, описана еще одна технология осуществления профессионального самоопределения под названием «деятельностная проба» [9]. Авторы заявляют о деятельностной пробе как о самостоятельном и самобытном средстве профессионального самоопределения. Мы рассматриваем деятельностную пробу как тьюторскую практику в рамках профессионального самоопределения обучающихся. Однако требуется более точно описать отличия деятельностной пробы от других средств профессионального самоопределения.

Существенное философское различие деятельностной пробы от других средств профессионального самоопределения вообще и от профессиональной пробы в частности лежит в плоскости классической и неклассической научных концепций самоопределения [9]. Профессиональная проба оформилась как особое средство профориентации в 70-х годах прошлого столетия и является типичным воплощением классической концепции. Согласно такого подхода процесс профессионального самоопределения (посредством профессиональных проб) представляется как линейный процесс, существующий в определенных жизненных реперных точках (например, окончание школы и поступление в университет). Деятельностные пробы являются воплощением неклассической концепции и представляют собой нелинейный процесс, растянутый во времени. Важнейшим их элементом является не выбор профессии, а готовность к выбору профессии. Эта готовность выступает как метадеятельность, как определенное личностное качество [9].

Деятельностные пробы – «тест на способность принимать образовательно-деятельностные решения в течение всей жизни, в которой решающее значение имеет готовность к ситуации выбора» [4, с.147]. Оно должно привести к созданию собственных образовательных и личностных стратегий, привычек, средств, умения приобретать и реализовывать свой образовательный капитал. Любой человек вступает во взаимодействие с окружающей действительностью, избирательно выбирая то, что ему интересно на данный момент, декомпозируя встречающийся «материал» и вновь его «собирая», но уже как часть своей личности. Именно так каждый молодой человек методом проб, ошибок, накопления опыта отрывает для себя возможные траектории образовательного и профессионального развития.

Деятельностные пробы описывают каждый из представленных ниже факторов профессионального самоопределения как субкомпетенцию или метакомпетенцию, которая рассматривается как способность проявлять определенную активность для достижения конкретного результата, а именно:

1. осуществлять направленную активность, деятельность в разнообразных пространствах – физических, виртуальных, социальных, коммуникативных, а как же искать информацию о возможных вариантах образовательно-деятельностных решений;
2. находить решение о продолжении образования, выборе профессии в ситуации практически неизбежного противоречия между собственными интересами и мнением значимых других (общественным мнением);
3. «опробовать» выбранное образовательно-профессиональное направление до момента принятия решения, накапливать деятельностный опыт и подвергать его рефлексии;
4. находить решения в ситуации неопределенности.



5. преодолевать трудности, осознавать и ликвидировать собственные дефициты при достижении поставленных целей.

Другими словами, деятельностная проба связана не только и не столько с овладением профессиональной (квазипрофессиональной) деятельностью, сколько с саморазвитием, самопознанием, развитием проектных компетенций, работой в ситуации неопределенности. Поэтому в деятельностной пробе важно разделение на тьютора, который работает с зоной ближайшего развития личностных качеств тьюторанта, и эксперта, отвечающего за нормы деятельности. В центре деятельностных проб находится обучающийся, его представления о выбираемой профессии, а не взгляд профессионала о «настоящей профессиональной деятельности».

Подчеркнем, суть деятельностной пробы состоит в безопасной «примерке» и профессиональной деятельности, и образа жизни профессионала (социальные аспекты) и в развитии мета-деятельности. Таким образом, деятельностная проба состоит из трех компонентов: (квази)профессиональная деятельность; метапредметные компетенции; личностные качества.

Поэтому в деятельностной пробе принимает участие не только профессионал, ответственный за (квази)профессиональную деятельность, но и тьютор который ответствен за развитие личностных и метапредметных качеств тьюторанта.

Логика профессиональной пробы – рациональный линейный процесс: проведение тестирования на степень склонности к той или иной профессиональной деятельности, далее – оснащение предметным знанием через изучение профильных предметов, а также знакомство с миром профессии через экскурсии и другие формы профессионального самоопределения. После таких действий обучающийся должен уметь сделать осознанный выбор в пользу той или иной профессиональной деятельности.

Основная идея деятельностной пробы – интернализировать (перевести из внешнего во внутреннее) представление о той или иной профессии за счет получения личного опыта. Поэтому цепочка деятельностной пробы выстраивается вокруг следующего ряда:

1. Формулирование запроса на получения того или иного опыта в (квази)профессиональной деятельности.

2. Процесс получения личного опыта в профессиональной деятельности, который может быть циклическим:

- Получение личного опыта.
- Рефлексия.
- Принятие ответственности о следующем практическом шаге.
- Получение личного опыта.
- Рефлексия

3. Проектирование и получение нового деятельностного опыта.

Таким образом, скрытые мотивы и интересы, развитие которых сопровождается тьютором и профессионалом становятся частью личности обучающегося. Из пассивной роли созерцателя он переходит в позицию субъекта – актора своей жизни.

Примерный *сценарий деятельностной пробы* может включать в себя следующее.

I. Подготовительный этап. Он включает в себя:

1. Объяснение детям смысла предстоящих действий.
2. Выявление первых запросов тьюториантов на деятельностную пробу.
3. Подбор взрослых на роль «профессионала».
4. Проведение тьюториала для определения личностных качеств тьюторанта, его зоны ближайшего развития, запросов на тему профессионального самоопределения.
5. Формулирование тьютором первичного замысла деятельностной пробы.
6. Создание тьютором сценария деятельностной пробы. Сценарий формулируется путем переговорного процесса с профессионалом, в процессе которого профессионал добавляет в замысел свои профессиональные задачи. Помимо задач, тьютор добавляет ряд барьеров. Например, для программистов – сжатые сроки создания кода, специфическое профессиональное содержание разрабатываемого приложения, неясность технического задания со стороны заказчика.
7. Проверка на безопасность сценария, в ходе которого просчитываются и исключаются риски получения физических или психологических травм.
8. Создание учебного места для реализации деятельностной пробы. Например, это может быть симулятор тепловоза или рабочее место программиста с мощным мультимониторным системным блоком.

## II. Прохождение пробы.

1. Для прохождения пробы задается особое пространство, нечто среднее между игрой и симуляцией. Важно, что с тьюторантом обращаются как с профессионалом – от него ожидают поведение профессионала.
2. Саму пробу проводит не тьютор, а профессионал. Но тьютор также присутствует в процессе проведения пробы.
3. Сценарий пробы не является жёстко заданным – его можно изменять в процессе прохождения в зависимости от действий обучающегося.
4. После проведения пробы тьюторант обсуждает ее с профессионалом для получения обратной связи о своих слабых и сильных сторонах в пробе.

## III. Осмысление тьюторантом своей деятельности.

1. Проведение тьютором рефлексии.
2. Заполнение тьюторантом рефлексивного дневника.
3. Самостоятельное определение тьюторантом второго шага в деятельностной пробе.

## IV. Отчет о пробе – участники заполняют специально разработанный дневник пробы.

Таким образом, деятельностную пробу можно рассматривать как одно из направлений осознанного выбора свой профессии и профессионального самоопределения. Деятельностная проба позволяет примерить ту или иную профессиональную деятельности, дать ответ на вопрос – подходит ли индивидуально-личностные качества молодого человека для данной работы. Кроме того, данное средство вызывает выработать индивидуальный план развития собственных знаний, умений, навыков, компетенций для достижения успеха в намеченной профессиональной сфере. Наиболее привлекательным в деятельностной пробе является механизм совместной работы тьютора, тьюторанта и эксперта-профессионала, где тьютор проектирует пробу с опорой на зону ближайшего развития, профессионала насыщает пробу

профессиональной деятельностью, а тьюторант развивает свои предметные и метапредметные навыки.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Анн Л.Ф. Психологический тренинг с подростками. - СПб.: Питер, 2007. – 271 с.
2. Будагов Г.П. Методология системного подхода к формированию готовности профессионального самоопределения учащихся. Вестник Северо-Осетинского государственного университета. – 2009. – № 3. – С. 43-51.
3. Горбушина О.П. Психологический тренинг. Секреты проведения. - СПб.: Питер, 2008. – 176 с.
4. Имакаев В.Р., Вихман А.А., Гаджиева Л.А., Попова А.Ю. Готовность старшеклассников к профессиональному самоопределению: эмпирическая модель и ее интерпретация. Успехи современной науки. - 2015. - №3 - С.78-84.
5. Казакова Е.И., Галактионова Т.Г., Пугач В.Е. Основные приемы и технологии в работе тьютора: учебно-методическое пособие. – М.: АПКИППРО, 2009. – 64 с.
6. Сопровождение профессионального самоопределения старшеклассников: Диагностика. Рекомендации. Занятия /сост. М.Ю. Михайлина, М.А. Павлова, Я.К. Нелюбова. – Волгоград: Учитель, 2008. – 283 с.
7. Чистякова С.Н., Захаров Н.Н. Профессиональная ориентация школьников: организация и управление. – М.: Педагогика, 1987. – 274 с.
8. Эдмюллер А., Вильгельм Т. Модерация: искусство проведения заседаний, конференций, семинаров / пер. с нем. М.М. Дрёмина, К.А. Мартынова. - М.: Омега-Л, 2007. – 119 с.
9. Технология деятельностных проб. Пермь: АНО ДПО Сетевой институт ПРЭСТО, 2018. - 256 с.

**Золотухин Сергей Александрович** – доцент; кафедра «Педагогика и профессиональное образование», Курский государственный университет; Курск, Россия; e-mail: moodlefree@yandex.ru

**Крашенинникова Любовь Вениаминовна** – доцент; руководитель магистратуры «Тьюторство в цифровой образовательной среде», Московский городской педагогический университет; Москва, Россия; e-mail: l.krashennnikova@gmail.com

#### **THE USE OF AN ACTIVITY TEST IN THE PROFESSIONAL IDENTITY OF HIGH SCHOOL STUDENTS**

**Abstract.** *The personal orientation of the educational process affects the sphere of professional orientation as well. One of the conditions for a tutor's activity in the process of vocational guidance is to work in a situation of uncertainty. Consequently, the problem of finding new means of professional identity arises. "Performance Sample" is one of such means. It is a specially organized activity of three subjects - a tutor, a professional and a learner. the result is an individual trajectory of the scholar's educational and professional development. In the paper the*

*concept of Professional Sample is revealed, briefly described and its difference from Professional Test is explored.*

**Key words:** *professional identity, professional test, activity test*

**Sergey A. Zolotukhin** – Kursk State University; Kursk, Russia; e-mail: moodlefree@yandex.ru

**Liubov L. Krasheninnikova** – Moscow City Pedagogical University; Moscow, Russia; e-mail: l.krasheninnikova@gmail.com

УДК 808.2

**Е. Д. Иванова**

Санкт-Петербургский политехнический университет имени Петра Великого

### **Формулы составления продающих текстов в социальной сети Instagram**

**Аннотация.** *Статья посвящена разбору понятия продающих (презентационных) текстов в социальной сети Instagram. В статье описывается феномен социальных сетей, раскрываются формулы и специфика создания данного вида текстов, а также объясняется необходимость и важность роли редактора в социальных сетях, что в дальнейшем будет являться одним из основополагающих критериев в составлении рекомендаций по созданию самой эффективной формулы продающего текста.*

**Ключевые слова:** *Instagram, социальные сети, продающие тексты, редактор*

В современном мире социальные сети заполнили жизнь каждого человека. Они стали неотъемлемой его частью. Если раньше мы могли выкладывать только фотографии и ставить лайки, то сейчас любой из нас может заказать такси или доставку продуктов, научиться рисовать или вязать с помощью онлайн уроков, а также очень хорошо зарабатывать на своем контенте и делать рекламу для разных брендов.

Торговля в интернете – успешная формула заработка, она прочно закрепила в себе четыре принципа маркетинга: продукт, цена, реклама и место продажи, где последнее очень удобно в использовании, обуславливая это тем, что, не выходя из дома, можно приобрести технику, одежду или любую другую услугу.

Одна из основных особенностей такого типа торговли обусловлена тем, что для социальных сетей характерен текстово-медийный формат представления информации. Вся виртуальная «реальность» ориентируется исключительно на два органа чувств – глаза и уши. Товар нельзя потрогать, ощутить его вкус или мягкость, поэтому очень важно заинтересовать покупателя не только визуально, но и сделать это очень грамотно и красиво в текстовом (устном или письменном) формате [1]. Актуальность исследования обусловлена именно этими факторами.

Целью данного исследования является создание теоретической базы для анализа эффективности продающих текстов в социальной сети Instagram. Объектом исследования являются социальная сеть Instagram и продающие блоги, а предметом – виды текстов и блогов, принципы составления текстов и эффективность коммуникации.

Материалом для исследования стали медиатексты 20 продающих блогов в социальной Instagram.

Исследования и знания в области социальных сетей обширны и подробны. Н.В. Кононов, Е.И Рыжкова, Л. Соболева, Д. Кот, М. Хайят, Н.К. Джеймс, П.А. Плосков изучают феномен социальных сетей, высказывают предположения о том, почему всё получилось так, как получилось, а также раскрывают проблему эффективности коммуникации и успешности работы блогеров-продавцов в Instagram, затрагивают важные аспекты составления текстов, соблюдения языковой и речевой грамотности и прилежности в своём блоге. Богомолова Н.Н. и Безбогова М.С. рассматривают социально-психологические аспекты в социальных сетях, выясняют, какой тип людей больше подвержен внушению [2].

Термин «продающий текст» часто используется в рекламе и маркетинге, и исследователи утверждают, что если соблюдать все принципы по его составлению, то успех продукту обеспечен. Однако при этом подчеркивается, что успешность торговли зависит не только от текста, но и от визуального контента, и от образа «говорящего».

Существует несколько рекомендаций формирования и развития визуального контента: все фотографии должны быть высококачественными, немаловажно придерживаться базовых требований к оформлению контента, фотографии должны демонстрировать характерные особенности практического применения продукта, текстовое сопровождение изображений необходимо составлять на основе общей концепции позиционирования торгового предложения.

Название аккаунта – должно легко запоминаться, быть кратким и простым, чтобы пользователь при необходимости мог быстро найти его в поиске. Оптимально, если в названии будет присутствовать название бренда или продукта. Представим описание профиля (на примере блогера *tonya.pp*): имя (*tonya.pp*); описание (*рецепты ПП, одобренные НЕ ПП мужем*); уникальные торговые предложения (*подпишись и худи бесплатно; iHerb скидка*); о сервисе (*PR tonya.pr*); ссылка на сайт (*tonyasalnikova.ru*); номер телефона (*отсутствует*).

Все вместе должно выглядеть презентабельно, без излишеств и давать четкое представление о том, кто ведет блог и чем он занимается, какие товары или услуги предлагает.

Осветив визуальную сторону вопроса, нужно понять, что из себя представляет продающий текст [3]. Продающие тексты — это одна из важных составляющих в процессе продаж. С помощью текста можно не только убедить человека на покупку товара, но и заинтересовать в просмотре видеоролика, фотографии или посещении выставок. Продающим текст должен быть независимо от того, что это: сторителлинг в маркетинг-кит или короткий пост для продвижения в социальных сетях. Однако важно понимать, что текст не всегда может продать товар, он продает саму идею необходимости покупки.

Продающие тексты могут быть представлены в качестве коммерческих предложений, пресс-релизов, интернет-релизов, имиджевых статей и презентационных текстов, просветительских статей с завуалированной косвенной продажей и рекламных текстов различных видов.

На просторах интернета есть много сайтов, книг и даже обучающих видеороликов о том, как грамотно и правильно составить текст. Мы озвучим три основных, которые встречаются постоянно и по сути своей являются одинаковыми, только имеют разные названия.

Более подробно рассмотрим формулу AIDA по причине ее эффективности. Каждая буква означает определенное чувство, которые текст должен вызвать у читателя. Данная модель существует уже 120 лет и используется во многих маркетинговых кампаниях и рекламных постах [4].

Буква «А» означает *внимание*, которое продавец должен заполучить у потенциального клиента. Существует несколько способов привлечения внимания к тексту. Приведем примеры из нашего материала. Это может быть броский заголовок «*НАПИТАЕМ МАСЛИЦЕМ ВОЛОСИКИ*»; это может быть маленький абзац, с которым все могут согласиться (или та часть аудитории, которой нам нужно продать товар): «*Собака – это здорово! Здорово, весело, но... еще и достаточно сложно*».

Заголовок зацепит внимание, если в нем есть следующие слова: «*Бесплатно*», «*Внимание*», «*Важно*». Таких слов много, но это не призыв к тому, чтобы использовать только их. Можно сделать проще, но не менее эффективно, например: «*Лекарство от смерти*»; «*Как съездить в Лондон за пять тысяч рублей*».

Буква «I» означает *интерес* к написанному тексту. Текст должен быть написан так, чтобы захватить интерес читателя на дальнейшее чтение. В случаях рекламной статьи, внимание вызывает заголовок, а интерес – первые абзацы. «Мы купили робот-пылесос. Раньше я думал, что эта вещь бесполезная...». Отсюда и начинается интерес читателя. Почему же он передумал? Как он понял, что робот-пылесос на самом деле нужен в каждом доме? На этом этапе у покупателя должна возникнуть жизненная необходимость дочитать текст до конца. Обычно в таких случаях используются эмоциональные аргументы (по Филипповой): заявление о конверсии, почёт по ассоциации, аргумент к публике и многие другие, которые могут вызвать как положительную, так и отрицательную реакцию. Поэтому на данном этапе нужно тщательно продумывать каждую фразу.

Буква «D» означает *желание* покупателя, которое формируется у него в процессе чтения. Это вырабатывается с помощью приведения аргументаций, плюсов и минусов (необязательно какого-то определенного продукта) товаров на рынке. Здесь должны применяться различные продающие триггеры [4].

Буква «A» означает *действие*. Вне зависимости от того, где и как продается товар, последние секунды чтения или просмотра должны вызвать у клиента призыв к действию. Используются такие слова как: «*записывайтесь*», «*звоните*», «*покупайте и наслаждайтесь*». То есть слова, которые заведомо готовят нас к тому, что мы обязательно что-то сделаем. «*А у тебя есть AirPods? Если нет, то пиши в директ!*»; «*Теперь уборка не доставляет сложностей. А у вас есть домашние помощники?*».

В идеальном варианте формулы есть ещё буква «S», которая означает *удовлетворение*. У покупателя от приобретённой вещи, а у продавца от ее покупки. Практически каждая формула должно дарить это удовлетворение не только от покупки, но и от полученной

информации про товар; про возможность купить его. Формула AIDA является фундаментальной, поэтому, освоив ее, можно переходить на остальные.

Формула RMPHS является «больной» темой в маркетинговом процессе. «Больной» в хорошем смысле этого слова. Девиз всего маркетинга гласит: *«Найдите у покупателя больную точку и давите на нее»*. То есть продавцу нужно надавить на покупателя и выяснить то, что ему необходимо – это и есть его боль. Конечно, это должно быть очень мягко и завуалировано, не нужно отпугивать клиента раньше времени. Последовательность такая: *Pain – боль; More Pain – больше боли; Hope – надежда; Solution – решение*.

Продавец начинает свое предложение с обострения проблемы необходимости приобретения товара, затем накаляет обстановку, говоря, что у него есть некое волшебное средство, но не называет его, а после автор текста сбрасывает эмоциональную нагрузку представляя продвигаемый товар. Однако этой формулой нужно пользоваться аккуратно и не забыть оставить призыв к покупке в самом конце [4].

Следующая формула продажи выглядит не так, как предыдущие, потому что у нее нет аббревиатуры.

Проблема → Усиление → Трансформация в потребность → Варианты способов решения → Единственно верный и правильный вариант.

Человек покупает не конкретный товар, а решение своих проблем, и продажа начинается с выявления проблем покупателя/клиента. И начинается она задолго до установления первого контакта. На этом этапе что в тексте, что в медиа-рекламе важно научиться выждать. Нельзя сразу же агрессивно навязывать свой товар.

Ещё нужно понимать, что продажа посредством продающего текста не полностью повторяет продажу в реальной жизни, поэтому редактору, как человеку, работающему с данным видом текста, нужно заранее выявить проблемы или подумать о проблеме, которая станет нерешаемой для покупателя [3].

Здесь же и проявляется необходимость включения редактора в составление продающих текстов. Редактор – практик, он занимается тем, что постоянно улучшает предложенный контент. Он знает, как преподнести публике материал в наилучшей форме, поэтому каждому автору нужен редактор. Тут никаких исключений нет. Даже если человек никогда в своей жизни не делал ошибок в тексте, это не значит, что его книгу, текст или пост (от компании) можно выложить без проверки.

Наличие редактора в блоге индивидуального предпринимателя или компании так же важно, как и наличие контент-стратега. Главное различие в двух видах этой деятельности – работа с публикой. Контент-менеджер только лишь предлагает наполнение, а редактор описывает его, предоставляет в форме, которая будет красива как на глаз, так и на слух (восприятие).

Продающие тексты – это сложный вид текстов, составление которых включает в себя следование многим правилам и теориям, необходимым для успешности коммуникации. Каждый рекламный пост – это страница книги в блоге человека, поэтому к нему нужно подходить с умом. Все должно быть продумано до мелочей: от вида презентационного текста до сочетания рекламы с атмосферой блога. Нужно уметь сохранять диалог, правильно расставить акценты и использовать речевые средства воздействия. Соответственно, для того

чтобы отработать наиболее значимые возражения, их надо предвидеть. Если пропустить какой-либо этап, то рассчитывать на успех не имеет смысла. За этим и следит редактор блога в социальных сетях, чтобы всё было на своих местах [4].

На основе наших наблюдений, было замечено, что очень часто инстаграм блогеры для продвижения продукта используют инстаграм сторис, где показывают различные сценки того, как тот или иной продукт помог им в жизни. Приведём пример из нашего исследования. Блоггер tonya.pp под музыку занимается домашними делами, готовит еду, моет посуду. Видеоряд под музыку занял около сорока пяти минут, затем кадры меняются, Тоня стоит перед столешницей, на которой располагаются огромные упаковки с средствами для быта от Synergetic. Далее она рассказывает о достоинствах продукта, предлагает скидку и так далее. Все это сопровождается медиатекстом (на экране в сторис) и речью говорящего, которая совсем немного отходит от канонов прописанного текста для рекламы. По мнению Н.В. Анисиной, инстаграм-сторис в презентационных текстах должны подчиняться теории В.Я. Проппа, Дж.Д. Кэмпбелла; они показывают продукт в качестве волшебного помощника, средства решения проблемы, а инстаграм-сторис, в свою очередь, строятся, как процесс разрешения проблемной ситуации [5].

Самым важным этапом нашего исследования стало выявление сущности понятия «продающий текст». Исходя из полученных знаний, путем сопоставлений и сравнений видов продающих текстов, мы выяснили, что «королем всех продаж» является именно презентационный текст, который обладает многими признаками эффективности: вербальной грамотностью, правильным использованием грамматических оборотов речи, определением нужной целевой аудитории, представлением эффективных аргументов и возможных контраргументов.

Любая реклама – это искусство. Будь это ролик на телевидении, запись по радио или текст в журнале, социальной сети или на двери парадной. Здесь не нужно излишеств, но и не нужно сухости. Все должно быть лаконично и красиво, в некоторых местах даже немного дерзко. Чтобы продать свой товар не нужно его навязывать, не нужно хвалить, нужно правильно расставить приоритеты и подумать о потенциальных покупателях. Продающие тексты – это не просто очередная запись в блоге, а четкая, структурированная система, которая подчинена определенным формулам и методикам.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Кот Д. Продающие тексты: модель для сборки. Копирайтинг для всех [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.litres.ru/dmitriy-kot/prodauschie-teksty-model-dlya-sborki-kopirayting-dlya-vseh/chitat-onlayn/>
2. Плосков П. А. Сила Instagram. – М.: Бомбора, 2018. – 316 с.
3. Рыжкова Е.И. Продающие тексты: как сделать так чтобы они действительно продавали. – М.: Ridero, 2017. – 160 с.
4. Субботин И. Технология создания продающих текстов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.litres.ru/igor-urevich-subbotin/tehnologiya-sozdaniya-prodauschihtekstov/chitat-onlayn/>



5. Анисина Н.В. Закономерности построения учебно-научного микротекста как отражение процесса познавательной деятельности. Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. – 2012. – № 3 (155). – С.29 – 36.

**Иванова Екатерина Дмитриевна** – студент бакалавриата; Высшая школа ИППиПЛ, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Россия, Санкт-Петербург; e-mail: Kata179999@gmail.com

#### **FORMULAS OF CREATING SELLING TEXTS ON INSTAGRAM**

**Abstract.** *This article looks at analysis of the concept of selling texts (advertising copy) on Instagram. In the article the phenomenon of social media is looked through, formulas and specifics of this type of media texts are revealed, as well as the necessity and importance of editor's role in social media platforms are explained. The said theory and knowledge will be used as one of the most valuable fundamental criteria in future research.*

**Key words:** *Instagram, social media, selling texts (advertising copy), editor*

**Ekaterina Dm. Ivanova** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: Kata179999@gmail.com

УДК 37.013

**Е.Е. Иванова**

Санкт-Петербургская академия постдипломного педагогического образования  
Школа № 643

**Н.С. Никонова**  
Школа № 643  
Санкт-Петербург

#### **Волонтерство в образовательном учреждении: инновации и интеграция зарубежного опыта**

**Аннотация.** *В статье проанализированы возможности решения проблемы развития социальной активности учащихся в волонтерской деятельности на основе изучения опыта волонтерской деятельности в образовательных системах Америки, Европы, Азии и Австралии. Анализируются примеры добровольческой деятельности и раскрываются возможности в развитии социальной активности учащихся.*

**Ключевые слова:** *волонтер, добро, сопровождение, деятельностьная проба, индивидуализация*

В последние два десятилетия важным компонентом образовательного процесса в российских школах является волонтерство (педагогически организованная добровольческая деятельность учащихся, направленная на решение различных социальных проблем). Одним из заявленных направлений работы по совершенствованию российской системы образования, обозначенном в Национальном проекте «Образование», является создание в образовательных организациях центров волонтерской (добровольческой) деятельности,

направленных на развитие волонтерских (добровольческих) инициатив обучающихся, параметры которого определены в подпрограмме «Социальная активность». Осмысление волонтерства как ресурса образования и воспитания является актуальной темой широкого круга педагогических исследований.

Следует отметить наличие большого количества инновационных проектов по организации волонтерской (добровольческой) деятельности в российских школах: МБОУ СОШ № 3 в городе Бийск (проект «Волонтерский отряд «Лидер»), МБОУ СОШ № 134 в городе Новосибирск (проект «Волонтерская деятельность в системе социального партнерства»), ГБОУ СОШ № 533 города Санкт-Петербург, проект, организованный в условиях пандемии коронавирусной инфекции «Волонтерское движение «Steps of Good». Актуальной проблемой, требующей решения в процессе организации волонтерства, является создание условий для развития социальной активности учащихся как интегративного личностного качества, определяющего его стремление и готовность к самостоятельному инициативному творческому решению различных социальных проблем.

В педагогической науке социальная активность определяется как самостоятельная деятельность человека (личности) по преобразованию социальной реальности:

- деятельность субъекта по преобразованию социальной реальности (К.А. Абульханова-Славская, С.Л. Рубинштейн);
- деятельность, переходящая в самодеятельность (Е.А. Ануфриев, А.В. Зелепукин, Л.П. Станкевич);
- творчество, творческая деятельность (Б.Г. Григорьян, Н.Я. Доронина, М.Д. Тиво).

Следует отметить отсутствие эффективных решений данной проблемы в практике российского образования и ее актуальность, в связи с тем, что социальная активность является важной характеристикой человека двадцать первого века. Возникает необходимость в анализе и поиске средств решения данной проблемы в опыте волонтерской и образовательной деятельности зарубежных стран.

Данная постановка проблемы определяет цель исследовательской деятельности: выявить эффективные педагогические средства развития социальной активности учащихся, получившие распространение в зарубежном образовательном опыте, которые могут быть использованы в инновационной педагогической деятельности российских образовательных учреждений по организации волонтерской деятельности учащихся. Основным методом исследования является теоретический анализ научных статей и примеров описания практик волонтерской деятельности в образовательных учреждениях зарубежных стран.

Анализ изученных материалов позволил выделить три принципиально различных вида волонтерской деятельности, которые осуществляют субъекты образовательного процесса:

- Взрослые люди (студенты, учителя на пенсии, представители различных общественных организаций), не имеющие отношения к конкретному образовательному учреждению, но желающие помочь и проявляющие инициативу, направленную на совершенствование образовательного процесса;
- Педагоги, работающие в образовательном учреждении и родители (родственники) обучающихся в образовательном учреждении, стремящиеся в процессе

собственных волонтерских инициатив решить конкретные проблемы образовательного учреждения;

- Обучающиеся образовательного учреждения, осуществляющие волонтерскую деятельность в образовательном учреждении и за его пределами.

В книге *«Волонтеры в государственных школах»* [1], изданной в Вашингтоне в 1990 году, представлены результаты исследования организации волонтерства в государственных школах Соединенных Штатов. В ней отмечается, что история волонтерского движения началась в 1950-х годах, когда группа «Гражданские активисты Нью-Йорка» проявила обеспокоенность об образовании детей, поступающих в школу с языковыми недостатками, то есть невозможностью говорить по-английски, и начала планировать организованную волонтерскую программу с целью привлечения добровольцев-взрослых. Для этого осуществлялась подготовка волонтеров и консультирование учителей о дополнительных возможностях работы с добровольными помощниками учителей в начальных классах. В 1956 году Ассоциация общественного образования (ПЕА) - это группа граждан, продвигающая образование в Нью-Йорке уже полвека, возглавила организованную школьную волонтерскую программу с 20 добровольцами, которые регулярно проводили уроки чтения для детей мигрантов. Важным условием с самого начала являлась их предварительная обученность [1, с. 6]. Книга представляет опыт подобных программ в других школьных округах страны и в школах Англии.

В статье «Связь поведения родителей с успеваемостью ребенка: четыре оценочных исследования по вопросам родительского образования проводятся в рамках программы» [2] приводятся примеры программ вовлечения родителей в образовательную деятельность в школах Америки в 1979 году: «В программах широко варьировались и включались такие виды деятельности, как волонтерство в классе, обучение собственных детей дома и/или участие в управлении программами» [2, с. 317-325].

По сведениям Национального центра психического здоровья, в школах Калифорнийского университета [3] в Лос-Анджелесе, добровольцы могут набираться из родителей и других членов семьи; членов общины, таких, как пожилые люди и работники местных предприятий; студенты колледжей; учителя-пенсионеры. Такие волонтеры — это бесценный ресурс для поддержки школы. Henderson and Mapp, (исследователи Национального центра психического здоровья, 2002), сообщают, что «добровольцы-студенты могут быть значительным ресурсом в создании благоприятной и гостеприимной среды в школах и содействии улучшению в поведении и успеваемости учащихся» [3, с 11-19.], а также добровольцы могут быть ценным активом в укреплении усилий школы по поддержке обучения и преподавания.

Волонтерская деятельность учащихся обеспечивает приобретение ими позитивного социального опыта и самоидентификацию в социально-культурном пространстве. Современные дети нуждаются в сбалансированном наборе когнитивных, социальных и эмоциональных навыков, чтобы преуспеть в новой действительности. Их способность достигать целей, эффективно работать с другими и управлять эмоциями будет иметь важное значение для решения задач XXI века. Несмотря на то, что все признают важность таких социально-эмоциональных навыков, как настойчивость, общность и самоуважение, но

зачастую недостаточная осведомленность о «том, что и как работает», тормозит их развитие. Учителя и родители на самом деле не знают, имеют ли вес их усилия по развитию этих навыков и что они могли бы сделать лучше. Политика и программы, направленные на измерение и повышение уровня социально-эмоциональных навыков, в разных странах значительно различаются, но все сводятся к тому, что волонтерство в школе – это один из способов достижения данных целей. Волонтеры-школьники – это, как правило, ученики средней и старшей школы, а также студенты в возрастной категории 16+. В журнале *The wall street journal* в статье «Работа волонтером в школе поможет детям» [4] описан опыт школьной волонтерской работы: «выполнение функций школьного совета; любая деятельность, осуществляемая в интересах школы, в других органах, созданных для содействия благосостоянию школы; любая деятельность, осуществляемая в интересах благополучия школы по просьбе директора или школьного совета; оказание любой помощи в работе школы или детского сада; помощь людям в домах престарелых, питомниках и т.д.» [4, с 1-4.].

Изучив информацию на сайте Департамента образования Южной Австралии [5], мы увидели систему волонтерских программ, разработанную учителями и координаторами, заинтересованными в развитии добровольческой деятельности в школах Южной Австралии. Департамент позиционирует волонтерство как полезный опыт для школьников. Это говорит о заинтересованности чиновников в развитии работы по добровольческим практикам в школах. Как же организована деятельность волонтеров в школах Южной Австралии? Во-первых, существует очень ответственный подбор организаций для подобной деятельности: «Типы организаций, которые могут принять школьных волонтеров, включают в себя некоммерческие организации, зарегистрированные благотворительные организации, Ассоциации беженцев или приюты для животных; общественные организации, чья работа приносит непосредственную пользу обществу, например, клуб по улучшению жизни общин или помощь окружающей среде; волонтерские программы местного совета, такие как удаление граффити, молодежные консультационные комитеты или помощь в проведении общественных мероприятий; государственные учреждения, такие как образование, окружающая среда или здравоохранение, например, в школе, музее, национальном парке, учреждении по уходу за престарелыми или больнице и т.д.» [5, сайт]. Во-вторых, выстроено сопровождение волонтеров-школьников, так как волонтерские программы являются частью формального обучения и входят в школьные часы. Волонтеры работают в группе или по одному. На сайте можно познакомиться с информацией о системе распределения времени на волонтерские программы, которые включены в школьное расписание и проходят с 9 утра до полудня с понедельника по пятницу. Каждая школа определяет круг организаций принимающих волонтеров, согласовывает в соответствии с национальными стандартами правила и часы для волонтерских практик. Для каждой волонтерской программы прописывается: *«Принимающие организации, участвующие в школьных волонтерских программах, должны иметь государственную ответственность и страхование учащихся до 18 лет. Перед началом волонтерской деятельности школа готовит вводную программу, которая охватывает такие аспекты, как охрана труда и техника безопасности. Принимающие организации могут использовать свои процедуры обучения для подготовки*

школьников к добровольчеству. Принимающие организации подтверждают участие в процедурах добровольчества, которые должны согласовываться с национальными стандартами участия добровольцев Австралии. В нем должны содержаться ссылки на законодательство в том, что касается работы или волонтерства с детьми» [5, сайт]. На сайте прописаны общие правила для волонтерских программ, одно из них гласит, что волонтеры не должны получать зарплату или вознаграждение за свою деятельность, но слова благодарности приветствуются.

Процитируем мнение учителей, сопровождающих волонтеров-школьников: «Одна маленькая деталь может принести большие изменения. Волонтерство также может помочь с вашей карьерой или будущим обучением». Опыт широкомасштабной работы по волонтерству, представленный на официальном сайте министерства образования Южной Австралии, публикует множество примеров волонтерских практик, один из них – «Национальная Неделя Школьных Волонтеров (NSVW) - бросает вызовы, поощряя молодых людей, которые стремятся внести изменения посредством волонтерства. С 18 по 24 мая 2020 года по всей стране прошли разнообразные мероприятия, фестивали, форумы и кампании по повышению осведомленности о добровольческих событиях, проводимых школами».

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Волонтерская деятельность учащихся в образовательных учреждениях различных стран мира (Австралия, США) в большинстве своем представляет собой педагогически организованную трудовую деятельность учащихся, направленную на решение проблем школьной жизни или оказание помощи в решении различных социальных проблем. Подобная деятельность соотносится с традиционной для российских образовательных учреждений общественно-полезной деятельностью и не нуждается в особом освоении и интеграции в российские реалии как особой педагогической инновации.

2. Развитие социальной активности учащихся в зарубежных образовательных практиках обеспечивается посредством использования интерактивных педагогических технологий (проектная деятельность, кейс-метод, французские мастерские, развитие критического мышления), что говорит о необходимости их использования как инновационного педагогического средства организации волонтерской деятельности учащихся.

3. Сопровождение самостоятельной творческо-поисковой деятельности учащихся в образовательных учреждениях различных стран мира осуществляется благодаря тьюторской деятельности, что обеспечивает апробацию инновационной деятельности педагогов-тьюторов в российских образовательных учреждениях.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Bernard Michael, Editor /Volunteers in Public Schools /Committee on the Use of Volunteers in Schools/ Commission on Behavioral and Social Sciences and Education National Research Council /National Academy Press /Washington, D.C. 1990 /160 pages/

2. Linking Parent Behaviors to Child Achievement: Four Evaluation Studies from the Parent Education Follow through Program Studies in Educational Evaluation. Vol. 8, pp. 317-325, 1983 0191-491X/83/030317-09\$04.50/C Printed in Great Britain. All rights reserved. Copyright, 1983.

Pergamon Press Ltd. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0191491X82900360>\_/505. pages/

3. Center for Mental Health in Schools (2013). Volunteers as invaluable resources. Los Angeles: Author at UCLA. <http://smhp.psych.ucla.edu/pdfdocs/practicenotes/voluntresource.pdf>\_/52 pages/

4. Сайт журнала:

<https://www.wsj.com/articles/SB10001424052748704252004574457021520242600> The wall street journal, The School Volunteer Jobs That Most Help Your Kids, By Sue Shellenbarger Updated Oct. 7, 2009 4:47 pm ET Copyright ©2020 Dow Jones & Company, Inc. All Rights Reserved.

5. Сайт <https://www.education.sa.gov.au/parenting-and-child-care/volunteers/training-volunteers> /Government of South Australia Department for Education, General enquiries (08) 8226 1000 1800 088 158, Page last updated: 20 Jan 2021, Education.Customers@sa.gov.au

**Иванова Евгения Евгеньевна** - аспирант АППО СПб, учитель ИЗО и черчения ГБОУ школы № 643; Россия, Санкт-Петербург; e-mail: [jenya\\_mail@inbox.ru](mailto:jenya_mail@inbox.ru)

**Никонова Наталья Сергеевна** - учитель английского языка, тьютор ГБОУ школы № 643; Россия, Санкт-Петербург; e-mail: [Nikaserg7767@gmail.com](mailto:Nikaserg7767@gmail.com)

## **VOLUNTEERING IN THE EDUCATION SYSTEM: ANALYSIS OF FOREIGN EXPERIENCE**

**Abstract.** *The article examines the directions and experiences of volunteering in the educational systems of America, Europe, Asia and Australia. Examples of voluntary activities are analyzed and opportunities are revealed in the formation and realization of individual educational paths for pupils. It also examines the activities of teachers, parents and the administration of educational institutions in volunteer programmes.*

**Key words:** *volunteer, kindness, accompanying, test future career, individualization*

**Evgeniya E. Ivanova** - instructor of the SGEE School Pilot Site 643, Art teacher, post-graduate student APPO SPB; Russia, Saint Petersburg, e-mail: [jenya\\_mail@inbox.ru](mailto:jenya_mail@inbox.ru)

**Natalia S. Nikonova** - english teacher, SGEE School Tutor 643; Russia, Saint Petersburg, e-mail: [Nikaserg7767@gmail.com](mailto:Nikaserg7767@gmail.com)

УДК 81'342

**А.К. Иваноглу, М.П. Агафонова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Просодические особенности сценической речи в английском языке**

**Аннотация.** *Статья посвящена вопросу изучения таких характеристик спонтанной и сценической речи на английском языке, как интенсивность, частота основного тона и используемые интонационные конструкции. Сценическая речь – это особый вид речи, который служит одним из профессиональных средств выразительности актера. И спонтанная, и сценическая речь имеют много характерных черт, сравнительный анализ*

*которых предполагает выделение специальных просодических характеристик, позволяющих сделать выводы об основных особенностях сценической речи.*

**Ключевые слова:** *сценическая речь, спонтанная речь, интенсивность, частота основного тона, интонационные контуры*

История просодии как раздела фонетики восходит к античному театру. Изучение театра как коммуникативной системы позволяет расширить область знаний в лингвистике. Элементы просодии отражают различные особенности речи и помогают передать эмоциональную составляющую сообщения. В современной науке с использованием информационных технологий речь все чаще стала изучаться с точки зрения ее отдельных элементов, которые можно выразить числовыми значениями.

В данной работе были исследованы такие супraseгментные характеристики речи как интенсивность, частота основного тона и используемые интонационные конструкции. Объектом исследования является спонтанная и сценическая речь. Предметом исследования являются супraseгментные (просодические) характеристики речи (интенсивность, частота основного тона, интонационные контуры), реализованные в спонтанной и сценической речи. Цель – изучить сходства и различия спонтанной и сценической речи на материале исследования. Практическую и теоретическую новизну данной работы составляет изучение сценической речи с точки зрения фонетики. Сценическая речь как главное выразительное средство актера мало изучено с точки зрения фонетики, поэтому исследования просодики данного типа речи актуальны.

Известно, что главная роль в передаче основного информационного содержания сообщения принадлежит лексико-грамматическим средствам [1, с. 48]. В то же время именно просодические средства способны дополнить недостаточную выразительность вещания [2, с. 66].

По мнению С. Ф. Леонтьевой, в систему супraseгментных компонентов интонации (просодии) входят следующие характеристики [3, с. 232]:

1. мелодика, т. е. изменение высоты голоса во время речи, что придает языку определенный тон;
2. ритм речи – чередование ударных и безударных слогов;
3. темп – скорость произнесения слов в речевом потоке и паузы между интонационными группами;
4. тембр – звуковая окраска, которая придает речи эмоциональную экспрессивность;
5. фразовое и логическое ударение, служащее для выделения значимых слов в предложении.

Важно отметить, что просодию следует рассматривать не как изолированный феномен, а как равноправное языковое средство, участвующее в формировании и передаче смысловой стороны высказывания [4, с. 14]. При помощи интонации слушатель безошибочно может понять, является ли произнесенное предложение утверждением, вопросом, просьбой или возгласом.

Эмоциональный компонент выполняет особую функцию в структуре общения. Наиболее важным свойством просодии, способствующим повышению экспрессивности звучащего текста, представляется ее способность выделять одни элементы текста на фоне других.

Наша речь не всегда является одинаковой, она меняется, в зависимости от того, в каких условиях мы говорим, к кому обращаемся, как и с какой целью. Данная статья рассматривает фоностилистические особенности сценической и спонтанной речи в английском языке.

Для английского языка повседневного общения характерным является использование разговорного (неофициального) стиля. Оно происходит как в семейном кругу, так и в неформальных внешних отношениях, а именно, в разговоре близких друзей или хорошо знакомых людей. Разговорный стиль речи характерен для вступлений, иллюстративных примеров, комментариев, рассказов и шуток, которые часто используются в риторическом дискурсе [5, с.145]. Количество таких фрагментов зависит от степени формальности, тематики и индивидуального стиля говорящего.

В декламационном (художественном) стиле целью говорящего является обращение одновременно к разуму, воле и чувствам слушателя с помощью образных средств. Данный стиль речи используется в сценической речи, декламации стихов, чтении вслух художественной литературы. Читая вслух художественную литературу, мы имеем дело с двумя разновидностями устного представления письменного текста: чтение вслух отрывка описательной прозы (авторского языка, или монолога) и воспроизведение разговора (языка персонажей, или диалога) [6, с.118].

Р. Кингдон утверждает, что интонация авторской речи или монолога характеризуется использованием нисходящих тонов и последняя интонационная группа, как правило, имеет низкий нисходящий тон (Low Fall) [7, с.106]. Основные тона в неконечных интонационных группах являются Low Fall, High Fall, Fall-Rise [8, с.135].

Возникающие реакции слуховой адаптации у зрителей порождают различные эстетические переживания. Психическое воздействие звучащего текста находится в прямой зависимости от использования широкого спектра просодических средств речи и формируют прагматическую структуру сценического языка [9, с. 256].

Таким образом, можно сделать выводы о том, что характер высказывания и ситуация общения определяют стиль речи говорящего. Сравнительный анализ описаний данных видов речи в работах исследователей показал, что характеристиками сценического стиля речи могут служить следующие просодические параметры: степень вариативности диапазонов высоты основного тона, предпочтение отдельных интонационных моделей в конечных и не конечных позициях, а также большая интенсивность речи [8, с.133].

В данном исследовании было предположено, что сценическая речь отличается от спонтанной речи в первую очередь просодическими характеристиками. В качестве материала исследования были использованы записи речи 6 дикторов (3 мужчин и 3 женщин) разных возрастных категорий. Для практической части данного исследования были использованы материалы, размещенные на видеохостинге «YouTube». Для каждого из 6 дикторов была проанализирована спонтанная и сценическая речь, получены числовые показатели



некоторых супrasegmentных характеристик речи. Корпус исследования составил 90 минут. В процессе экспериментального исследования был произведен слуховой и инструментальный анализ материала. Полученные данные были статистически обработаны. Для анализа интонационных контуров была использована система Р. Кингдона, дополненная описаниями, представленными в учебном пособии Е. Я. Антиповой.

В двух случаях из трех для мужских голосов показатели средних значений максимальной и средней интенсивности для спонтанной речи были выше, чем для сценической, а показатели среднего значения для минимальной интенсивности, минимальной, максимальной и средней частоты основного тона в спонтанной речи оказались ниже, чем в сценической. Интенсивность в большинстве отрывков мужских голосов отличается от числовых показателей интенсивности в спонтанной речи дикторов (см. Таблица 1, 2).

Таблица 1.

Показатели средних значений для спонтанной речи мужских голосов М1-М3

	<b>Max int (dB)</b>	<b>Min int (dB)</b>	<b>Int (dB)</b>	<b>Max pitch (Hz)</b>	<b>Min pitch (Hz)</b>	<b>Pitch (Hz)</b>
<b>M1</b>	74.06	38.57	64.48	268.44	74.86	105.08
<b>M2</b>	78.28	33.47	70.92	215.8	90.31	129.09
<b>M3</b>	74.19	44.47	64.57	283.39	74.39	109.72

Таблица 2.

Показатели средних значений для сценической речи мужских голосов М1-М3

	<b>Max int (dB)</b>	<b>Min int (dB)</b>	<b>Int (dB)</b>	<b>Max pitch (Hz)</b>	<b>Min pitch (Hz)</b>	<b>Pitch (Hz)</b>
<b>M1</b>	69.65	42.59	62.68	416.78	114.17	224.85
<b>M2</b>	71.79	42.99	63.42	410.96	133.2	274.84
<b>M3</b>	77.86	47.31	68.66	286.72	102.07	171.79

Для женских голосов все показатели параметров для спонтанной речи ниже, чем для сценической в двух случаях из трех. Средняя частота основного тона во всех трех случаях в сценической речи выше, чем в спонтанной. Минимальная частота основного тона во всех трех случаях в сценической речи выше, чем в спонтанной. Минимальная интенсивность в спонтанной речи ниже, чем в сценической во всех случаях (см. Таблица 3, 4).

Таблица 3.

Показатели средних значений для спонтанной речи женских голосов F1-F3

	<b>Max int (dB)</b>	<b>Min int (dB)</b>	<b>Int (dB)</b>	<b>Max pitch (Hz)</b>	<b>Min pitch (Hz)</b>	<b>Pitch (Hz)</b>
<b>F1</b>	69.55	37.01	63.11	362.61	78.72	164
<b>F2</b>	74.12	30.34	60.48	372.61	82.91	139.33
<b>F3</b>	76.04	25.50	68.79	418.93	88.75	189.44

Таблица 4.

Показатели средних значений для сценической речи женских голосов F1-F3

	<b>Max int (dB)</b>	<b>Min int (dB)</b>	<b>Int (dB)</b>	<b>Max pitch (Hz)</b>	<b>Min pitch (Hz)</b>	<b>Pitch (Hz)</b>
<b>F1</b>	70.28	48.22	63.38	399.64	93.78	210.21
<b>F2</b>	79.93	47.42	72.67	421.46	182.96	321.09
<b>F3</b>	75	42.07	67.48	374.53	127.22	229.33

Для женских голосов для всех трех дикторов в спонтанной речи наиболее частотным является High Fall (40-55%). Далее идет Rise-Fall (15-35%). Наименее частотными являются Low Fall (10-25% для двух случаев из трех), Low Rise (10% в одном случае из трех) и High Rise (5-15% в двух случаях из трех).

Для мужских голосов в спонтанной речи наиболее характерны нисходящие тона, как High Fall (15-55%) во всех трех случаях, так и Low Fall (25-35%) в двух случаях из трех. Rise-Fall (15-30%) является следующим наиболее частотным по употреблению в спонтанной речи для двух случаев из трех.

В сценической речи для женских голосов наиболее частотным во всех трех случаях является High Fall (20-55%). Rise-Fall (20-35% в двух случаях из трех) и Low Rise (15-25% во всех трех случаях) являются вторыми наиболее частотными по употреблению в сценической речи для женских голосов. Low Fall (5-30% в двух случаях из трех), High Rise (10-25% в двух случаях из трех) и Fall-Rise (25% в одном случае из трех) встречаются реже.

В сценической речи для мужских голосов можно отметить разнообразие используемых интонационных конструкций. Так, в первом и втором случаях наиболее частотным стал Rise-Fall (25-40%), в третьем – High Rise (30%). High Fall (25-30%) является еще один частотным тоном по употреблению в сценической речи для мужских голосов во всех трех случаях. Fall-Rise (5-15%) также присутствует во всех трех случаях. Low Rise (10-25%) в двух случаях из трех также является распространенным терминальным тоном.

Таким образом, сценическая речь действительно отличается от спонтанной речи в первую очередь просодическими характеристиками. В сценической речи присутствует более обширный инвентарь интонационных конструкций для передачи выразительности в мужских и женских голосах. Для всех дикторов характерно повышение средних показателей частоты основного тона в сценической речи, что может быть обусловлено необходимостью повышения эмоциональности речи на сцене. Следует отметить, что в спонтанной речи чаще встречаются нисходящие тона. Это можно объяснить выбранными для исследования фрагментами повествовательного характера (интервью). В сценической речи можно проследить преобладание восходящих тонов. Некоторые дикторы также используют в своей сценической речи низкие тона, что также может объясняться наличием повествовательного элемента (монолог, авторской речи).

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Великая Е.В. О фоностилистических особенностях сценической речи / Е. В. Великая. Вестник Московского университета. Сер. 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2008. - № 1. — С. 43 — 55.

2. Троянская Е.С. К общей концепции понимания функциональных стилей. Особенности стиля научного изложения. — М.: Наука, 1976. — С. 47 — 53.
3. Леонтьева С.Ф. Теоретическая фонетика современного английского языка. — М.: Менеджер, 2005. — 336 с.
4. Гайдучик С.М. К вопросу о классификации фонетических стилей. Тезисы докладов научно-методической конференции “Просодия текста”. — М.: МГПИИЯ им. М. Тореза, 1982. — С. 13 — 15.
5. Jones D. An outline of English phonetics. 9th ed. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press, 1975. — 203 p.
6. Соколова М.А. Теоретическая фонетика английского языка. — М: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1996. — 286 с.
7. Kingdon R. The Groundwork of English Intonation. Ldn: Longman, 1958. 272 p.
8. Буряя Е.А., Галочкина И.Е, Шевченко Т.И. Фонетика современного английского языка: Теоретический курс: Учебник / Е. А. Буряя, Галочкина И.Е, Шевченко Т.И. — М.: Академия, 2018. — 256 с.
9. Wennerstrom, A.K. The Music of Everyday Speech: Prosody and Discourse Analysis / A. K. Wennerstrom. — Oxford University Press, 2001. — 317 p.

**Иваноглу Анастасия Константиновна** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: nastyalinguo@gmail.com

**Агафонова Марина Павловна** — старший преподаватель; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: m.p.agafonova@yandex.ru

## **PROSODIC CHARACTERISTICS OF SCENIC SPEECH IN ENGLISH**

**Abstract.** *The article dwells upon such characteristics of English spontaneous and scenic speech as intensity, pitch, and intonation. Scenic speech is a special type of speech that operates as one of the professional expressive means of an actor. Both spontaneous and scenic speech have many characteristic features, a comparative analysis of which involves highlighting of special prosodic characteristics that allow to draw conclusions about the main features of scenic and spontaneous speech.*

**Key words:** *scenic speech, spontaneous speech, intensity, pitch, intonation contour*

**Anastasia K. Ivanoglu** — Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: nastyalinguo@gmail.com

**Marina P. Agafonova** — Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: m.p.agafonova@yandex.ru

### Проблемы адаптации первокурсников Санкт-Петербургского политехнического университета

**Аннотация.** *Статья посвящена вопросу взаимосвязи адаптации студентов и их личностных особенностей. В работе раскрываются понятие адаптации, составляется портрет студента первокурсника СПбПУ, рассматривается идея о создании психологической тетради поддержки для студентов первокурсников. Представлены результаты анкетирования первокурсников и их отношение к профессиональной помощи. Работа проводилась на базе Санкт-Петербургского Политехнического университета, в исследовании приняло участие 108 респондентов. Результаты исследования показывают, что четверть студентов нуждается в поддержке в процессе адаптации, более половины респондентов хотели бы иметь возможность получить профессиональную психологическую помощь в ВУЗе.*

**Ключевые слова:** *адаптация студентов, личностные особенности, социально-психологическая адаптация, адаптация к вузу*

Исследования адаптации берут начало из естественных наук: физиологии, биологии, медицины и имеют богатую историю. Позднее понятие адаптации было перенесено в социологию и психологию. Разработкой проблематики адаптации занимались Г. Селье, П.К. Анохин, Ф.З. Меерсон, В.И. Медведев и другие ученые.

Результатом процесса взаимодействия живых организмов и окружающей среды, приводящего к оптимальному уровню приспособления к жизни и деятельности, является адаптация. С ее помощью происходит компенсация при попадании в кардинально новые условия и нормализация возможности функционирования организма в непривычной обстановке. Различают биофизиологическую и социально-психологическую адаптацию, нас интересует второй вид, под которым понимается приобретение людьми социально-психологического статуса, овладение социально-психологическими ролевыми функциями. Нахождение комфортного уровня между внешними и внутренними условиями жизни и деятельности, способствует повышению адаптивности и гармонизации личности, то есть человек научается подстраиваться под изменяющиеся условия, менять свое поведение, при этом сохраняя психологический комфорт, способность к творчеству, возможность удовлетворять актуальные потребности и стремление к самореализации.

Проблема адаптации студентов первокурсников давно является предметом научных дискуссий, данное понятие рассматривается в трудах Е.А. Ямбурга, М.М. Безруких, А.А. Реана, С.В. Красикова, Г.Г. Овчинникова, Е.В. Вигенберга.

В настоящее время общество предъявляет высокие требования к качеству высшего профессионального образования, при этом абитуриенты оказываются не всегда готовы к взаимодействию с образовательной средой вуза. На данном этапе и проявляется вся важность способности к адаптации, ведь от ее эффективности зависит психологический

комфорт студентов, учебная мотивация [1], успешность в учебной деятельности, качество полученного образования и как следствие реализация в профессиональной деятельности [2]. В связи с этим возникает необходимость корректировать и оптимизировать образовательные модели, которые должны поспособствовать успешной и легкой адаптации студентов в самом начале их обучения.

Адаптация студентов к условиям обучения в вузе основывается не только на пассивно-приспособительных, но и на активно-преобразующих связях личности с окружающей средой. Она базируется на определенном комплексе когнитивных, потребностно-мотивационных, поведенческих и личностных механизмах. Успешность или неуспешность адаптации во многом определяют личностные характеристики студента, и в то же время сама адаптация является мощным стимулом для его собственного развития [3, 4].

При поступлении в ВУЗ у первокурсников полностью меняется их образ жизни и часто они сталкиваются с проблемами неумения рационально распределять время на подготовку, сложности с установлением контакта с преподавателями и выполнением поставленных задач, неумение следовать жесткому регламенту без постороннего контроля. Часто первокурсники имеют слабо развитые навыки самоконтроля и попадая в ситуацию относительной свободы, где необходимо брать ответственность за свои решения и поступки, самостоятельно развивать интерес к выполняемой деятельности и обучению, проявляют свою неготовность и могут начать прогуливать занятия, не выполнять требования педагогов по дисциплинам.

Студентам первокурсникам требуется помощь при прохождении периода адаптации, он проходит более эффективно, если имеет целенаправленное педагогическое управление, а именно сознательное и последовательное обеспечение перехода развития личности на новый этап, который имеет показатели или критерии с помощью которых будет возможно оценить успешность адаптации личности в условиях обучения в вузе.

Во многих университетах к первокурсникам прикрепляют кураторов, в Санкт-Петербургском Политехническом университете – адаптеров, которые знакомят студентов с историей, правилами, идеями их вуза. Их деятельность направлена на формирование самых разнообразных компетенций: духовных, социальных, профессиональных и личностных. Адаптер знакомит первокурсников с организацией культурно-массовой, спортивно-оздоровительной деятельности, с правилами проживания в общежитии, возможностью получения медицинской помощи, расположении кампусов на территории; прививает уважение к правилам, ценностям, нормам университетской жизни; содействует привлечению к научно-исследовательской деятельности.

На наш взгляд, в вузах проводится много мероприятий, направленных на изучение организационного процесса обучения, при этом слабо учитывается психологическая сторона адаптации. Мало времени уделяется мероприятиям направленным на знакомство и сплочение группы, на ознакомление с возможностями разрешения и способами выхода из конфликтных ситуаций. Работ, направленных на развитие способностей по совладению с тревожностью и стрессовыми ситуациями, известно, что продолжительное, резкое и интенсивное воздействие стресса приводят к негативным последствиям для обучения и носят разрушительный характер.

Стрессовое состояние может приводить к повышенной раздражительности, ухудшению способности воспринимать и усваивать полученный материал и как следствие к снижению успеваемости, а затяжной стресс влияет и на мотивационную сторону обучения.

Целью, проведенного исследования, является изучение взаимосвязи между личностными особенностями и способностью к адаптации, для дальнейшей разработки, научного обоснования условий оптимизации образовательной среды вуза и создания психологической тетради поддержки для студентов первокурсников СПбПУ. Нами была составлена анкета, в которой респонденты отмечали как у них проходит адаптационный период, хотели бы они иметь возможность получить психологическую поддержку в ВУЗе, нужно ли на их взгляд создать психологическую тетрадь поддержки.

Исследование проводилось в октябре-ноябре 2020 года со студентами первокурсниками СПбПУ (108 человек). Нами были выбраны следующие методики, первая имеет направленность на изучение личностных особенностей «16 – и факторный личностный опросник Кеттелла» (факторы А, С, Е, G, Q1, Q2), вторая - методика диагностики социально-психологической адаптации К. Роджерса, Р. Даймона для выявления особенностей адаптационного периода личности через интегральные показатели.

Таблица 1.

Средние значения выраженности факторов А, С, Е, G, Q1, Q2

Факторы	М	SD
А	5,70	1,77
С	6,39	2,38
Е	5,46	2,52
G	8,24	2,19
Q1	5,54	1,83
Q2	6,79	1,99

Полученные результаты по методике Кеттелла (Таб.1) показывают, что для студента первокурсника СПбПУ, в целом характерна открытость и способность устанавливать контакты с окружающими людьми, при этом нет склонности быстро без раздумий открываться всем и с безрассудительной легкостью вступать в межличностные контакты. Свойственна эмоциональная стабильность, но при значительных стрессовых событиях, возможно, проявление импульсивности, легкой перемены настроения, студент может проявлять как застенчивость, мягкость и уступчивость, так и самостоятельность, и независимость, ответственность, деловую направленность. Придерживается консервативных, традиционных взглядов, оставляя возможность для свободомыслия и экспериментального поля, ориентирован на свободные решения, самостоятельность, находчивость при этом не отрицает принятие советов от значимого, авторитетного окружения.

В результате исследования была выявлена взаимосвязь между показателем адаптивности и факторами С, Е, G на статистически значимом уровне 0,01, такими образом, мы можем говорить о том, что эмоциональная стабильность, проявление доминантных черт и высокой нормативности поведения способствует легкой и быстрой адаптации к

изменяющимся условиям. Показатель дезадаптивности имеет обратную корреляцию с факторами А, Q2 при уровне значимости 0,05 и с факторами С, G при уровне значимости 0,01, это показывает, что замкнутость, эмоциональная нестабильность, низкая нормативность поведения, конформизм затрудняют процесс адаптации.

Переходя к результатам анкеты, мы видим, что, отвечая на вопрос «трудно ли было привыкнуть к студенческой жизни» 57% респондентов ответили, что нет, процесс адаптации был нетрудным и недолгим, 19% утверждают, что сразу почувствовали себя студентом и адаптация им не требовалась, для 15% студентов процесс адаптации был трудным и долгим, 9% затрудняются ответить, то есть для четверти выборки первые месяцы в университете были непростыми и студентам требовалась поддержка. На вопрос «хотели бы студенты иметь возможность получить профессиональную психологическую поддержку в ВУЗе» ответы разделились следующим образом, большая часть выборки ответила положительно («да» - 31%, «скорее да, чем нет» -24%), отрицательно ответили 22 % выборки, ответ «скорее нет, чем да» набрал 19% и затрудняются с ответом 5 % респондентов. На вопрос «нужно ли в СПбПУ создать психологический справочник/учебную тетрадь поддержки для первокурсников» 79% респондентов высказались положительно (46% - «да», 33% - «скорее да, чем нет»), отрицательно ответили 8% и «скорее нет, чем да» ответили 13%.

Для рассмотрения данной темы с различных сторон, нами была составлена и анкета для преподавателей, в которой 10 педагогов СПбПУ выступили в роли экспертов и поделились своим видением процесса адаптации студентов первокурсников.

Педагоги охарактеризовали студентов первокурсников следующим образом, в целом студенты положительно относятся к ВУЗу, посещение занятий не вызывает у них отрицательных переживаний (90%), учебный материал понимается, если преподаватель излагает его подробно и наглядно с многократными повторениями (80%), остальные респонденты (20%) отметили, что учебный материал усваивается легко по большей части самостоятельно, без дополнительной помощи, студенты почти всегда выполняют домашние задания (100%), планирование времени вызывает легкие затруднения (100%).

На Рисунке 1 видно как распределились ответы на вопрос «с какими трудностями сталкивается студент-первокурсник чаще всего»: 26,9% считают, что студенты имеют недостаточный уровень школьной подготовки, 17,2% указывают на неумение планировать свои силы/возможности и имеют затруднения с адаптацией к новым условиям, неумение организовывать себя и нехватка свободного времени отметили 13% респондентов, трудности с налаживанием новых социальных отношений - 8,7%, недостаточный контроль со стороны родителей - 4%.

### ЗАТРУДНЕНИЯ, С КОТОРЫМИ СТАЛКИВАЮТСЯ СТУДЕНТЫ ПЕРВОКУРСНИКИ

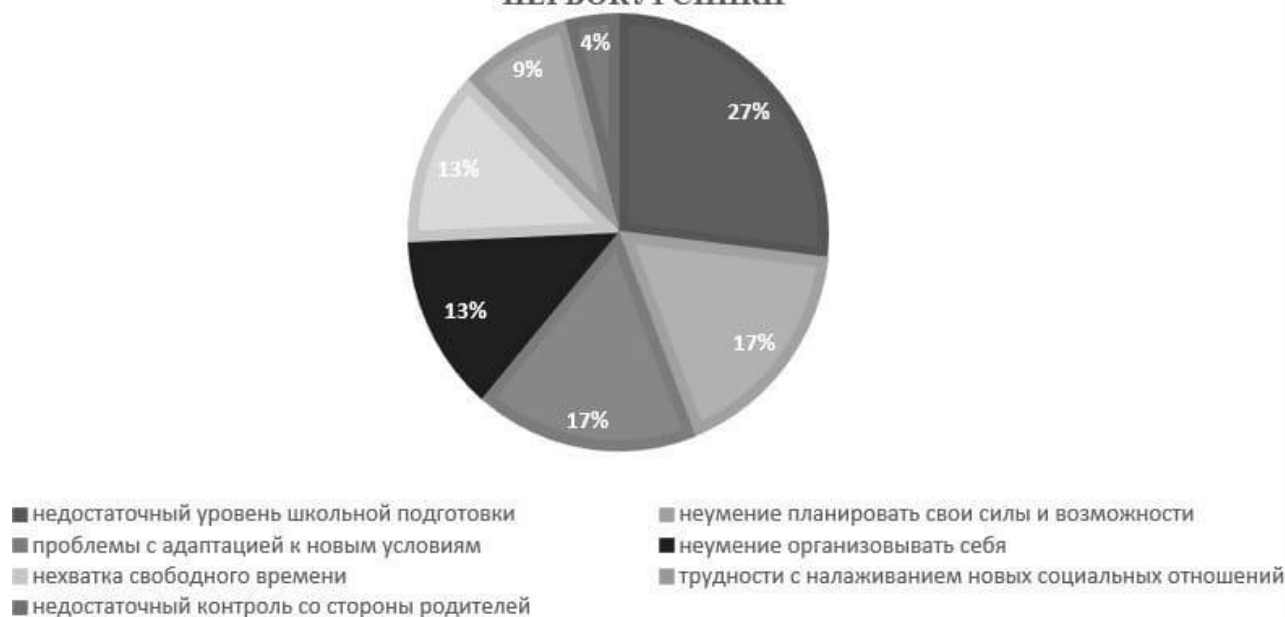


Рисунок 1. Затруднения, с которыми сталкиваются студенты первокурсники по мнению педагогов СПбПУ

На вопрос «нужно ли студентам иметь возможность получать психологическую помощь в ВУЗе» 80% ответили положительно (60% - скорее да, чем нет; 20% - да) и 20% ответили «скорее нет, чем да». По данным полученным в результате анкетирования, респонденты считают данная помощь должна осуществляться в форме психологического консультирования – 41,6%, тренингов – 25%, психологических пособий и работы с адаптерами по 16,7%.

На вопрос «нужно ли создать тетрадь психологической помощи для первокурсников» 80% ответили положительно (60% - скорее да, чем нет; 20% - да) и 20% ответили «скорее нет, чем да»

Рисунок 2 отображает следующие данные, респонденты считают, что при создании тетради психологической поддержке нужными разделами будут советы старшекурсников/педагогов – 18,8%, информацию о службах поддержки, советы, направленные на соблюдение режима дня и заботы о здоровье и информацию о творческой жизни ВУЗа – 15,6%, советы психологов и способы выхода из конфликтов – 12,5%, техники совладения со стрессом – 9,4%.



## РАЗДЕЛЫ ТЕТРАДИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПЕРВОКУРСНИКОВ

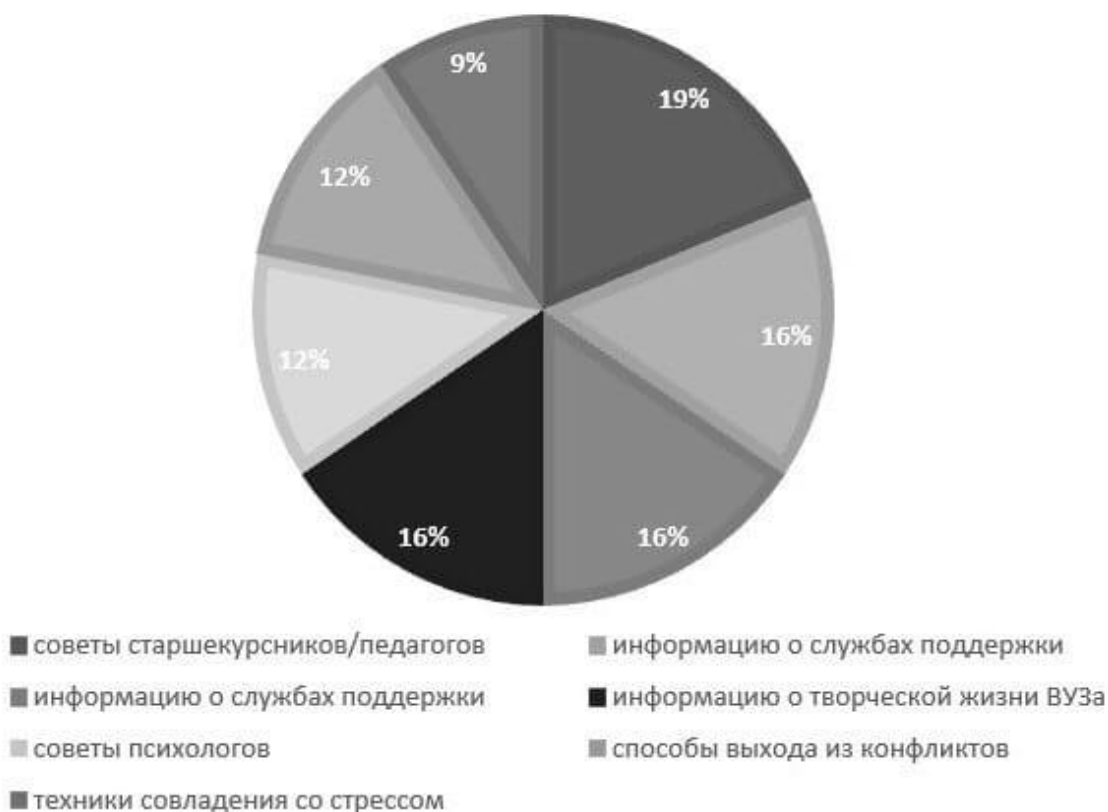


Рисунок 2. Потенциальные разделы тетради психологической помощи для студентов первокурсников

Адаптация первокурсников к новым окружающим условиям в вузе и образовательному процессу в целом это трудоемкий и достаточно продолжительный процесс. Молодые люди зачастую оказываются в кардинально непривычной ситуации, отрываются от семьи, друзей и начинают самостоятельную жизнь. В период первого года обучения особенно важно окружение для студента, и так как происходят значительные изменения в этой сфере, которые подразумевают установление новых социальных контактов, приобретение новых характеристик своей идентичности, которая соответствует изменившимся социальным и культурным условиям жизни [5; 6; 7].

На наш взгляд, в этот период необходимо поддерживать и сопровождать студентов, это подтверждают и результаты исследования, 15 % студентов утверждают, что процесс адаптации проходит для них очень сложно и долго, 55% респондентов хотят иметь возможность получить профессиональную психологическую помощь, 79% положительно отзываются о идеи создания тетради помощи для первокурсников. Поэтому мы хотим разработать тетрадь психологической помощи для первокурсников, которую будут предоставлять всем студентам при поступлении. По предварительной оценке, тетрадь будет содержать следующие разделы: техники совладения со стрессом, информацию о службах поддержки, советы старшекурсников/педагогов, информацию о взаимоотношениях с людьми, рекомендации психологов, способы выхода из конфликтов, советы, направленные на соблюдение режима дня и заботы о здоровье. Мы предполагаем, что это поспособствует

коррекции и профилактики дезадаптации, ускорению адаптационного процесса, нормализации самочувствия, повышению личностной активности студентов, а, следовательно, и к успешности обучения. Данное исследование дает возможность использовать полученные результаты при работе педагогов и кураторов, сопровождающих студентов-первокурсников в процессе адаптации к условиям обучения в вузе.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Ермаченко Н.А., Серeda В.А. Адаптация первокурсников к условиям обучения в УРГПУ. Инновации в науке. 2012. – С. 52-61.
2. Огарева Е.И. Адаптация студентов к условиям обучения в вузе в связи с их ценностными ориентациями. Автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.13/ Огарева Екатерина Ивановна. – Санкт-Петербург – 2010. – 24 с.
3. Браун Т.П. Адаптация студентов к обучению в ВУЗе в условиях оптимизации образовательной среды. Автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08/ Браун Татьяна Петровна. Санкт-Петербург – 2007. – 21 с.
4. Браун Т.П. Адаптация студентов к обучению в вузе как фактор взаимодействия личности с образовательной средой. Вестник университета: социология и управление персоналом. – 2007. №6 (32). - С. 54.
5. Елгаскина О.Н. Адаптация первокурсников к условиям вуза в процессе внеучебной деятельности. Магистерская диссертация. Тольятти: ТГУ, 2018. – 114 с.
6. Васильева С. В. Адаптация студентов к вузам с различными условиями обучения //Психолого-педагогические проблемы развития личности в современных условиях: психология и педагогика общественной практике; сб. науч. трудов. Спб.:, Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2000. - С.26-32.
7. Яударова Н.Ю. Психологические аспекты адаптации первокурсников к обучению в высшем учебном заведении. Молодой ученый. – 2015. - №19. - С. 634-637.

**Извекова Юлия Сергеевна** — студент магистратуры; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: yulia.17041997@yandex.ru

**Оленникова Марина Васильевна** — доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: moriole@mail.ru

#### PROBLEMS OF ADAPTATION OF FRESHMEN OF THE ST. PETERSBURG POLYTECHNIC UNIVERSITY

**Abstract.** *The article is devoted to the question of the relationship between adaptation of students and their personal characteristics. The work reveals the concept of adaptation, compiles a portrait of a freshman student at SPbPU, and considers the idea of creating a psychological support notebook for freshman students. The results of the survey of freshmen and their attitude to professional help are presented. The work took place on the basis of the St. Petersburg Polytechnic University, 108 respondents took part in the study. The results of the study show that a quarter of*

*students needs support in the adaptation process, more than half of the respondents would like to have the opportunity to receive professional psychological assistance at a university.*

**Key words:** *adaptation of students, personal characteristics, socio-psychological adaptation, adaptation to the university*

**Yulia Serg. Izvekova** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: yulia.17041997@yandex.ru

**Marina Vas. Olennikova** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: moriole@mail.ru

УДК 81`36

**М.А. Истомина, А.В. Дмитриев**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Феминитивы в составе русского языка как отражение тенденции языковой глобализации**

**Аннотация.** *Данная статья посвящена гендерным исследованиям в языке. Приводятся результаты сравнения английской и русской феминизации языков; на основе опроса и исследования теоретического материала проводится анализ гендерной критики языка в современном русском языке, выявляются особенности русских феминитивов по сравнению с английскими. В качестве практической части исследования приводится работа над словариком феминитивов в семантическом поле «профессии».*

**Ключевые слова:** *гендерная лингвистика, феминитивы, андроцентризм языка*

В рамках изучения гендерной лингвистики как нового, актуального направления, находящегося на стыке когнитивной, социальной и конструктивной языковых наук феминитивы как новое языковое явление сейчас представляют собой проблему, требующую всестороннего изучения. В первую очередь, актуальность данной темы подтверждается наличием большого количества научных работ, посвященных изучению феминизации в рамках разных языков: в частности, в основу данной работы легли работы Р. Лакофф, А. Ю. Першая, Терезы Гарстенауэр, Н. Д. Голева и пр. В данной работе на основе прошлых исследований, проведенных автором, рассматривается «феминитив» как объект лингвистического и типологического исследования.

Цель исследования – используя национальный корпус русского языка, составить терминологический словарь семантического поля «Обозначение женщин в профессиональной сфере» с целью апробирования теории ликвидации языкового сексизма путем создания лексем-дублетов со значением женскости.

Основные задачи: дать определения основным терминам, которыми автор будет оперировать в дальнейшем исследовании («феминитив», «андроцентризм», «теория агендерности», «нейтрализация и спецификация рода»); на основе эмпирического анализа (опроса) выявить наиболее функциональный в узусе способ образования женских коррелятов мужского рода, проанализировать результаты исследования; используя эти результаты,

отобрать лексический материал для составления словника, используя национальный корпус русского языка и ряд академических словарей;

Теоретическую базу исследования составили работы А. Ю. Першая, Н. Д. Голева, Т. Ю. Тамерьян, Т. К. Жорж и др.

В работе использовались следующие методы исследования: метод отбора, анализа и реферирования теоретического материала, метод сравнительного анализа, метод анкетирования и анализа полученных данных.

Приводя результаты прошлых исследований по данной теме, следует остановиться на следующих пунктах, которые являются основополагающими в рамках данного исследования:

1. Исходя из положений контактологии и исследований языковых контактов (Н. Б. Мечковская), автором исследования установлено, что языковой контакт современного русского и английского языков рассматриваются в социолингвистике как *перстрат* (классификация исторического развития языковых контактов): английский как язык международного общения стоит рассматривать в качестве языка доминирующей культуры (в том числе и духовной) и технологического развития; данную языковую ситуацию можно объяснить через общемировую тенденцию к глобализации, которую некоторые ученые называют «глобальным билингвизмом родной язык+английский» [1]. В исследовании феминизации языковых структур необходимо понимать: принимая американизированную культуру и ценности, русский язык стремится перенять языковые нормы и тенденции, как, например, социально-языковое стремление к гендерному равенству и закрепление его в языке.

2. Используя словарь лингвистических терминов [2], автор исследования приводит термины и определения, которые необходимы для понимания предмета исследования; т.о., «*феминистская критика языка*» («феминистская лингвистика») определяется как своеобразное направление в языкознании, его главная цель состоит в разоблачении и преодолении отраженного в языке мужского доминирования в общественной и культурной жизни; «*языковой андроцентризм*» («гендерная критика языка») определяется как неравномерная представленность в языке лиц разного пола, которая отмечена феминистской критикой языка. При этом на момент проведения исследования не было обнаружено закрепленного в словаре термина «*феминитив*»; в работе автор будет полагаться на определение Е. Д. Бирюковой: «семантический синоним описательных терминологических выражений, служащий для номинации лиц женского пола» [3]. Для описания существующих на данный момент актуальных теорий относительно гендерно-языковой ситуации в русском языке (помимо уже упомянутого языкового андроцентризма) автор использует понятие Н. Д. Голева «*агендерность языка*» [4]: отсутствие половой дифференциации ряда языковых единиц, обозначающих профессии и поэтому соотносимых как с мужским, так и женским референтом.

3. Установив влияние английского языка на русский, автор исследования приходит к следующим выводам: сравнительный анализ процесса феминизации английского и русского языков показал, что английский относят к языкам аналитическим, а русский язык – к синтетическим, что, в свою очередь, кардинальным образом влияет на процессы

словообразования. Разная степень выраженности грамматической категории рода также делает невозможным осуществлять феминистское словообразование по общему паттерну. Большую роль в исследовании сыграли работы Т. Ю. Тамерьян, которая указывает на диаметрально противоположные тенденции, определяющие в русском и английском языках вектор развития феминистской лингвистики; по ее словам, в английском языке доминантной является стратегия *«нейтрализации рода»* [5] (замена гендерно-окрашенных слов на гендерно-нейтральные, использование гендерно-нейтральных местоимений, отказ от использования сложносо составных слов, включающих в себя семы женскости/мужественности и т.д.); в русском языке создание феминитивов реализуется в рамках стратегии *«спецификации рода»* (использование гендерно-окрашенных суффиксов женскости с целью подчеркнуть пол референта, создание лексем-дублетов, включающих гендерный признак). Учет этих факторов приводит к выводу, что при сопоставительном анализе феминитивов в английском и русском языках, английскую модель осуществления гендерной критики языка необходимо учитывать, но нельзя отождествлять с русской моделью.

4. Проанализировав результаты проведенного ранее опроса на предмет употребления феминитивов и функционирования гендерного словообразования на уровне узуса, автор приходит к следующему выводу: для некоторых предложенных для словообразования лексем (летчик, юрист) был предложен *преимущественно один вариант лексического дублета*, формирующийся по уже существующему в русском языке устоявшемуся паттерну гендерного словообразования – летчица, летчик (т.н. «советские феминитивы»); в других случаях, представляющих наибольшую сложность для словообразования, варианты, предложенные участниками исследования, для норм русского языка являются *нереализуемыми по разным причинам*; в основном это касается образования феминитивов с непродуктивными суффиксами (адвокатесса), суффиксов с пейоративным значением (врачиха). Результаты данного исследования будут использованы в процессе отбора лексем для составления словника; основополагающим принципом отбора лексики будет учет употребления наиболее частотных суффиксов, проверка в национальном корпусе русского языка, учет критериев продуктивности суффикса и стилистической нейтральности (отсутствие пейоративного значения).

В качестве дальнейших перспектив развития данного исследования было выбрано составление терминологического словника, описывающего семантическое поле «профессии» как представляющее наибольший интерес для образования феминитивов. Согласно определению О.С. Ахмановой, *«словник – англ. word-list. Список слов, подлежащих словарной обработке; совокупность заголовочных слов в словаре»* [6]. Как упоминалось ранее, в данный словник будут входить гендерно-окрашенные лексические единицы, т.е. женские корреляты уже существующим лексемам, обозначающим профессии; составление данного словника есть ни что иное как попытка автора исследования оптимизировать и упорядочить феминитивы в составе русского языка и предложить унифицированный вариант словообразования для элиминирования существующих вариантов феминитивов, не соответствующих нормам русского языка и создающих ненужные лексические дубли.

В качестве примера вокабулы словника рассмотрим женский агент лексемы «автор». Согласно результатам проведенного исследования, респондентами были предложены два суффикса для словообразования: -ка и -ша. Отобраны следующие критерии для анализа:

1. Продуктивность/непродуктивность суффикса. Суффикс *-ка* в плане словообразования является продуктивным (авторка), суффикс *-ша* – непродуктивным [7]. Здесь следует заметить, что на данный момент непродуктивность последнего поставлена под сомнение некоторыми лингвистами.

2. Частотность. Согласно данным Национального корпуса русского языка, для феминитива «авторша» существует 15 вхождений в общем корпусе, для феминитива «авторка», соответственно, 1 вхождение.

3. Стилистическая нейтральность. За основу исследования этого критерия взята книга И. В. Фуфаевой «Как называются женщины» [8]; согласно ее классификации, суффикс *-ка* широкоупотребителен и лишен пейоративной окраски, суффикс *-ша* исторически несет значение принадлежности жены к профессии мужа, т.е. некоторым образом стилистически окрашен.

Суммируя результаты сравнения двух суффиксов по данным критериям, автор исследования признает вариант «авторша» более частотным, но формирующимся за счет непродуктивного и пейоративного суффикса, следовательно, в качестве вокабулы будет выбран вариант «авторка». Сама словарная статья будет выглядеть следующим образом:

**АВТОРКА** – авторка, авторке, жен. Применительно к женщине, создавшей научное, литературное, художественное произведение, проект, изобретение. *«Юлия Цветкова – авторка скандально известных иллюстраций женского тела».*

На данный момент автор исследования, используя данный алгоритм отбора феминитивов, предлагает фрагмент словника, находящегося в разработке; список алфавитизирован, дефиниции к словарным статьям взяты из известных академических словарей (Толковый словарь Ожегова, Толковый словарь Ушакова) – дефиниции изменены с учетом гендерного признака.

При составлении словника учитываются следующие моменты: при отсутствии феминитива в корпусе выбор осуществляется на основе остальных критериев; сложносоставные слова, образованные по модели «женщина-врач», не будут включены в словник, т.к. подобная модель словообразования не является продуктивной в русском языке; для сложносоставных слов-заимствований, включающих лексему *мен* (бизнесмен, бармен) наиболее адекватным методом образования феминитива является использование т.н. суффиксоида *-вумен* (барвумен, бизнесвумен).

## А

**АВТОРКА** – авторка, авторке, жен. Применительно к женщине, создавшей научное, литературное, художественное произведение, проект, изобретение. «*Юлия Цветкова – авторка скандально известных иллюстраций женского тела*».

**АДВОКАТКА** – адвокатка, адвокатке, жен. Женщина, оказывающая профессиональную правовую помощь физическим лицам и юридическим лицам. «*Адвокатка синьоры Бальбини Динах сложила руки на груди и в этой позе ожидала ответа Ионафана*».

**АДМИНИСТРАТОРКА** – администраторка, администраторке, жен. Женщина, уполномоченная по управлению чем-то. «*Елена, администраторка отеля «Азимут», слушаю вас*».

**АНДРОЛОГИНЯ** – андрологиня, андрологине, жен. Докторка, специализирующаяся на заболеваниях мужской половой сферы и их лечении. «*Только андрологиня может поставить такой диагноз*».

## Б

**БИБЛИОТЕКАРША** – библиотекарша, библиотекарше, жен. Заведующая библиотекой. «*Она работает библиотекаршей*».

Рис. 2. Фрагмент словника «Феминитивы в семантическом поле “Профессии”»

Подводя итоги проведенному исследованию, автор приходит к следующим выводам: образование феминитивов в рамках русского языка – проблема, требующая пристального внимания со стороны ученых-лингвистов; т.к. в английском языке реализуется подход нейтрализации гендера, феминитивы не получили такого распространения, как в русском языке. Акцентуация гендерного признака в русских феминитивах с точки зрения грамматики реализуется бессистемно, с наличием большого количества избыточных дублетов, чему свидетельствует проведенный опрос. В попытках упорядочить и систематизировать имеющиеся в языке феминитивы, автор разработал систему критериев отбора лексики для составления специального словника. В дальнейшем планируется составление бумажного варианта словника, а также рассматривается возможность создание интернет-словника.

## ЛИТЕРАТУРА:

1. Гейбель Н.А. Англоязычная лексика в современном русском языке. Вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков. – 2002. – С. 17-22.
2. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. – 5-е изд., испр-е и дополн. – Назрань: Изд-во «Пилигрим», 2010. – 70 с.
3. Бирюкова Е.Д. Актуализированные феминитивы в русском языке рубежа XX-XXI вв. и их стилистические характеристики. Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2019. – № 2(283). – С. 234-237.
4. Голев Н.Д. Общий род и гендерная семантика русских имен существительных: бигендерность или агендерность? Вестник Томского государственного университета. – 2013. – №6(26) – С. 18
5. Тамерьян Т. Ю. Феминистические тенденции языкового развития. Вестник СамГУ. – 2015. – С. 60-66.

6. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. - М.: Советская энциклопедия, 1966. 608 с.

7. Истомина М.А., Мельников Р.А., Дмитриев А.В. К вопросу о грамматической категории рода в английском и русском языках в аспекте гендерной лингвистики. Материалы научной конференции с международным участием "Неделя науки СПбПУ". – Санкт-Петербург: 2020. – С. 177-179.

8. Фуфаева И.В. Как называются женщины. Феминитивы: история, устройство, конкуренция. – М.: Изд-во CORPUS, 2020. – 304 с.

**Истомина Мария Андреевна** – студентка бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: istomina.mariah@yandex.ru

**Дмитриев Александр Владиславович** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: avd84@rambler.ru

## **FEMINITIVES IN RUSSIAN AS A REFLECTION OF LANGUAGE GLOBALIZATION TENDENCY**

**Abstract.** *This article is devoted to the gender linguistic studies and provide the results of English-Russian feminization comparison. On the basis of questionnaire and theoretical material the analysis of gender criticism in Russian language was conducted. Therefore, it is possible to distinguish peculiarities of feminine nouns in Russian when compared to English. A practical study contains the development of feminitive-wordlist which would be applied in the semantic field of “professions”.*

**Keywords:** *gender linguistics, feminine nouns, language androcentrism*

**Maria A. Istomina** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: istomina.mariah@yandex.ru

**Alexander V. Dmitriev** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: avd84@rambler.ru

УДК 82-312.1

**А.И. Каменева, А.В. Большакова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

## **Постмодернистская репрезентация смерти в романе Дж. Барнса «Нечего бояться»**

**Аннотация.** *Статья посвящена рассмотрению вопроса постмодернистской репрезентации смерти в романе Дж. Барнса «Нечего бояться». Благодаря структуре и специфике романа в нём обнаруживается одна из основных особенностей постмодернистской репрезентации смерти, а именно переплетение внутри произведения*



*трёх форм смерти: симулятивной, онтологической и метафорической. Данное свойство позволяет Дж. Барнсу не только репрезентировать смерть внутри своего романа, но и возвести роман к разряду репрезентации смерти.*

**Ключевые слова:** *репрезентация смерти, постмодернизм, Джулиан Барнс*

Тема смерти является одной из наиболее актуальных в гуманитарных исследованиях, так как сам феномен занимает ключевое место во многих современных дискурсах, о чём свидетельствуют работы П.С. Гуревича, А.В. Демичева, Т.В. Мордовцевой. Потребность в изучении данной проблемы обусловлена особенностями изменений, произошедших с человечеством на рубеже XX-XXI веков, становлением информационного общества и укоренением идеологии потребительства, что, как следствие, привело к смене мировоззренческих парадигм.

Особенную значимость в контексте анализа романа Дж. Барнса «Нечего бояться» приобретает проблема постмодернистской репрезентации смерти. Феномен смерти и его актуальное понимание, проявляющееся в культуре и обществе, становились предметами исследований таких учёных как Н.В. Минькова, М.С. Уваров, А. В. Демичев.

Целью данной статьи является анализ постмодернистской репрезентации смерти в романе Дж. Барнса «Нечего бояться».

В соответствии с обозначенной целью исследования, были использованы следующие методы: 1. отбор и теоретический анализ литературоведческой, философской и культурологической литературы; 2. выделение и рассмотрение форм репрезентации смерти в соотношении с выполняемыми ими функциями; 3. анализ механизмов психологической защиты личности (сублимация, замещение) с опорой на психологический подход.

Хотя, по словам А.Я. Гуревича, до сравнительно недавнего времени учёными проводилось мало исследований, касающихся проблемы смерти, а сама тема причислялась к разряду «табуированных», образ смерти не терял своей значимости [1, с.17]. «Мода на смерть» переживавшая свой расцвет в некоторых культурах уже в 70-80-е годы прошлого века, способствовала порождению новых точек зрения на данную проблему. Одной из наиболее интересных областей исследования темы смерти представляется обращение к ней как к явлению сознания. Философы М.К. Мамардашвили и А.М. Пятигорский утверждают, что смерть как явление сознания не поддаётся описанию, и вопрос этот стоит рассматривать в рамках метатеории. Учёные предлагают описывать смерть с позиции тех условий, в которых о ней «говорится и думается» [2, с.32], то есть с позиции репрезентации.

Что понимается под термином «репрезентация»? Согласно определению, данному Л.А. Микешиной, репрезентация это «опосредованное, или «вторичное» (через подобие) представление в сознании человека образов (первообразов) материальных или идеальных объектов их свойств, отношений и процессов» [3].

Проблема репрезентации широко исследуется в связи со способами бытия искусства. Х.-Г. Гадамер вводит понятие «эстетическое переживание», представляющее собой «репрезентацию самого существа переживания вообще» [4, с. 114]. Это понятие является важным для обоснования положения искусства и демонстрации того, что художественное произведение становится «случаем символической репрезентации жизни» [4, с.114].

Прежде чем перейти к рассмотрению репрезентации смерти в эпоху постмодерна необходимо прояснить разницу между терминами «постмодерн» и «постмодернизм». Отечественный философ В.А. Кутырёв определяет её следующим образом: «Постмодерн – это эпоха, общество в целом со всем, что в нём существует. Постмодернизм – это господствующее направление развития в эпоху постмодерна» [5, с.10]. Учёный характеризует постмодернизм как «конец истории», подразумевая под этим конец новой, информационной цивилизации [5, с.10].

Вопрос репрезентации смерти в эпоху постмодерна рассматривает в своей диссертационной работе Н.В. Минькова. Учёный описывает следующую классификацию форм смерти: 1. *онтологическая*, то есть смерть как реальное событие; 2. *метафорическая*, подразумевающая отношение к смерти как к метафоре деструкции; 3. *симулятивная*, представляющая собой отношение к смерти как к симулякру онтологической смерти [6, с. 11].

*Онтологическая* форма, подробно исследованная Т.В. Мордовцевой, зиждется на религиозном и социально-философском восприятии проблемы смерти.

*Метафорическая* форма подразумевает отношение к смерти как к метафоре деструкции, благодаря чему приобретает особенную значимость в рамках теории постмодернизма. Внутри метафорической формы проявляется следующая классификация видов смерти: «*смерть Автора*», уходящая корнями в концепцию Р. Барта; «*смерть Автора*» прослеживается в исследуемом романе от специфической трактовки Дж. Барнсом данной концепции, до выявления проблемы сублимации, олицетворяющей попытку иммортализации автора путём совершения творческого акта; *смерть субъекта*, ставящая под вопрос истинность субъекта как одного из основополагающих нарративов; «*смерть Смерти*», обоснованная в критической статье М.С. Уварова. Особенностью «*смерти Смерти*» становится мультиплицирование смертей, приводящее к возникновению символического кода, обозначенного М.С. Уваровым как «изъян смерти в культуре» [7, с. 21].

*Симулятивная* форма демонстрирует особенный подход в восприятии феномена смерти как симулякра реального события, что осуществляется через репрезентацию смерти. Симулятивная форма включает три функции: *коммерческую* («жажда жизни», «отвращение смерти», «стремление к Танатосу»); *компенсаторную* (сублимация, замещение, «смерть Другого»); *идеологическую*, среди которых основную значимость представили первые две.

Результаты исследования. Дж. Барнс рассматривает проблему смерти с разных точек зрения, из-за чего роман приобретает ризоматическую структуру, предполагающую отказ от линейности. Интерес автора к «жизням, которых у него никогда не было и которых уже никогда не будет» [8, с.112] наталкивает на мысль о симулятивной форме, реализуемой посредством репрезентации.

Репрезентация смерти в романе основана преимущественно на концепции «*смерти Другого*», так как в диалоге о смерти, который Дж. Барнс ведёт с читателем, большую часть занимают цитаты и ссылки на многих писателей, философов, учёных, которых он называет своими «некровными родственниками». Можно предположить, что определение автором некоторых из цитируемых им деятелей искусства и науки «некровными родственниками»,

способствует уменьшению дистанции, из чего проявляется то, что А. Демичев назвал «смертью-аффектом», возникающим при смерти близкого человека и вовлекающим переживающего в симуляцию своей собственной смерти [9, с.75].

Обращение к *коммерческой функции симулятивной формы* репрезентации смерти встречается в тексте романа достаточно часто и выражается посредством «стремления к Танатосу», «жажды жизни» и «отвращения старости».

Говоря о *стремлении к Танатосу*, отметим, что Дж. Барнс не выражает открытого несогласия с позицией З. Фрейда относительно «влечения к смерти», однако, исходя из идеи о том, что «если мы не испытываем страха и ненависти к вечности, которая ведет к короткому мгновению нашей разукрашенной огнями жизни, зачем нам тогда относиться иначе ко второму приступу тьмы?» [8, с.192], справедливо предположить, что первый, созидательный «приступ тьмы», непосредственно создающий человека, имеет определённую задачу, тогда как второй ведёт к полному исчезновению живого существа и не может ни облегчить страха перед смертью, ни подвести человеческое сознание к рациональному пониманию феномена умирания.

Гедонистический эскапизм, стремление человека заглушить мысли о смерти мечтами о вечной жизни, коммерциализируя образы юности и красоты, становятся в оппозицию установкам М. де Монтеня, рассуждавшего о принятии смерти с той целью, чтобы «показать другим, как умереть достойно, мудро и не изменив себе» [8, с.76].

В современном мире, образцовым примером смерти становится приведённый автором в качестве иллюстрации случай Ю. О'Келли, президента американской фирмы, чьей главной мотивацией при встрече со смертельной болезнью стала попытка «преуспевания в смерти», проявившаяся в дотошном планировании последних ста дней своей жизни и налаживании отношений с близкими людьми. Данный пример красочно описывает то, что понимается под современной «жаждой жизни» человека, живущего в обществе потребления.

Параллельно с «жаждой жизни», в романе рефлексировается «*отвращение старости*». Оно базируется на желании человека избежать всего, что напоминает о старости, так как она является ничем иным как олицетворением смерти. Происходит «стерилизация» смерти, замена обрядов бюрократией. «Сегодня мы делаем все, чтобы смерть была как можно менее заметной; она стала частью процесса (врач — больница — похоронное бюро — крематорий), в ходе которого профессионалы и бюрократы руководят нами до того момента, когда мы остаемся сами по себе и стоим среди живых с бокалом в руке и учимся, неловкие, скорбеть» [8, с.221]. Это демонстрирует потерю знакомой людям иных эпох традиции последнего слова и обличает характерную для современности тенденцию к спешке как в вопросе перехода от жизни к смерти, так и в процессе перехода от смерти к забвению.

Ещё одна грань отношения к смерти открывается в приведённой Дж. Барнсом истории, связанной с Ж. Ренаром, одним из его «некровных родственников». Автор представляет нам эволюцию отношения французского писателя к смерти: первая смерть, настигнувшая Ж. Ренара, связана с самоубийством его отца, что вызвало у писателя чувство гордости и внутреннее ощущение, подобное написанию нового романа; второй случай имел место через три года, он случился с его братом, умершим от ангины; тогда отношение писателя переходит в стадию злости на смерть; третья смерть происходит через девять лет и

связана с «непостижимой» гибелью матери Ж. Ренара; писатель приходит к окончательному этапу своего восприятия конечности: «Смерть – не художник» [8, с.93].

Позиция «смерти – не художника» близка Дж. Барнсу. В интервью, данном исследовательнице С. Барон, писатель говорит о том, как опасно персонифицировать смерть. В современном обществе, смерть не может репрезентироваться как «партнёр по игре», что происходило в эпоху Средневековья: «Ты не должен персонифицировать смерть, она – не человек с косой. Смерть – не преследователь, желающий убить тебя. Она – процесс» [10].

Таким образом, автор акцентирует внимание на том, что настоящая творческая сила скрыта не в смерти, а в человеке. Художник может достичь свободы, в том числе и от страха смерти, прибегая к *сублимации*, которая, в данном контексте рассматривается в рамках компенсаторной функции симулятивной формы, реализуемой в исследуемом романе в рамках такого типа отклика как *замещение* и феномене «смерти Другого».

Для *замещения* как одного из механизмов психологической защиты, свойственен переход «с темы, вызывающей тревогу и неприятные ощущения на другую» [11, с. 10], что при положительном результате перерастает сублимацию, в том числе проявляющуюся через обращение к творческой самореализации. Такой тип отклика на проблему смерти свойственен для Дж. Барнса, который, будучи писателем, рассматривает положение искусства в разговоре о смерти с разных точек зрения.

В сознании людей, искусство может стать формой эскапизма перед лицом страха смерти. Подтверждение этому находится в тексте романа, в котором отечественный композитор Д.Д. Шостакович, ещё один «некровный родственник» автора, рассуждает о том, что искусство создаётся под давлением страха смерти и дарит творцам способность «укрепить свою связь с живыми и усилить своё на них влияние» [8, с. 338]. Однако история показывает, что «триумф смерти» доминирует над «триумфом искусства». Люди создают картины, музыку, книги, в то время как всё это: «не более чем царапина на стене камеры смертников. Мы делаем это, чтобы сказать: я тоже был здесь» [8, с. 339].

Стоит отметить, что помимо симулятивной формы в романе «Нечего бояться» присутствует и *онтологическая*. Рассказчик, признающийся в «нехватке Бога», подспудно признаёт и нищенскую «смерть Бога». В романе встречается мнение, что раньше религия придавала человеческим жизням контекст и конкретный смысл, так как это была «прекрасная ложь» [8, с. 95], превратившаяся в «отличный роман» [8, с. 95]. Дж. Барнс предполагает, что, если Бог существует, он – «великий насмешник», или *Deus ludens* (по аналогии с *homo ludens*). Такая позиция может рассматриваться как профанация по отношению к Библии, что, разумеется, повышает важность авторского умолчания в данном контексте.

Автор констатирует нехватку Бога, особенно проявляющую себя в моменты нехватки веры при встрече с сакральными проявлениями искусства. Рассказчика волнует, что неверующий человек теряет важную для понимания сакрального искусства часть, воспринимая и переживая лишь эстетическую составляющую. Он говорит о том, что прочтение Библии исключительно в качестве литературного памятника несопоставимо с «чтением Библии как истины – истины, подкреплённой красотой» [8, с. 95].

Таким образом, в заключении следует отметить, что роман «Нечего бояться» вмещает в себя одну из основных особенностей постмодернистской репрезентации смерти, то есть переплетение внутри неё всех трёх форм: симулятивной (представленной преимущественно), онтологической и метафорической. Такая репрезентация напоминает постмодернистский коллаж, в котором различные детали не теряют своей уникальности, не сливаются в единое целое. По своей сути, роман Дж. Барнса «Нечего бояться» представляет собой постмодернистский коллаж, в котором и репрезентация смерти подвергается данной технике. В конечном итоге, автору удаётся репрезентировать смерть не только внутри своего романа, но и возвести свой роман до разряда репрезентации смерти.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Гуревич А.Я. Предисловие: Филипп Арьес: смерть как проблема исторической антропологии. – М.: Издательская группа «Прогресс» – «Прогресс-Академия», 1992. – С. 5-30.
2. Мамардашвили М.К., Пятигорский А.М. Символ и сознание: Метафизические рассуждения о сознании, символике и языке. / Под общ. ред. Ю. П. Сенокосова; [Предисл. Л. Ворониной]. – М.: Шк. «Языки рус. культуры», 1997. – 224 с.
3. Микешина Л.А. Репрезентация. Гуманитарная энциклопедия: Концепты [Электронный ресурс]. Центр гуманитарных технологий, 2002–2020 (последняя редакция: 08.02.2020). URL: <https://gtmarket.ru/concepts/7282> (дата обращения: 09.03.2021)
4. Гадамер Х.-Г. Истина и метод: Основы филос. герменевтики: Пер. с нем. / Х.-Г. Гадамер; Общ. ред. и вступ. ст. [с. 5-36] Б. Н. Бессонова. - М.: Прогресс, 1988. – 704 с.
5. Кутырёв В.А. Философия постмодернизма научно-образовательное пособие [Электронный ресурс]. - Москва: Директ-Медиа, 2014. - 134 с.
6. Минькова Н.В. Репрезентация смерти и коды позднесредневековой «макабрической культуры» в социокультурной реальности рубежа XX-XXI веков: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – М., 2010. – 22 с.
7. Уваров М.С. «Смерть смерти»: постмодернистический проект. Перспективы метафизики. Классическая и неклассическая метафизика на рубеже веков. / Материалы международной конференции. Санкт-Петербург, 28-29 октября 1997 г. Отв.ред. М.С. Уваров Санкт-Петербург: Изд-во Института Человека РАН (СПб Отделение), 1997. С. 21.
8. Барнс Дж. Нечего бояться; [пер. с англ. С. Полотовского, Д. Симановского]. - Москва: Иностранка, 2016. – 411 с.
9. Демичев А. Тематичность смерти. Дискурсы и концепты. Memento vivere, или Помни о смерти. Сб. статей. Под общей ред. В.Л. Рабиновича и М.С. Уварова. - М.: Academia, 2006. – С. 54-76.
10. Baron S. Nothing to Be Frightened of. An Interview with Julian Barnes. The Oxonian Review, Issue 7.3, 15 June, 2008. URL: <https://www.oxonianreview.org/wp/nothing-to-be-frightened-of-an-interview-with-julian-barnes/> (дата обращения: 09.03.2021)
11. Защитные механизмы личности: Методические рекомендации / Сост. проф. В.В. Деларю. - Волгоград: ВолгГАСА, 2004. - 48 с.

**Каменева Александра Игоревна** – студент магистратуры; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: ksandra.kameneva@yandex.ru

**Большакова Анна Владимировна** – старший преподаватель; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: fbrj@mail.ru

## **POSTMODERN REPRESENTATION OF DEATH IN "NOTHING TO BE FRIGHTENED OF" BY J. BARNES**

**Abstract.** *The article discusses the issue of postmodern representation of death in the novel «Nothing to be frightened of» by J. Barnes. Due to the structure and specificity of the novel, one of the main features of the postmodern representation of death is revealed in it, namely, the presence of three forms of death: simulative, ontological and metaphorical. This allows J. Barnes not only to represent death within the novel, but also to elevate it to the category of death representation.*

**Key words:** *representation of death, postmodernism, Julian Barnes*

**Alexandra I. Kameneva** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: ksandra.kameneva@yandex.ru

**Anna V. Bolshakova** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: fbrj@mail.ru

УДК 801.731

**В. К. Коканин**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Основные подходы к филологическому анализу в современной науке**

**Аннотация.** *Статья посвящена вопросу отбора основных теоретических подходов к проведению филологического анализа текста. В рамках статьи рассматривается два взгляда на эту теорию. Коммуникативный, где в основе анализа лежит теория коммуникации, и художественный, где анализ базируется на поиске структуры художественного мира произведения.*

**Ключевые слова:** *филологический анализ, цели, определения, художественный мир, коммуникация*

В данной статье проводится анализ весьма разрозненной теоретической основы филологического анализа текста (ФАТ). Цель такого анализа мы видим в том, чтобы адаптировать филологический анализ для междисциплинарного применения и изучения художественного текста, в частности рекламного дела. В рамках этой цели мы рассматриваем разные подходы к определению ФАТ, а также к структуре художественного текста как предмету рассмотрения такого анализа. В статье мы опираемся на теоретические

работы: М. Ю. Лотмана; Н. Д. Тамарченко; Н. С. Болотновой; Е. Е. Маркиной; Е. В. Головиной и других.

Истоки современного ФАТ как дисциплины и способа научного анализа текста (текста художественного в частности) лежат в герменевтике и в теоретической поэтике (теория литературы). Как пишет Е. Е. Маркина герменевтика «вооружает практика, проводящего филологический анализ поэтического текста <...> необходимым научным инструментарием». В своей диссертации исследователь называет семь герменевтических категорий, принципиально важных для понимания ФАТ: конгениальность; герменевтический круг; предпонимание; абстрактный диалог между читателем и интерпретируемым текстом; счастье второго прочтения; понимание; интерпретации [1].

Из этих категорий мы можем вывести герменевтическую основу ФАТ как попытку достичь полного понимания текста через сотворчество с автором текста (конгениальность) и постоянное вопрошание текста (абстрактный диалог). Начальной точкой такого процесса становится предпонимание, а финальной – счастье второго прочтения, то есть понимание текста, стремящееся к полному. Такова герменевтическая максима ФАТ.

Е. Е. Маркина также подходит к пониманию сути через лингвистическую поэтику, что, по нашему мнению, лучше расширить до рассмотрения теоретической поэтики, так как ученые (участники ОПОЯЗ и МЛК, а также их последователи), на которых опирается Маркина, помимо пристального внимания к слову, как части поэтического языка, также многого достигли в области разработки структуры художественного текста [1]. Таким образом, мы можем заключить, что теоретическая поэтика – это та область, в которой с опорой на герменевтику и практику собственных исследований и были сформулированы основные принципы ФАТ, до сих пор являющегося основным методом анализа художественных произведений.

Однако оба эти положения слишком теоретичны и абстрактны, чтобы получить больше информации о принципах деятельности ФАТ, поэтому нам необходимо рассмотреть цели, функции и методы этого вида анализа. В этой области метатеоретических исследований, то есть исследований о функционировании самой теории ФАТ, наиболее фундаментальным исследованием является диссертация Е. В. Головиной «Филологический анализ как деятельность». В данной работе исследователь подробно разбирает определение, цели, функции и методологию ФАТ и структуру каждого из этих компонентов на основе графосемантического анализа большого пласта литературы о ФАТ.

В работе Головиной определение ФАТ разбивается на несколько компонентов: дефиниция; предметность; функции; операционная составляющая (методы, приемы, принципы, алгоритмы) [2].

Из этих компонентов мы можем вывести некоторое логическое выражение, в котором дефиниция ФАТ, то есть определение, будет равна установлению предмета + функций + операционной составляющей + цели. Отсюда будет логичнее категорию дефиниции рассмотреть в конце.

Итак, предметность – это наименее разобранная категория у Головиной, так как все исследованные ей теории сходятся на одном: предмет ФАТ — это художественный текст [3]. Применимость же ФАТ к нехудожественным текстам остается нераскрытым вопросом. Мы

согласны с указанием художественно текста как предмета ФАТ, но это утверждение требует небольшой корректировки. Предметом, к которому обращается ФАТ, является не просто текст, а его структура. «...Носителем смысла является изображенный автором и переданный текстом «мир» (действительность, в которой «живут» персонажи), причем структура этого мира и его авторская оценка передаются именно устройством текста», – пишет Н. Д. Тamarченко [4, с. 9]. Это мы можем объяснить тем, что в теории литературы одной из характеристики текста является структурность. Это положение подкрепляем понятием М. Ю. Лотмана структуры текста как элементов, которые не могут быть поняты без учета взаимодействия друг с другом, то есть без учета системного единства.

Функцией ФАТ, согласно Головиной, является педагогическая. Результат ее анализа показывает, что большинство авторов видят дисциплину ФАТ как способ научить выбранную аудиторию практике анализа текста. Это положение также подтверждается тем, что большинство литературы, посвященной ФАТ, написано с учебной целью.

Методологическую основу ФАТ можно представить, как двухуровневую систему. На первом уровне находятся лингвистический анализ, стилистический анализ и литературоведческий анализ. Как уже говорилось, ФАТ – комплексная система, включающая в себя достижения разных дисциплин и их элементов, которые можно использовать как отдельный вид анализа. Однако это является лишь одной из возможных осей разложения текста в рамках ФАТ.

Далее рассмотрим второй уровень, где содержатся общенаучные методы и конкретные методики и приемы работы с текстом, словом и т.п. Так Н. Н. Болдина называет принцип историзма и принцип взаимообусловности формы и содержания художественного текста важными для ФАТ [цит. по 2], а также говорит о следующих методах: семантико-стилистический, сопоставительный, метод стилистического эксперимента. Отдельное место в рамках ФАТ могут занимать текстологический и статистические методы лингвистики.

Цель ФАТ наиболее удачно сформулирована Н. Д. Тamarченко [4]. По мысли ученого, цель филологического анализа – максимально адекватное понимание(истолкование) текста. Максимальная емкость и точность так сформулированной цели подтверждается множеством цитат, приведенной Е. В. Головиной в диссертации. Так, Н. М. Шанский пишет о цели анализа следующие: «...выявление и объяснение использованных в художественном тексте языковых единиц в их значении и употреблении, причем лишь поскольку они связаны с пониманием литературного произведения как такового» [5]. В своем определении ученый раскрывает цель обозначением предмета анализа, то есть структуры художественного текста.

Итак, филологический анализ текста направлен на его структуру, отсюда можно заключить, что структура текст есть результат этого анализа. Если до аналитического прочтения текст скорее воспринимается как целое или на уровне весьма примитивной структуры эпизодов (читай сюжет), то в идеале после аналитического прочтения исследователь должен получить картину сложно многоуровневой системы знаков и смыслов. Отсюда следует, что практическая функции ФАТ для нашего исследования заключается в получении представления о его структуре.

Подходы же к структуре художественного текста существующие на сегодняшний день можно условно поделить на две группы. С одной стороны, есть анализ текста как



художественного мира, который проистекает в большей степени из работ М. М. Бахтина и в современности выражается в работах Н. Д. Тмарченко, В. И. Тюпы, В. Е. Хализева, а с другой, есть анализ текста как акта коммуникации, как закодированного сообщения, который проистекает в большей степени из работ М. Ю. Лотмана и сейчас выражается в работах Н. С. Болотновой, Н. Н. Болдиной и других.

Первый подход рассматривает художественный мир как одну из самых главных категорий, так как в ней заключён идейный посыл произведения; как уже отмечалось, художественный мир, созданный посредством структуры текста, является носителем его смысла. В учебном пособии Н. Д. Тмарченко [4] категориями художественного мира произведения называются художественное время, художественное пространство и событие. Художественный мир исследователи определяют, как мир героя, мир, в котором герой действует. Категории художественного пространства и времени не определяются в работе ученого, поэтому следует их понимать в естественном значении, то есть как место и время действия героя. Однако авторы отдельно выделяют термин хронотоп, который буквально расшифровывается как время-место и по сути используется, когда нет необходимости рассматривать каждое отдельно. В тексте, по замечанию авторов, хронотоп проявляется в виде слов-указаний. Событие – переход персонажем заданных ранее границ, которые разделяют части или сферы изображенного пространства-времени. Категории сюжета, героев, языка и автора/рассказчика также рассматриваются как часть художественного мира. В этом смысле характерно, что классификация повествователей сделана по их отношению к описываемому миру, то есть по типу дистанции от событий и по типу присутствия в тексте.

Второй подход берет за свою основу коммуникативную природу текста и строит весь анализ исходя из того, что художественный текст является частью процесса коммуникации между читателем (адресатом) и автором (адресантом). Структуру текста в рамках такого подхода предлагается понимать как многоуровневую систему, в рамках которой автор выделяет информационный-смысловой и прагматический уровни, которые можно рассматривать в лингвистическом аспекте, то есть с точки зрения речевой манифестации и материализации, и в экстралингвистическом аспекте, то есть с точки зрения стоящей за текстом действительности и языковых личностей автора и читателя, их первичной и вторичной коммуникационной деятельности [3]. Эти два аспекта связаны и оказывают друг на друга взаимное влияние, нас на данном этапе интересует исключительно лингвистический аспект.

В свою очередь между этими уровнями распределяются фонетический, морфологический, лексический, синтаксический, предметно-логический, тематический, сюжетно-композиционный, прагматический, экспрессивно-стилистический, функционально-стилистический, эмоциональный и образный уровни. Отметим, что подробное деление не предусматривается в рамках первого подхода.

Более малым элементом лингвистического рассмотрения текста является единица текста, которая понимается автором как «составляющие его элементы в диалектическом единстве их формы и содержания, соответствующие определенным уровням его организации, связанным иерархическими отношениями». Единицы текста также делятся на две категории: прагмемы и информемы – динамичные текстовые единицы, имеющие форму

и содержание, отражающие различные кванты знания и прагматический заряд, соотносящиеся со всеми подуровнями текста [3].

Итак, мы рассмотрели два основных подхода к филологическому анализу. Мы различили два глобальных подхода: в первом случае текст рассматривается через художественный мир, в котором существуют свои структуры и системы, а во втором текст рассматривается как сообщение и как единая структура. Второй подход представляется нам более разработанным.

Тем не менее оба эти варианта могут быть использованы в междисциплинарной работе. Так, если предметом нашего исследования становится речевое воздействие, то нам необходима возможность детального рассмотрения лингвистического уровня в его связи с экстралингвистическим, в таком случае детальность и проработанность коммуникативного подхода будет полезна.

Подход, рассматривающий художественный текст через созданный им художественный мир, намного точнее может передать и раскрыть идейное содержание произведения, а также его собственно художественную сторону. Этот подход, по нашему мнению, можно продуктивно использовать в рекламных ситуациях, когда художественная и идейная составляющая становится текста становится главным предметом исследования.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Маркина Е. Е. Филологический анализ пейзажного поэтического текста на интегрированном уроке русского языка и литературы как средство развития речи: диссертация ... кандидата педагогических наук: 13.00.02. - Ульяновск, 1999. - 166 с.
2. Головина Е. В. Филологический анализ текста как деятельность: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19 / Головина Елена Викторовна; [Место защиты: Башкир. гос. ун-т]. - Оренбург, 2011. - 170 с.
3. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 032900 - Русский язык и литература. - 4-е изд. - Москва: Флинта: Наука, 2009. - 520 с.;
4. Тamarченко Н. Д. Теория литературы: в 2 томах: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности "Филология" / Н. Д. Тamarченко, В. И. Тюпа, С. Н. Бройтман; под ред. Н. Д. Тamarченко. - 4-е изд., стер. - Москва: Академия, 2010.
5. Шанский Н. М. Филологический анализ художественного текста: Пособие для студентов филол. фак. пед. вузов / Н. М. Шанский, Ш. А. Махмудов. - СПб.: Спец. Лит., 1999. - 317, [1] с.

**Коканин Валентин Кириллович** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, направление подготовки «Издательское дело»; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: kokanin.vk@edu.spbstu.ru

**Abstract.** *The article is devoted to the selection of the main theoretical approaches to the philological analysis of the text. Within the framework of the article two views on this theory are considered. Communicative, where the analysis is based on the theory of communication, and fictional, where the analysis is based on the search for the structure of the fictional world of the work.*

**Key words:** *philological analysis, purposes, definitions, fictional world, communication*

**Valentin R. Kokanin** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: kokanin.vk@edu.spbstu.ru

УДК 378.1

**А.Ю. Колотаева**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Концепт билингвального обучения: российский и зарубежный опыт**

**Аннотация.** *В данной статье рассматривается трактовка понятия билингвизм в диахронической перспективе и описываются особенности становления билингвального обучения в отечественной и зарубежной лингводидактике. Также рассмотрено понятие «билингвальная предметная компетенция» в контексте современного образовательного процесса, произведен сравнительный анализ индикаторов двуязычия, играющих важную роль при формировании компетентностных характеристик учащихся. Автор статьи приходит к выводу, что система образования переосмысливается в контексте перехода от разграниченного предметного и языкового обучения к интегрированному обучению.*

**Ключевые слова:** *билингвальное обучение, индикаторы двуязычия, билингвальная предметная компетенция*

В связи с растущим потребностям общества в качественных специалистах, владеющих не только предметными знаниями в своей области, но также и межкультурной компетенцией, которая подразумевает владение иностранного языка на достойном уровне, происходит трансформация образовательной политики и обучения иностранным языкам в целом. В рамках образовательной политики Европейского союза уже давно была высказана мысль о полилингвизме, как важном факторе, способствующему развитию и укреплению позиций специалистов на глобальном рынке труда. Решение этой задачи многие ученые западного общества видят в становлении и укреплении позиций билингвального образования. Учитывая, что многие европейские страны изначально имеют билингвальные общества, в частности страны с несколькими государственными языками, это создает благоприятные условия для развития такого типа образовательного процесса. Наличие многообразия трактовок билингвальной компетенции свидетельствует об интересе исследователей к расширенному пониманию билингвизма, а также о сложности восприятия билингвизма как явления индивидуального и коллективного. Также возникает необходимости рассмотрения разносторонних подходов к билингвальному образованию с

целью разработки научной парадигмы, позволяющей найти методические подходы для формирования билингвальной компетенции у студентов высших учебных заведений.

Одним из первых лингвистов, давших определение понятию билингвизм был Леонард Блумфильд, активно занимавшийся индивидуальным двуязычием в начале XX века. В его трактовке билингвизм определяется как компетенция, которая наблюдается у носителя двух языков, в тех случаях, когда изучение иностранного языка не мешает сохранению родного [1]. В 1950-х двуязычие было определено У. Вайнрайхом как практика попеременного использования двух языков [2]. Начиная с 1970-х годов, исследователи уходят от излишней генерализации феномена двуязычия и пытаются подойти к его разностороннему рассмотрению. Так, двуязычие в узком смысле понимается как одинаково совершенное владение двумя языками, а в широком смысле как относительное владение вторым языком, умение им пользоваться в определенных сферах общения [3]. В конце 1970-х возникает определение билингвизма как одновременное приобретение нескольких языков от рождения. Однако, данная трактовка вносила определенные ограничения в понимании данного феномена, поскольку в определенной мере исключает возможность того, что индивид может быть охарактеризован как билингв, осваивающий второй язык уже в более зрелом возрасте.

В российской практике предпосылки изучения билингвизма отличались от западных. Однако первые работы, посвящённые данному феномену, появились уже в 70-х годах. Так, одним из первых учёных занимавшихся определением билингвизма был Л.В. Щерба. Под двуязычием он понимал способность тех или иных групп населения объясняться на двух языках, выделяя при этом чистое и смешанное двуязычие. Под чистой двуязычностью понимается параллельное, т.е. независимое изучение двух языков, когда два языка существуют в сознании говорящего изолированно друг от друга. Под смешанной двуязычностью определяется двуязычие, образующееся в результате сравнительного изучения двух языков, при котором второй язык изучается на основе первого [4]. Е.М. Верещагин определяет билингвизм, как “психический механизм, позволяющий человеку воспроизводить и порождать речевые произведения, последовательно принадлежащие двум языковым системам” [5, с.17]. В связи с таким многообразием факторов для разработки более четкой дефиниции возникла необходимость более глубокого теоретического осмысления двуязычия. Ученые стали концентрироваться на проблеме критериев билингвизма, как компетенции говорящего, которые служат индикатором двуязычия и могут обуславливать становление разных типов билингвизма. Сравнительный анализ имеющихся в специальной литературе точек зрения на определение двуязычия позволил выявить несколько основополагающих вопросов, влияющих на индикаторы двуязычия, которые представлены в формате таблицы (см. таблицу 1).

Таблица 1. Сравнительный анализ индикаторов двуязычия

Вопрос	Индикатор двуязычия	Проблематика
Когда происходило изучение языка?	С рождения; одновременно с родным языком; после освоения родного языка	Разрыв во времени между изучением первого и второго языков играет определенную роль в развитии и

		становлении формы двуязычия.
В каких условиях проходило изучение языка?	- Естественный билингвизм (бытовой); (имплицитное знание языка) - Искусственный билингвизм (учебный); (эксплицитное знание языка)	Этот вопрос главным образом преследует цель выяснить, приобретались ли эти языки естественным путем или же они изучались в рамках формального обучения. Важную роль играет ситуация, в рамках которой происходит усвоение языка.
Насколько хорошо и в каких областях изучаются языки?	На уровне речевых навыков: понимание, чтение, говорение и письмо	Этот вопрос призван прояснить, в какой степени освоены компетентностные области (понимание, чтение, говорение и письмо). Рецептивные и продуктивные навыки могут по-разному определять связь между двумя языками.

Сопоставительный анализ условий освоения/использования языка, индикаторов двуязычия и связанной с ними проблематики становления билингвизма позволяет сделать вывод, что в полной мере рассмотреть феномен двуязычия можно только учитывая его многоаспектную, разностороннюю природу. Также его нельзя определить в рамках одного критерия или рассматривать в рамках только одной науки, т.к. данный феномен представляется комплексной научной проблемой.

Теоретическое осмысление билингвизма с учетом позиций различных авторов позволяет сделать вывод, что двуязычие возможно трактовать как междисциплинарный и многоаспектный феномен и превалирование того или иного типа билингвизма зависит от соответствующей *образовательной среды*, в рамках которой возможно ее осуществление. Сегодня двуязычное обучение на самых распространенных иностранных языках доступно во многих европейских странах. Реализация билингвального обучения происходит в различных социолингвистических контекстах, обусловлена различной историей и причинами своего становления, однако пользуется решительной поддержкой европейских образовательных инстанций. Учитывая, что многие европейские страны изначально имеют билингвальные общества, как например страны с несколькими государственными языками, это дает хорошую почву для становления и развития такого типа образования. Истоки развития данного подхода берутся в программах языкового погружения, которые были разработаны для обучения учебным предметам и неродным языкам одновременно (Канада, Люксембург).

Анализ литературы отечественных авторов демонстрирует, что понятие *билингвального образования* представляется в разных интерпретациях с разных углов зрения, что обусловлено разными подходами к его реализации. Так, к одним из наиболее общих определений можно отнести трактовку билингвального образования, как “взаимосвязанное и равнозначное овладение учащимися двумя языками (родным и неродным), освоение родной

и неродной/иноязычной культуры, развитие учащегося как двуязычной и поликультурной личности и осознание им своей двуязычной и поликультурной принадлежности” [6, с.7].

Как отмечает Л.Л. Салехова, наряду с культурно ориентированными моделями, в рамках которых происходит освоение учащимися лингвострановедческих и социокультурных знаний, приобретают актуальность *предметно ориентированные модели*, в которых иностранный язык выступает в качестве средства изучения предмета, например, истории, экономики, математики [7]. В рамках культурного контекста изучения иностранного языка, который в современном обществе востребован не только как средство коммуникации, но и как инструмент познавательной и профессиональной деятельности, билингвальное образование доказывает свою значимость, при осуществлении которого происходит передача знаний и развитие *билингвальной предметной компетенции* у студентов неязыковых вузов.

Обратим внимание на ход развития отечественной методической мысли в области становления *концепта билингвального обучения*. В конце прошлого века билингвальное обучение становится объектом внимания в рамках российской образовательной политики. Для России характерен *искусственный субординативный тип билингвизма* [8, с.4]. Однако данное определение применимо к современной образовательной ситуации относительно внедрения международных языков в образовательный процесс (английских, французский, немецкий). По сравнению со странами, где концепт двуязычного образования формировался на протяжении многих десятилетий, российское образовательное пространство находится еще только на пути своего становления. Необходимо подчеркнуть, что в рамках российских реалий билингвальное образование может быть рассмотрено с двух сторон. Во-первых, в рамках условий развития и совершенствования национально-русского двуязычия, во-вторых, как упоминалось выше, в рамках активного развития двуязычия в контексте распространенных иностранных языков, способствующих развитию продуктивной билингвальной образовательной среды.

На современном этапе большой интерес вызывает *концепт билингвального предметного обучения* в современных работах отечественных авторов, которые демонстрирует интерес к развитию двуязычного образовательного пространства, способствующего становлению билингвальной компетенции студентов. Особое внимание билингвальному обучению неязыковых дисциплин в вузе уделяют в своих исследованиях А. Г. Ширина, Э.Г. Крылов, Л. Л. Салехова, В.В. Аитов, Е. В. Савелло, Н.П. Хомякова. Л.Л. Салехова отмечает: „Для России её современный контекст детерминирует выбор открытого типа билингвального обучения, при котором иностранный язык наряду с родным используется как средство изучения специальных дисциплин; целью является интеграция в мировое экономическое и культурно-образовательное пространство; обеспечивается возможность непрерывного образования и развития...” [7].

Подробный анализ литературы и существующих подходов к билингвальному образованию приводит к выводу о том, что система образования переосмысливается в контексте перехода от разграниченного предметного и языкового образования к интегрированному учебному процессу. Конечной целью которого является развитие компетенций у учащихся, позволяющих овладеть предметными знаниями посредством

сразу нескольких языков (родного и неродного). К положительным сторонам данного образовательного подхода относится то, что происходит активное стимулирование формирования многоязычной языковой личности.

Более подробно рассмотрим также пути развития билингвального обучения в западной теории. Концепт использования двух языков для овладения предметным содержанием в западной теории был сформулирован еще в 1970-х Т. Андерсеном и М. Боером. Далее этот концепт одним из первых продолжил методически разрабатывать Х. Баетенс Бердсмор, обращая внимание на проблемы образования с использованием двух и более языков и освещает европейские модели двуязычного образования [9]. Он подчеркивает, что для концептуального становления двуязычного образования обязательным фактором является использование учениками в процессе обучения хотя бы одного неродного языка как средства овладения содержанием предметов.

Т. Скотнаб-Кингас и Т. Маккарти при анализе ключевых терминов билингвального образования, определяют двуязычное образование как использование двух или более языков в качестве средства овладения предметами отличительными от самого языка [10].

Анализ отечественной и зарубежной литературы позволяет сделать вывод, что после того как билингвальное образование утвердило себя во многих странах, как ведущее направление образовательной политики, исследователи начинают активно заниматься выявлением методических подходов, позволяющих эффективно реализовать данный тип обучения. Свою задачу исследователи видят не только в разработке методических рекомендаций в сфере полилингвизма и билингвального обучения, но и поиске технологий, способствующих овладению языковыми компетенциями с возможностью широкого применения, в том числе и в профессиональной сфере.

Таким образом реализация билингвального обучения имеет не только интегративные характеристики, но и предполагает вариативность, т.к. обучение может проходить на различных иностранных языках, в рамках различных предметов. При этом билингвальное обучение преследует цель стимулировать использование иностранного языка в расширенном контексте. Залогом успешной реализации педагогической модели билингвального обучения является понимание необходимости учитывать различные лингвистические и образовательные цели, а также соответствующая организация содержательной стороны обучения. Поиски реализации концептуальной идеи, доказывающей что ИЯ наряду с родным языком может быть использован как средство учебно-познавательной деятельности по овладению предметными знаниями, однако, еще недостаточно теоретически осмыслен, в связи с тем, что у многих складывается ложное представление, что двуязычие может быть достигнуто исключительно с точки зрения лингвистического концепта в образовательном процессе. Также еще не до конца изучена проблема методологически эффективной синергии предметного и языкового знания в рамках модели предметно ориентированного билингвального обучения, что позволяет развивать данное направление исследования в лингводидактике.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Блумфилд Л. Язык. - М.: Прогресс, 1968. - 606 с.

2. Weinreich U. Languages in Contact. -New York: Publications of the linguistic Circle of New York, 1953. - 98 p.
3. Hornby P. Bilingualism: Psychological, Social and Educational Implications. Canadian Modern Language Review. Academic Press. – 1977. - 34(5). - P. 920–921
4. Щерба Л. В. Опыт общей теории лексикографии. Языковая система и речевая деятельность. Л.: ЛГУ. – 1974. – 428 с.
5. Верещагин Е.М. Психологические и методические характеристики двуязычия (билингвизма). М., 1969. – 162 с.
6. Гальскова Н. Д. и др. Обучение на билингвальной основе как компонент углубленного языкового образования. Иностранные языки в школе. – 2003. – №. 2. – С. 12-16.
7. Салехова Л.Л. Дидактическая модель билингвального обучения математике в высшей педагогической школе: автореф. дис. ... д-ра пед. наук. Казань, 2008.
8. Хабарова Л.П. Билингвальное образование в высшей школе: зарубежный и отечественный опыт. Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. - 2011. - №24. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bilingvalnoe-obrazovanie-v-vysshey-shkole-zarubezhnyy-i-otechestvennyy-opyt> (дата обращения: 05.03.2021).
9. Beardsmore H. Bilingualism: basic principles. Multilingual matters. - 1986. - Vol. 1. – P. 216
10. Skutnabb-Kangas T., McCarty T. L. Key concepts in bilingual education: Ideological, historical, epistemological, and empirical foundations //Encyclopedia of language and education. – 2008. – Т. 5. – №. 17. – P. 1466-1482.

**Колотаева Анна Юрьевна** – аспирант; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: a.kolotaeva@spbstu.ru

## **THE CONCEPT OF BILINGUAL EDUCATION: RUSSIAN AND FOREIGN EXPERIENCE**

**Abstract.** *This article is devoted to the interpretation of the concept of bilingualism in a diachronic perspective and the peculiarities of the development of bilingual education in domestic and foreign language pedagogy. A comparative analysis of indicators of bilingualism is carried out, the prerequisites for changing the scientific interpretation of the subject of study are analyzed and different typologies of bilingualism that play an important role in the formation of competence characteristics of students are generalized. The author of the article concludes that the education system is being revised in the context of the transition from distinguishing subject and language education to integrated learning.*

**Key words:** *bilingual education, indicators of bilingualism, typologies of bilingualism, bilingual competence*

**Anna Y. Kolotaeva** - Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: a.kolotaeva@spbstu.ru



**Переводчик международник: подготовка специалиста и деятельность в ООН**

**Аннотация.** *В статье речь идет о работе переводчика и подготовке специалистов. Сложности, которые могут возникнуть на пути перевода. Рассматриваются обязанности и сущность данной профессии в рамках ООН.*

**Ключевые слова:** *ООН, перевод, международные отношения, профессиональная подготовка*

*Постановка проблемы.* Цель данной работы заключается в том, чтобы выявить особенности работы переводчика-международника в ООН, а также специфику подготовки специалистов. Международник – это профессионал в области политики, который разбирается в международных экономических, политических и социальных процессах. Главным делом международного является установление, поддержание или урегулирование международных отношений. Знание двух или больше иностранных языков входит в основные обязанности международного. Если же речь идет о профессии переводчика-международника, то недостаточно просто знание языка, важно умение качественно и профессионально осуществлять перевод с одного языка на другой.

Список литературы формировался по проблематике. Так, в первую очередь характеризуются произведения, связанные с подготовкой кадрового состава переводчиков-международников. Труд Мирама Г.Э. «Профессия: переводчик» [1] предлагает информацию об истоках профессии переводчика, помогает понять и охарактеризовать то, как история профессии повлияла на ее преподавание в университетах.

Труд Усачева А.Н. «Синхронный перевод: университетский тренинг» [2] помогает разобраться в особенностях синхронного перевода. Для данной статьи — это произведение стало фундаментом в понимании особенностей синхронного перевода, качестве его выполнения и сложностях обучения. В этой же связи большую роль играет работа Швейцера А.Д. «Перевод и лингвистика» [3], благодаря которой была найдена информация не только о переводе и его тонкостях, но и о лингвистике, как неотъемлемой составляющей работы переводчика.

Также стоит выделить статью Гециридзе Д.З. «Фразовые тексты как объекты перевода» [4], которая уделяет особое внимание освещению вопросов, связанных с практикой переводчика и акцентирует важность данного аспекта для начинающего переводчика-международника. Также в работе дана информация о разборе фразовых текстов, их помощи и универсальности в обучении профессии переводчика. Статья также помогает разобраться в особенностях текстового и устного перевода.

Вторая проблематика, по которой подбирался список литературы, сводится к особенностям работы переводчика. Так, работа Балаганова Д.В. «Влияние стресса на деятельность переводчика-синхрониста» [5] помогает разобраться в тонкостях

психологического состояния переводчика. В работе показано, как быть стрессоустойчивым и терпеливым профессионалом своего дела. В том числе затрагивается немаловажное понятие как синхронный перевод. Сложность данного умения настолько высока, что нередко сопровождается большим количеством стресса и тяжёлого труда. Д.В. Балаганов рассказывает о различных способах, благодаря которым, можно избавиться от ошибок, вызванных стрессом, что помогло выявить определённые психологические аспекты исследуемой профессии. Данную работу можно поставить в сравнение с трудом Львовской З.Д. «Современные проблемы перевода» [6]. Книга богата информацией о проблемах не только самого перевода, но и деятельности его участников. Высокий уровень стресса также может являться современной проблемой перевода, например, процессы глобализации увеличили напряженность работы переводчика. Нами были изучены рассматриваемые в книге аспекты о возможных проблемах, нюансах и ошибках, которые могут возникнуть в работе переводчика-международника, в частности, вопросы о том, как именно с ними справляться и возможно ли это вообще. Кроме того, в работе изучается вопрос о том, как процесс глобализации влияет на работу переводчика и что ждет данную профессию в будущем.

Суходрев В.М. в своем произведении «Язык мой — друг мой: от Хрущева до Горбачева» [7] дает полное описание работы переводчика. При написании статьи данная работа была полезна тем, что автор приводил большое количество примеров и ситуаций, с которыми сталкивались переводчики во время своей карьеры. Показаны варианты работы переводчика, особенности и сложности работы. В этой области так же стоит выделить и обобщить работу Швейцера А.Д. «Глазами переводчика» [8], которая раскрывает особенности работы переводчика в отдельно взятой стране. В частности, в работе освещаются вопросы о том, какова разница работы в разных странах и особенности работы в ООН. Автор дает характеристику работы переводчика, основываясь на опыте многих специалистов, приводя большое количество примеров и ситуаций, раскрывающих проблемы работы переводчика-международника.

*Методология* исследования опирается на методы сравнительного анализа и синтеза при изучении фактологического материала, изложенного в источниках. В них речь идет о реальных примерах, личностях и ситуациях, которые раскрывают особенности и характер профессии переводчика-международника. Анализ литературы с точки зрения методологии является в нашем случае способом получения и изучения информации.

*Результаты исследования.* Разберем непосредственно подготовку специалистов переводчиков-международников. Автором данной статьи был проведен опрос студентов переводчиков Владимирского государственного университета, с целью выявить особенности подготовки данной профессии. Многие университеты подписывают меморандум с ООН о взаимопонимании в области подготовки кадров. Подобной практики нет во Владимире, но она присутствует в других крупных городах России. При проведении опроса было важно понять, насколько начинающий специалист удовлетворен подготовкой, выявить степень эффективности системы образования. Наиболее важным фактором при обучении является практические занятия, благодаря которым студент обретает и закрепляет полученные в теории навыки. Практические занятия могут состоять из общения с представителями

профессии, которые имеют опыта в работе с людьми-носителями того или иного языка, различных семинаров и так далее. В том числе, большое значение имеет написание работ, начиная с докладов и рефератов, заканчивая курсовыми и дипломными работами. Благодаря этому, студенты учатся находить из большого количества материала наиболее подходящую информацию для их работы, разбираясь в темах с разных точек зрения. Благодаря этому, учащиеся приобретают умение работать с иностранным языком и источниками.

Как считают некоторые студенты, принявшие участие в опросе, один из самых сложных методов перевода – синхронный перевод. Обучаются ему долгие годы и стать действительно профессионалом в данной области стоит большого труда. Именно поэтому, в ведущих университетах, где подготавливают специалистов переводчиков, делается большой упор на данный вид перевода. Умение синхронно переводить – качество усердного, трудолюбивого, эрудированного профессионала своего дела [2, с. 275]. Если рассматривать ситуацию на примере работы в ООН, то в кабине синхронного перевода человек не может носить никакие «позвякивающие» украшения, ничего шуршащего, нельзя громко есть или пить. Важно и необходимо это понимать и знать заранее. Считается недопустимым иметь духи или одеколон с резким запахом, так как рядом сидит коллега, от эффективности работы которого зависит работа всей организации, всего коллектива.

Также студенты считают, что необходимым качеством переводчика является умение редактировать текст. Это очень важное и трудоемкое качество, которое требует больших знаний и умений. У современных студентов не очень хорошее чувство стиля. Это важно понимать и работать над этим, так как на определенном этапе своей карьеры переводчик переходит в категорию само редактор. Специалист часто свои переводы никому не отдаёт, он их сам редактирует. В какой-то степени проблема редактирования текста тесно связана с умением видеть себя как специалиста на рынке, быть конкурентоспособным.

Также при проведении опроса было выявлено, что в высших учебных учреждениях важно обучение переводчика этике. В данную разновидность этики входят профессиональные качества, которыми должен владеть переводчик: терпеливость, толерантность, владение языком тела, умение решать проблемы даже в особо сложных ситуациях. Постоянный стресс на работе не должен пугать, переводчик обязан знать, как с ним справляться [7, с. 101]. Но самое главное качество – умение быть незаметным. Личные убеждения и эмоции ни в коем случае не могут выходить на первый план. Как бы неприятен переводчику не был человек, в первую очередь нужно выполнять свою работу. В лексиконе переводчика-международника эти качества называются «мягкими» навыками. И непосредственная обязанность университета, как считает большее количество опрошенных, подготавливать начинающих специалистов ко всем проблемам, с которыми может столкнуться переводчик-международник в своей профессиональной среде.

Переводчик должен обладать универсальными навыками. Но так как речь идет о работе переводчика-международника, то важно понимать, что практически невозможно специализироваться только в одной области. Универсальные навыки должны даваться в университете, но если переводчик хочет быть лучшим и конкурентоспособным, в его же интересах постоянно расширять свои компетенции. Профессионал понимает, что в любой жизненной ситуации, в любом рабочем моменте могут быть затронуты события, факты и

знания, которые он должен знать и уметь в них разбираться. Переводчику необходимо иметь широкий кругозор. И в большинстве случаев речь идет о самообразовании и повышении квалификации, которая в первую очередь волновать должна непосредственного самого специалиста. Именно эти качества влияют на профессиональную карьеру переводчика в ООН. С самого начала своего существования организация имела несколько официальных языков – стран основателей. На данный момент это арабский, китайский, английский, французский, русский и испанский языки. Работа переводчиков в данной организации занимает одно из самых важных положений, без перевода ее деятельность будет парализована. Невозможно работать в международной структуре, не разбираясь в международных процессах и событиях. Каждый переводчик в ООН является своего рода международником. Работа специалистов основывается на высокой квалификации, знаниях и умениях. От переводчика требуется качественно осуществлять быстрый и синхронный перевод, дабы буквально уметь объединять разные страны и народы.

Стоит иметь в виду, что, несмотря на то, что официальных языков у организации шесть, все же официальный язык мира – английский. Следовательно, перевод в первую очередь осуществляется на английский, так как большое количество людей знают и понимают именно его. Следовательно, в идеале переводчики стараются «обработать» речь выступающего так, чтобы в переводе она звучала «по-английски», то есть, как если бы выступающий был настоящим носителем языка. Устные переводчики должны уметь не только переводить в высоком темпе, соблюдая при этом требования стиля, но и понимать любой акцент [1, с. 98]. Кроме того, они должны адекватно передавать культурные реалии и учитывать местные особенности. Поэтому обязательным требованием является прекрасное знание не только языка, но и культуры страны. Основная сложность работы переводчика в ООН заключается в том, что в дополнение к своему родному языку переводчики должны владеть ещё как минимум двумя рабочими языками организации. Так же проблема в том, что при переводе личные эмоции, мысли и чувства не должны и не имеют права выходить на первый план. Каждый переводчик в ООН должен понимать, что он находится в месте осуществления политики, где решается жизнь многих миллионов людей. Следовательно, важно передать речь говорящего как можно точнее. Уже говорилось, как важно в работе переводчика уметь бороться со стрессом. Устный переводчик обслуживает около восьми трехчасовых заседаний в неделю. Специалисты работают в группах по двое или по трое, сменяя друг друга каждые 20–30 минут. Иногда их отправляют в командировки для обслуживания заседаний, которые проводятся за пределами страны. События могут обретать сложный и глубокий характер, поэтому нужно оставаться профессионалом достаточно долгое время.

Письменные переводчики – специалисты, работающие в ООН, которые осуществляют перевод документации. Кроме того, они участвуют в создании обширных терминологических баз данных и готовят двуязычные тематические глоссарии, которые отражают внутреннюю специфику современной системы ООН. Переводчики должны в совершенстве владеть особой терминологией, принятой в Организации — так называемым «ооновским языком». В ходе прений официальные формулировки документов могут интерпретироваться по-разному участниками дискуссии [8, с. 74]. Однако правильным вариантом считается текст, переведенный и утверждённый Службой переводчиков ООН.

*Заключение.* Переводчики сегодня – ключевые участники международных отношений. Подготовка специалистов осуществляется сейчас в ведущих университетах страны, с целью обучения будущих профессионалов. Основная цель – подготовить переводчиков, которые будут иметь возможность конкурировать на рынке труда и преимущество среди других переводчиков. Переводчик-международник – связующее звено в работе Организации Объединенных Наций. Он осуществляет связь между государствами, народами и отдельными политическими лидерами. Особенности работы переводчика-международника в ООН заключаются в специфике самой организации. Переводчик должен знать не менее двух языков, иметь возможность работать как с устным, письменным, так и с синхронным переводом. Уметь справляться с эмоциями и стрессом. Переводчик-международник всегда должен быть в курсе последних мировых и политических событий, уметь разбираться в сложной политической терминологии. Каждый уважающий себя переводчик-международник совершенствует свои знания, навыки и умения, согласно собственному желанию и стремлению быть лучшим из лучших.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Мирам Г.Э. Профессия: переводчик. – Киев: Ника-центр, 1999. – 160 с.
2. Усачева А.Н. Синхронный перевод: университетский тренинг. Профессиональная коммуникация: проблемы гуманитарных наук: сб. науч. тр. – Вып. 1 (1). – 2005. – С. 275 – 278.
3. Швейцер А.Д. Перевод и лингвистика. – М.: Воениздат Переплет, 1973. – 280 с.
4. Гециридзе Д.З. Фразовые тексты как объекты перевода. Очерки по истории западноевропейского и русского перевода. – 1986. – С. 165 – 197.
5. Балаганов Д.В. Влияние стресса на деятельность переводчика-синхрониста. Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. - № 12-1(90). – С. 74 – 79.
6. Львовская З.Д. Современные проблемы перевода / Пер. с исп. В.А. Иовенко. – М.: URSS, 2008. – 219 с.
7. Суходрев В.М. Язык мой — друг мой: от Хрущева до Горбачева. – М.: Тончу, 1999. – 237 с.
8. Швейцер А.Д. Глазами переводчика. – М.: Р. Валент, 1996. – 131 с.

**Кондрашова Яна Константиновна** - студент бакалавриата; кафедра «Международных отношений», Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых; Россия, Владимир; e-mail: yana-condrashova2013@yandex.ru

**Удалова Лиля Владимировна** – старший преподаватель; Гуманитарный институт, Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых; Россия, Владимир; e-mail: lilya.udalova@gmail.com

#### INTERNATIONAL TRANSLATOR: SPECIALIST TRAINING AND ACTIVITIES AT THE UN

**Abstract.** *The article deals with the work of a translator and the training of specialists. Difficulties that may arise on the path of translation. The duties and essence of this profession within the framework of the UN are considered.*

**Key words:** *UN, translation, international relations, professional training*

**Yana K. Kondrashova** – Vladimir State University named after Alexander Grigorievich and Nikolai Grigorievich Stoletovs; Vladimir, Russia; e-mail: yana-condrashova2013@yandex.ru

**Liliya Vlad. Udalova** - Vladimir State University named after Alexander Grigorievich and Nikolai Grigorievich Stoletovs; Vladimir, Russia; e-mail: lilya.udalova@gmail.com

УДК 811.111

**Д.А. Коростелев, М.П. Агафонова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Лексико-грамматические особенности научного стиля современного английского языка**

**Аннотация.** *В статье рассматривается проблема лексико-грамматических особенностей современного английского языка. В настоящее время, в связи с возросшей ролью английского языка в сфере науки, а также процессом глобализации данный вопрос является особенно актуальным. Авторы дают определение понятию «функциональный стиль языка», анализируют актуальные англоязычные научные статьи, выделяя особенности лексики и грамматики, характерные исключительно для научного стиля изложения современного английского языка. На основе полученных результатов были сделаны выводы о том, что такое особенности научного стиля.*

**Ключевые слова:** *современный английский язык, особенности лексики и грамматики, научный стиль, лексика, грамматика*

На данный момент английский язык является lingua franca для всего мирового сообщества. Этот язык доминирует во всех сферах жизни, так как позволяет поддерживать эффективную коммуникацию между представителями разных лингвокультур. Ввиду своей простоты и широкой распространённости, английский изучается практически во всех странах на всех ступенях образования, включая высшее образование. Нужно отметить, что направление обучения не имеет особого значения – английский язык входит в образовательную программу технических и естественно-научных специальностей, не только филологического и педагогического профиля. При этом, довольно часто студенты нелингвистических направлений изучают англоязычную лексику, непосредственно связанную с будущей специальностью.

Одной из сфер жизни, которую невозможно представить в отрыве от английского языка является сфера науки. Раньше функции международного языка науки исполнял другой язык германской ветви индоевропейской языковой семьи – немецкий. До середины XX-го века на немецком языке писалось и на него переводилось большинство научных трудов по таким дисциплинам как: медицина, механика, философия, лингвистика и т. д. Однако, в

связи с укреплением США, как одного из главных источников геополитического влияния после Второй Мировой войны, начался период всеобщего доминирования английского языка. Успехи Соединённых Штатов сильнейшим образом повлияли на развитие американской науки, дав ей мощный импульс к развитию. Из-за сильно возросшего влияния американского научного сообщества английский стал постепенно вытеснять немецкий [0]. На данный момент абсолютное большинство научных трудов пишется и издаётся на английском. Более того, всю ключевую информацию о статье (аннотация, ключевые слова, авторы, год и название издания) необходимо переводить на английский язык, включая издания в неанглоязычных научных журналах.

Таким образом, для того, чтобы адекватно и эффективно извлекать информацию из научных изданий, а также писать собственные статьи на английском языке, молодым специалистам необходимо быть знакомым и уметь работать с академическим английским языком, ведь именно на нём пишутся все научные статьи и публикации. Не следует путать научные публикации с научно-популярными статьями. Научно-популярные статьи предназначены для широкой аудитории, которая не знакома с научной теорией, как и с академической и профессиональной терминологией, поэтому такие статьи могут содержать в себе большие допущения в использовании языка, например использование эмоционально-окрашенной или даже коллоквиальной (разговорной) лексики. Это связано с целью научно-популярных публикаций – рассказать максимально широкой аудитории о порой комплексных проблемах и явлениях простым языком, исключая излишнюю нагрузку на читателя. То есть, для того чтобы понять подобную статью не нужно обладать никакими дополнительными навыками и знаниями, в отличие от научной статьи, где используется свой функциональный язык, понятный только кругу специалистов в данной академической дисциплине. Именно поэтому, в наше время, когда развитие цифровых и информационных технологий в совокупности с процессом глобализации позволяет молодым учёным публиковаться на аудиторию международного научного сообщества, проблема лексико-грамматических особенностей функционального научного стиля английского языка особенно актуальна. Для того, чтобы отечественные специалисты могли успешно выступать на международных научных конференциях и публиковаться в научных журналах с мировым именем, им необходимо успешно владеть академическим английским языком, а также иметь представление о его лексических и грамматических особенностях. Стоит отметить, что статьи на данную тематику, использованные при написании работы, изданы относительно недавно, следовательно, данное исследование отражает актуальные изменения последних лет.

Для начала необходимо дать определение самому общему понятию «функциональный стиль языка». Вопросы стилистики английского языка изучали в своих работах такие отечественные языковеды-исследователи, как В. В. Виноградов, А. И. Ефимов, В. Г. Кузнецов. Данная проблема изучалась параллельно с развитием стилистики как науки внутри языкознания. Наиболее точным считается определение В.Г.Кузнецова: - «Функциональные стили – это разновидности языка, соотносящиеся с определенными областями общественного сознания и языковыми функциями» [0]

В английском языке, как и в русском традиционно выделяют следующие пять функциональных стилей: научный, разговорный, официально-деловой, художественный и публицистический. Говоря о собственно-научном стиле, следует упомянуть о его главной задаче – передача объективной информации и доказательство её истинности и актуальности [0]. Следовательно, можно выделить следующие характерные черты научного стиля: точность, информативность (содержательность), логичность (строгая последовательность, чёткая связь между основной идеей и деталями), объективность и вытекающие из этих особенностей ясность и понятность.

Целью исследования было выявить особенности (отличительные черты) лексики и грамматики, которые были бы характерны исключительно для современных академических текстов. Чтобы понять, какие именно грамматические и лексические средства используются в английском языке, было предложено провести сравнительный анализ актуальных на момент исследования научных публикаций, а также тексты ненаучного характера на английском языке. Для этой цели были отобраны англоязычные научные издания на произвольную тематику. Основными критериями отбора были год публикации – выбирались статьи, опубликованные не раньше 2017 года; и место публикации, авторами должны были быть учёные и специалисты из англоговорящих стран. При этом англоязычный ненаучный текст для исследования выбирался по критерию актуальности, а также по критерию тематики – темы научных и ненаучных публикаций должны пересекаться. Это было необходимо для обеспечения проводимого анализа. То есть, выборка была проведена таким образом, чтобы отобранные для анализа статьи отражали бы последние тенденции развития и естественного изменения языка, при этом сильно не различаясь тематически.

Таким образом, для проведения сравнительного анализа были отобраны следующие материалы: научные публикации “Switching between every day and scientific language” под авторством Eric. J. Blown и Tom G.K. Bryce [0], “Housing theory, housing research and housing policy” под авторством David Clapham [0], публицистические статьи “Housing crisis affects estimated 8.4 million in England – research” от BBC [0] и “Linguistic code-switching: what it is and why it happens” от Kenzie Shofner [0].

После проведения сравнительного анализа данных публикаций были выделены следующие особенности лексики и грамматики, характерные для функционального научного стиля английского языка:

1) Лексические особенности:

- использование научно-технической, юридической и профессиональной терминологии;

(Housing Policy, governance, regulation, housing market, non- intervention, language acquisition, scaffolding, zone of proximal development)

Использование терминологии позволяет исключить двусмысленность и обеспечить наиболее точное понимание материала. Термины содержат в себе ёмкую и конкретную характеристику явления или объекта, поэтому употребления терминологии не избежать без потери лаконичности, сжатости изложения материала статьи [0].

- обилие интернационализмов;

(astronomy, animism, revolution, teleological, dialogue, anthropomorphism)



Использование интернационализмов, т.е. слов, возникших в одном языке и заимствованных из него всеми другими языками, позволяет апеллировать к общеизвестным понятиям, тем самым избегая двусмысленность.

- существительные, обозначающие абстрактные понятия;  
(regulation, acquisition, relation, absence, development, knowledge)

Обычно имеют суффиксы -tion, -ness, -ance/-ence, -ment.

- Лексика официально-делового стиля;  
(precede вместо come before, proceed вместо act, obtain вместо get, findings вместо results)

Использование коллоквиальной и эмоционально-окрашенной лексики неприемлемо в научном тексте, зато в публицистике авторы часто используют разговорный язык и используют лексические средства для субъективной оценки обозреваемого явления или события.

- Слова-связки;  
(However, nevertheless, thus, therefore, nonetheless)

Слова-связки используются для того, чтобы сохранить логику и последовательность научного текста

## 2) Грамматические особенности:

- Обилие пассивного залога и избегание употребления личных местоимений 1-го лица;

“Before proceeding further, it is important to define what is meant by housing policy”

“...detecting variations in the explanatory speech provided by parents depending on the amount of their own schooling. In a small study of parent and child interviews (conducted separately and specifically about the Moon)”

Использование конструкций с пассивным залогом и безличных предложений с местоимением it, избегание употребления местоимений 1-го лица I, my, mine позволяет следовать абстрактности и объективности и делать акцент не на личности самого исследователя, а на его работе.

- Употребление модальных глаголов;

“Within one classroom episode, a teacher might deploy paraphrasing strategies to extend students’ vocabulary (replacement)”

“...it would be wrong to dismiss the prevalence of animistic language in children as a nuisance in the development of thinking”

Модальные глаголы в научном тексте позволяют отметить отношение автора к обозреваемой проблеме, возможности события или результата, иногда дают возможность избежать оценочного суждения [0].

- Использование вербалий (причастие и инфинитив);

“It focused on the switching taking place between embedded and disembedded thinking”

“...scientific discourse, referring to them as replacement, interweaving, contextual privileging and pastiche”

Употребление неличных форм глагола (вербалий) помогает научному тексту оставаться обезличенным, более объективным, делать акцент на самих действиях исследователей, а не на их личностях.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что научный стиль современного английского языка использует богатый набор лексических и грамматических (морфологических, синтаксических) инструментов для точного выражения мысли, последовательной подачи материала, что отличает его от других функциональных стилей английского языка (в частности, от публицистического). Знание наиболее актуальных особенностей употребления лексики и использования грамматики академического английского языка поможет молодым специалистам писать англоязычные научные статьи не без особых затруднений.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Гончарова М.В. Сохранение роли немецкого языка как средства научной коммуникации в рамках концепции мультиязычности. Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. №5-2 (59). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sohranenie-rol-i-nemetskogo-yazyka-kak-sredstva-nauchnoy-kommunikatsii-v-ramkah-kontseptsii-multiyazychnosti> (дата обращения: 07.03.2021).
2. Золотарев А.С. Функциональные стили в английском языке. Академическая публицистика. - 2018. - №6. - С. 96-97.
3. Пилипчук А.С., Филатова Е.Ю. Особенности научного стиля английского языка. Успехи в химии и химической технологии. 2017. №14 (195). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-nauchnogo-stilya-angliyskogo-yazyka> (дата обращения: 07.03.2021).
4. Blown E., Bryce Th. Switching between everyday and scientific language. Research in Science Education. University of Strathclyde Institutional Repository. — 2017. — 47 (3). — pp. 621-653.
5. Clapham D. Housing theory, housing research and housing policy. Housing, Theory and Society. Taylor & Francis. — 2018. — 35 (2). — pp. 163-177.
6. Housing crisis affects estimated 8.4 million in England – research. BBC URL: <https://www.bbc.com/news/uk-49787913> (дата обращения: 07.03.2021)
7. Linguistic Code-Switching: What it is and why it happens. United language group URL: <https://www.unitedlanguagegroup.com/blog/linguistic-code-switching> (дата обращения: 07.03.2021).
8. Ибодуллаева Г.Д. Лексика научного стиля английского языка. Евразийский научный журнал. — 2016. — №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/leksika-nauchnogo-stilya-angliyskogo-yazyka> (дата обращения: 07.03.2021).
9. Поспелова Т.Б. Лексико-грамматические особенности научного стиля в английском языке. Homo Loquens: Актуальные вопросы лингвистики и методики преподавания иностранных языков. — СПб.: Астерион, 2013. — С. 277-285.

**Коростелев Денис Александрович** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: necrozet@inbox.ru

**Агафонова Марина Павловна** – старший преподаватель; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: m.p.agafonova@yandex.ru

## **THE LEXICOGRAMMATICAL FEATURES OF SCIENTIFIC STYLE IN MODERN ENGLISH**

**Abstract.** *The article deals with the problem of lexicogrammatical features in modern English. Due to the increased role of English in science, as well as globalization, this issue is especially relevant. The authors define the concept of "functional style of language", analyze relevant English scientific articles, highlighting the vocabulary and grammar features that are exclusive to the scientific style of modern English language. Based on the results obtained, conclusions were drawn about what the features of the scientific style are*

**Key words:** *modern English language, features of lexicon and grammar, scientific style, lexicon, grammar*

**Denis A. Korostelev** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Russia, Saint Petersburg; e-mail: necrozet@inbox.ru

**Marina P. Agafonova** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: m.p.agafonova@yandex.ru

УДК 1751

**Е.А. Короткова, А.Ю. Наугольных**

Пермский национальный исследовательский политехнический университет

### **Модели субтитрирования при переводе информационных видеороликов**

**Аннотация.** *Данная статья посвящена вопросам частичной автоматизации процесса субтитрирования видеороликов, размещенных на платформе YouTube, за счет использования машинного перевода. Целью исследования было выявить наиболее эффективную модель субтитрирования информационных роликов. Были рассмотрены особенности субтитрирования информационных видеороликов с учетом лингвистических и пространственно-временных требований. Автором были предложены и опробованы три модели субтитрирования. В результате исследования сделаны выводы об особенностях предложенных моделей с точки зрения трудозатрат, а также выявлены преимущества и недочеты каждой модели.*

**Ключевые слова:** *автоматическое распознавание текста, машинный перевод, модели перевода, субтитры*

На сегодняшний день многие технологические процессы автоматизируются. Так, например, в переводческой деятельности активно используется машинный перевод. Также известно, что на платформе YouTube есть встроенная функция автоматической генерации субтитров. В связи с этим возникает вопрос - насколько оправдана автоматизация в процессе создания и перевода субтитров к видеороликам на YouTube?

Рассмотрим определения термина «субтитрирование». Согласно В.Е. Горшковой, «субтитрирование – это надпись на нижней части кадра кинофильма, являющаяся обычно кратким переводом иноязычного диалога (или вообще текста) на язык, понятный зрителям» [1, с.141]. А.В. Козуляев уточняет, что субтитры должны «соответствовать требованиям скорости чтения, количества знаков на экране и количества строк» [2, с.39].

Р.А. Матасов отмечает, что «качественные субтитры должны быть органичными, экономичными, быстро сменяющимися и намеренно неточными» [3, с.12]. Становится ясно, что при субтитровании главное – передать общий смысл фразы, а перед составителем субтитров стоит сложнейшая задача компрессии текста.

Т.В. Духовная считает, что одним из факторов сжатия текста субтитров является жанровая принадлежность аудиовизуального произведения [4]. То есть определенному жанру произведения соответствует стиль речи, у которого в свою очередь есть свои особенности.

Рассмотрим далее, что представляют собой информационные ролики. Для этого мы обратились к жанрово-тематической классификации И.А. Текутьевой. Она выделяет следующие жанры видеороликов: обзор, летсплей, пранк, обучающие видео, влог, шоу, диалог, гайд, челлендж, скетч, троллинг-интервью [5]. Таким образом, рассматриваемые нами информационные видеоролики относятся к жанру обзор.

Для определения типа информации в информационных видеороликах воспользуемся типологией И.С. Алексеевой. И.С. Алексеева выделяет следующие типы информации: познавательная (когнитивная), оперативная, эмоциональная и эстетическая [6].

Информационные ролики (обзоры) в большей степени передают когнитивную информацию. Кроме того, эмоциональная информация в них присутствует тоже. Она выражается через иронию, игру слов, использование фразеологизмов и клише [7]. Со всеми этими трудностями может столкнуться переводчик-составитель субтитров.

Таким образом, можно отметить, что при субтитрировании переводчику важно найти баланс между передачей всех особенностей информационных видеороликов и соблюдением всех характеристик субтитров.

В нашем исследовании мы остановили выбор на трех моделях субтитрирования. Первая модель подразумевает полностью ручной перевод видеороликов. Вторая модель основывается на автоматическом распознавании речи на платформе YouTube и переводе субтитров с помощью Google Translate и редактированием текста после каждого этапа. Третья модель предполагает использование вышеуказанных технологий и редактирование текста только после перевода.

В качестве материала для практической части мы использовали видеоролики канала TechZone на платформе Youtube.

Таблица 1. Пример использования первой модели

Звучащая речь	Субтитры
<p>Beelink GTR Pro. What at first glance looks like an incomprehensible box with a bunch of jacks is actually a technological modern mini PC. The GTR Pro is the brainchild of the Chinese company Beelink. It's based on the AMD Ryzen 3500H processor and has a built-in Radeon Vega 8 graphics processor, too.</p>	<p>0,0:04:21.04,0:04:24.28                      Beelink GTR Pro - мини-ПК                      0,0:04:24.28,0:04:28.00                      Этот девайс выглядит как неприметная коробка.                      0,0:04:28.00,0:04:31.00                      Но на самом деле это современный мини-компьютер.                      0,0:04:31.54,0:04:35.68                      GTR произведен китайской компанией Beelink.                      0,0:04:35.68,0:04:39.66                      Он оснащен процессором AMD Ryzen 3500H.                      0,0:04:39.66,0:04:43.46                      А также встроенным графическим процессором Radeon Vega 8</p>

На перевод видеофрагмента длиной 3 минуты 20 секунд (Таблица 1) мы потратили 103 минуты.

В этом фрагменте нам встретилось много имен собственных, восприятие которых на слух является затруднительным. Например, “Radeon Vega 8”, “AMD Ryzen 3500H”. Чтобы не ошибиться в названиях компаний и наименований процессоров, мы обратились к информации на официальном сайте производителя. Поиск правильного написания названий не составил труда, так как все данные находятся в открытом доступе.

При переводе названия устройства мы пользовались рекомендациями Д.И. Ермоловича [8]. Так, мы оставили название устройства на английском языке, чтобы при заинтересованности зрителей в этом продукте они могли легко найти его. Для того чтобы с самого начала фрагмента добиться понимания, что данное устройство собой представляет, мы добавили комментарий (“Beelink GTR Pro - мини-ПК”).

Текст насыщен терминами компьютерной тематики (RAM, memory slot и др.). Чтобы разобраться в названиях всех комплектующих, мы также изучили тематические статьи и текстовые обзоры на устройство. При переводе терминов мы обращались к словарям и смотрели эквиваленты с пометкой “техника”, “информационные технологии”. Особую трудность при осуществлении перевода составил термин “graphics processor”, так как у него было много соответствий, например, “графический процессор”, “видеокарта”, “видеочип”, “графический чип”, “графический адаптер”. Мы остановили свой выбор на первом варианте, так как его употребление отмечалось более высокой частотностью в сравнении с остальными.

В целом основные трудности при переводе заключались в высокой плотности терминов компьютерной тематики, многие из которых было сложно воспринимать на слух.

Мы также сократили текст в субтитрах: изменили тип предложений, убрали грамматикализованные единицы.

Таблица 2. Пример использования второй модели

Автоматическое распознавание	Редактирование	Машинный перевод	Редактирование. Субтитры
the specialists of the french studio that developed circular wanted to create a small and stylish device that will be convenient for everyday use without attracting too much attention and it will work as a delicate alarm clock that will wake you up during your light sleep phase	the specialists of the french studio that developed circular wanted to create a small and stylish device that will be convenient for everyday use without attracting too much attention. and it will work as a delicate alarm clock that will wake you up during your light sleep phase.	Специалисты французской студии, разработавшей циркуляр, хотели создать небольшое и стильное устройство, удобное для повседневного использования, не привлекая к себе лишнего внимания. Он будет работать как тонкий будильник, который разбудит вас во время легкого сна.	06:39.32,06:45.40 Разработчики хотели создать небольшое и стильное устройство, удобное для повседневного использования, 06:45.40,06:49.82 и не привлекающее к себе лишнего внимания. 07:08.26,07:13.72 В Circular встроен будильник, который разбудит вас во время фазы неглубокого сна.

На перевод видеотреклетки длиной 3 минуты 20 секунд мы потратили 55 минут (Таблица 2).

Изначально много времени тратится на редактирование текста: исправление ошибок в тексте и расстановку знаков препинания.

Зачастую Google Translate допускал ошибки при переводе имен собственных (“Circular” - “циркуляр”). В нашем переводе мы оставили название на английском языке, следуя рекомендациям Д.И. Ермоловича [8].

Рассмотрим ошибки, допущенные машинным переводчиком. В первом предложении машинный переводчик перевел фразу, допустив грамматическую ошибку: неправильное употребление деепричастного оборота. Верный вариант: “Разработчики хотели создать небольшое и стильное устройство, удобное для повседневного использования и не привлекающее к себе лишнего внимания”.

Были допущены лексические ошибки. Например, словосочетание “light sleep phase” машинный переводчик перевел как “время легкого сна”. Мы перевели это словосочетание следующим образом: “фаза неглубокого сна”.

Что касается компрессии текста, в этом фрагменте мы прибегли к лексическому свертыванию, замене времени, а также перифраз.

Таблица 3. Пример использования третьей модели

Автоматическое распознавание речи	Машинный перевод	Редактирование. Субтитры
<p>you can for example copy a phone number or other information and share it when learning a new language you don't need to pour over a dictionary simply scan the word you don't know and the translation will appear on your smartphone screen</p>	<p>вы можете, например, скопировать номер телефона или другую информацию и поделиться ею во время обучения новый язык, который вам не нужно изучать в словаре, просто отсканируйте незнакомое слово, и перевод появится на экране вашего смартфона</p>	<p>0,0:02:51.58,0:02:56.56            Вы можете скопировать номер телефона и поделиться им.            0,0:02:56.56,0:03:00.06            Теперь вам не нужно искать незнакомые слова в словаре.            0,0:03:00.06,0:03:04.76            Просто отсканируйте незнакомое слово и его перевод появится на экране вашего смартфона.</p>

На перевод видеофрагмента длиной 3 минуты 20 секунд мы потратили 36 минут (Таблица 3).

Основная проблема при переводе видео в этом случае заключается в том, что переводчик тратит время на разделение смысловых фраз, так как технология автоматического распознавания речи не ставит знаки препинания. Затем технология машинного перевода пытается распознать эти смысловые фразы и перевести их правильно, но это не всегда удается. Так, часто конец первого предложения смешивается с началом последующего. Например, фразу "...and share it when learning..." Google Translate перевел как "...и поделиться ею во время обучения...". Хотя на самом деле это следовало бы перевести как "...и поделиться им. Во время обучения...".

Однако следует отметить, что в некоторых случаях машинный переводчик успешно определял концы предложений и ставил на их месте запятые. Например, "...to pour over a dictionary simply scan the word..." Google Translate перевел как "...изучать в словаре, просто отсканируйте слово...". Наш перевод: "...искать в словаре. Просто отсканируйте слово...".

При сокращении текста мы использовали обобщение, замену частей речи.

Таким образом, что касается трудозатрат, легче переводить видеоролики, используя вторую модель, несмотря на то, что быстрее переводить, используя третью модель. При переводе с помощью третьей модели переводчик быстро утомляется от необходимости постоянного определения начала и конца предложения. При переводе с помощью первой модели переводчик устает от огромного потока поступающей информации. Особенно сложно становится тогда, когда тематика фрагмента перевода специальная, техническая. Переводчику встречается много терминов, имен собственных, которые сложно воспринимать на слух. Преимуществом второй модели является то, что на втором этапе – редактировании

текста, полученного с помощью технологии автоматического распознавания текста – переводчик уже знакомится с текстом и с видеорядом. Переводчик видит законченные предложения, анализирует ситуацию и текст, и уже может преобразовать произносимую речь в готовые субтитры.

Таким образом, нам представляется, что при переводе информационных роликов на платформе YouTube следует использовать вторую модель. Именно она создает ощущение комфорта, и переводчик не утомляется так быстро, как при работе по другим моделям.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Горшкова В.Е. Особенности перевода фильмов с субтитрами. Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. акад. М.Ф. Решетникова. – 2006. – № 3. – С. 141–144.

2. Козуляев А.В. Интегративная модель обучения аудиовизуальному переводу: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук: 13.00.02. – Москва, 2019. – 234 с.

3. Матасов Р.А. Перевод кино/видео материалов: лингвокультурологические и дидактические аспекты: автореф. диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук: 10.02.20. – Москва, 2009. – 23 с.

4. Духовная Т.В. Жанрово-стилистические и прагматические факторы формирования субтитров. Международный научный институт “Educatio”. – 2015. – № 9(16). – С. 13–15.

5. Текутьева И.А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга. Медиасреда. – 2016. – № 11. – С. 107–113.

6. Алексеева И.С. Введение в переводоведение. – СПб.: Филологический факультет. – СПбГУ, 2004. – 352 с.

7. Алексеева И.С. Письменный перевод. Немецкий язык: Учебник. – СПб.: Союз, 2006. – 368 с.

8. Ермолович Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур. — М.: Р.Валент, 2001. – 200 с.

**Короткова Екатерина Андреевна** – студент бакалавриата; Пермский национальный исследовательский политехнический университет; Россия, Пермь, e-mail: korotkova.ket@mail.ru

**Наугольных Антон Юрьевич** – доцент; Пермский национальный исследовательский политехнический университет; Пермь, Россия; e-mail: crispian@yandex.ru

#### SUBTITLING MODELS FOR ONLINE VIDEOS

**Abstract.** *The article touches upon the subtitling of YouTube videos with help of machine translation. The aim of the article was to identify the most efficient subtitling model. The article describes the specificity of informative videos and their linguistic peculiarities and spatial-temporal dimensions. Three subtitling models were advanced and investigated, with or without MT at different stages of translation. The paper ends up with conclusions about efficiency of the three models in terms of labor costs, their advantages and disadvantages.*



**Key words:** *automatic speech recognition, machine translation, subtitles, subtitling models*

**Ekaterina A. Korotkova** – Perm National Research Polytechnic University; Perm, Russia; e-mail: korotkova.ket@mail.ru

**Anton Y. Naugolnyh** - Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russia; e-mail: crispian@yandex.ru

УДК 37.08

**С.А. Кочурина, К.П. Захаров**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Исследование цифровой грамотности и ИКТ-компетентности учителей естественно-научного и общественно-научного профиля**

**Аннотация.** *В статье представлены результаты исследования, посвященного определению уровня цифровой грамотности и ИКТ-компетентности учителей Невского района Санкт-Петербурга естественно-научного и общественно-научного профиля. Опрос и обработка результатов проведены на основе методических разработок исследовательского центра НАФИ. Полученные данные изучены в зависимости от возраста, стажа работы, опыта использования цифровых технологий в педагогической деятельности и прохождения курсов по ИКТ. Даны рекомендации для учителей по повышению квалификации в конкретных сферах использования цифровых технологий.*

**Ключевые слова:** *цифровая грамотность, ИКТ-компетентность, педагоги*

В настоящее время цифровизация активно входит в нашу жизнь, не без изменений остается и сфера образования [1]. В связи с этим одной из ключевых задач, которые стоят перед педагогами, является повышение квалификации в сфере цифровых технологий. Основными показателями, характеризующими готовность педагогов к применению ИКТ-технологий в образовательном процессе, является уровень цифровой грамотности и ИКТ-компетентности [2]. Различные подходы к исследованию данной проблемы обсуждаются в работах научных групп Г.У Солдатовой [3], А.А. Ахаяна [4], Аналитического центра НАФИ [5] и др.

Основу данной статьи составляет исследование цифровой грамотности и ИКТ-компетентности педагогов образовательных учреждений Невского района Санкт-Петербурга. В период пандемии COVID-19, осенью 2020 года, студентами магистратуры СПбПУ и работниками Информационно-методического центра Невского района был проведен опрос педагогов на основе методических разработок НАФИ [5]. Полученные данные были обработаны в разных аспектах, одним из которых стало исследование цифровой грамотности и ИКТ-компетентности учителей школ в зависимости от преподаваемого предмета.

Целью данной работы стало определение уровня цифровой грамотности и ИКТ-компетентности учителей естественно-научного и общественно-научного профиля Невского района и исследование основных тенденций их изменения.

«Цифровая грамотность – это способность безопасно и надлежащим образом управлять, понимать, интегрировать, обмениваться, оценивать, создавать информацию и получать доступ к ней с помощью цифровых устройств и сетевых технологий для участия в экономической и социальной жизни» [2]. В соответствии с методическими разработками Аналитического центра НАФИ [5], индекс цифровой грамотности (ИЦГ) составляют 5 компонентов: информационная, компьютерная, коммуникативная грамотность, а также медиаграмотность и отношение к технологическим инновациям. В предложенном респондентам опросе блок по определению цифровой грамотности состоял из 15 вопросов, представленных в виде полярных пар утверждений, описывающих знания, навыки и установки в отношении данных компонентов. За выбор первого варианта ответа начислялся 1 балл, второго – 0 баллов. Далее по среднему значению набранных баллов всех респондентов вычислялся показатель по каждому компоненту. Общий индекс цифровой грамотности вычислялся как среднее значение полученных пяти показателей.

ИКТ-компетентность – это показатель, наряду с ИЦГ описывающий готовность российских учителей и преподавателей к активному применению ИКТ в образовательном процессе. По данным НАФИ [5], ИКТ-компетентность состоит из 22 компетенций, сгруппированных в 6 блоков: профессиональные обязанности, цифровые ресурсы, преподавание, оценка учащихся, расширение прав, возможностей и самостоятельности учащихся в учебном процессе, а также развитие цифровой компетенции учащихся. В опросе блок по определению ИКТ-компетентности педагогов состоял из 22 вопросов в отношении каждой из компетенций с выбором одного из пяти вариантов ответа. За каждый вопрос респондент мог получить от 0 до 4 баллов. Исходя из суммы набранных баллов по всем компетенциям, каждый респондент был отнесен к одной из 6 групп по уровню опыта: Новичок, Исследователь, Интегратор, Эксперт, Лидер и Новатор. Далее путем усреднения для группы педагогов рассчитывался индекс ИКТ-компетентности.

В общем исследовании цифровой грамотности и ИКТ-компетентности педагогов Невского района приняли участие 687 респондентов, в том числе 54 педагога естественно-научного и общественно-научного профиля. В соответствии с полученными данными к естественно-научному профилю были отнесены учителя физики, химии и биологии (23 педагога), к общественно-научному – учителя географии, истории и обществознания (31 педагог).

Большинство опрошенных учителей естественно-научного и общественно-научного профиля составляют педагоги в возрасте от 36 до 49 лет (39%) и от 50 до 65 лет (41%), женщины (100%). Стаж работы составляет более 20 лет у 66% учителей, от 11 до 20 лет работают в школе 11% педагогов, менее 10 лет – 23%. Большинство учителей используют цифровые технологий в своей педагогической деятельности на протяжении 6-10 лет (39%). При этом большая часть педагогов (65%) освоила курсы ИКТ за последние два года. Подавляющее большинство респондентов (98%) активно используют интернет и не испытывают трудностей в работе на компьютере и других цифровых устройствах (89%). Опрошенные учителя в меру активно используют социальные сети (78%). Однако новые приложения, программы и ресурсы не вызывают у респондентов постоянного интереса (63%).

Индекс цифровой грамотности (ИЦГ) учителей естественно-научного и общественно-научного профиля составляет 88% из 100 возможных, что является достаточно высоким показателем. Полученные данные по индексу и компонентам ЦГ для двух исследуемых групп педагогов в отдельности не имеют существенных различий (88% как у естественно-научного, так и у общественно-научного профиля). В ходе общего исследования были получены индексы цифровой грамотности учителей Невского района по всем предметным областям (84%) и педагогов дошкольного образования (81%). Сравнение показывает, что учителя естественно-научного и общественно-научного профиля обладают сравнительно более высоким уровнем цифровой грамотности.

Согласно полученным данным для исследуемой группы учителей индекс цифровой грамотности с возрастом и увеличением стажа работы в школе уменьшается. Наибольшее значение ИЦГ демонстрируют учителя в возрасте до 35 лет (92%) и педагогическим стажем менее 20 лет (92%). Большой опыт использования цифровых технологий в педагогической деятельности и прохождение ИКТ-курсов способствуют росту индекса цифровой грамотности учителей. Педагоги, более 11 лет работающие с цифровыми технологиями, обладают крайне высоким уровнем цифровой грамотности – 91%. Кроме того, относительно более высокий ИЦГ демонстрируют учителя, прошедшие курсы по ИКТ, – 89% против 85%.

В отношении компонентов ЦГ учителя демонстрируют наиболее высокие результаты по части коммуникативной грамотности (96%), при этом отношение к технологическим инновациям требует дополнительного внимания (71%) (Рис.1). В связи с этим для повышения индекса цифровой грамотности есть необходимость развития у педагогов:

- Знаний в области технологических трендов, форм и каналов распространения информации, технических составляющих компьютера;
- Навыков по работе с новыми технологиями — приложениями, гаджетами;
- Установок в отношении пользы современных гаджетов для повседневной жизни, а также пользы и вреда информации из интернета и СМИ.



Рисунок 1. Значения компонентов цифровой грамотности учителей естественно-научного и общественно-научного профиля, в % из 100 возможных

Учителя естественно-научного и общественно-научного профиля в блоке по определению ИКТ-компетентности набрали в среднем 51 балл (из 88 возможных), что соответствует уровню В2, Эксперт. Наиболее многочисленными группами по уровню ИКТ-

компетентности стали Эксперты (43%) и Интеграторы (39%). При этом есть группа Лидеров (11%), которая потенциально может стать более многочисленной при повышении уровня ИКТ-компетентности нынешних Экспертов.

В ходе общего исследования были получены индексы ИКТ-компетентности учителей Невского района по всем предметным областям (34 балла, В1, Интегратор) и педагогов дошкольного образования (22 балла, А2, Исследователь). Сравнение показывает, что учителя естественно-научного и общественно-научного профиля обладают значительно более высоким уровнем ИКТ-компетентности.

Полученные данные для двух исследуемых групп педагогов в отдельности имеют некоторые различия: учителя естественно-научного профиля (53 балла, В2, Эксперт) показывают немного более высокий уровень ИКТ-компетентности, чем педагоги общественно-научного профиля (48 баллов, В1, Интегратор). Поскольку разница в набранных баллах невелика, далее мы будем рассматривать индекс ИКТ-компетентности для двух профилей в целом. Согласно полученным данным, большую ИКТ-компетентность демонстрируют учителя естественно-научного и общественно-научного профиля в возрасте 36-49 лет (55 баллов, В2, Эксперт) и с педагогическим стажем в интервале 21-30 лет (55 баллов, В2, Эксперт). Значительный опыт использования цифровых технологий в педагогической деятельности и прохождение ИКТ-курсов способствуют росту индекса ИКТ-компетентности учителей. Педагоги, более 11 лет работающие с цифровыми технологиями, набрали в среднем 54 балла, что соответствует уровню В2, Эксперт. Кроме того, относительно более высокий индекс ИКТ-компетентности демонстрируют учителя, прошедшие курсы по ИКТ, – 52 балла (В2, Эксперт) против 48 баллов (В1, Интегратор).

В отношении блоков ИКТ-компетентности были выделены группы педагогов, чьи компетенции находятся на уровне выше среднего (Рис. 2). По каждому блоку компетенций группы невелики – от 4 до 30% от общего числа респондентов. Для повышения индекса ИКТ-компетентности есть необходимость существенного развития у педагогов следующих направлений деятельности:

- Обсуждение с коллегами способов улучшения учебного процесса с помощью цифровых технологий;
- Совместное создание и обмен материалами с коллегами;
- Использование цифровых вариантов общения с коллегами и учащимися;
- Защита информации различными способами, в том числе паролями, шифрованием и т.п.;
- Использование компьютера для создания учебных материалов или адаптации уже имеющихся;
- Сравнение ресурсов в интернете и выбор подходящих ресурсов и стратегий их поиска;
- Обучение безопасному и ответственному использованию цифровых технологий.

### Блоки компетенций в сфере ИКТ

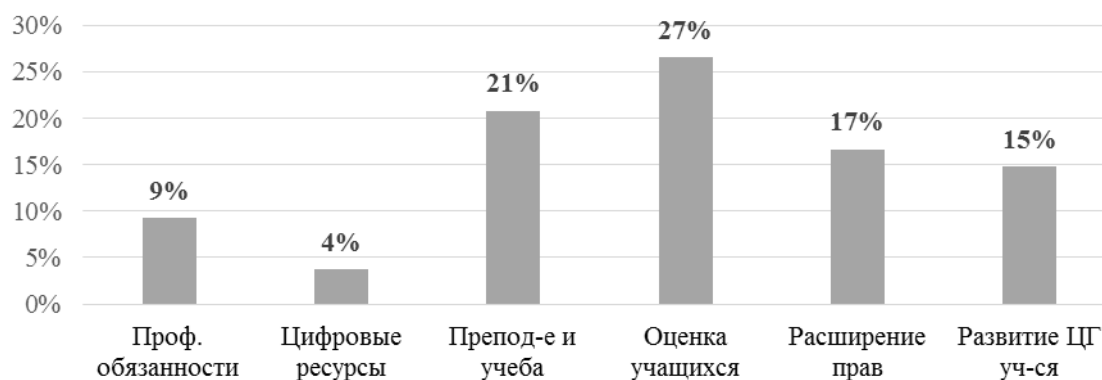


Рисунок 2. Доли педагогов, чьи компетенции в соответствующих блоках, находятся на уровне выше среднего, в % от числа опрошенных

Таким образом, в ходе исследования были определены индексы цифровой грамотности (88%) и ИКТ-компетентности (51 балл, В2, Эксперт) учителей естественно-научного и общественно-научного профиля. Также изучены основные тенденции их изменения: в зависимости от возраста, стажа работы, опыта использования цифровых технологий в педагогической деятельности и прохождения курсов по ИКТ. Полученные результаты имеют практическую ценность и могут стать основой для дальнейшего исследования цифровой грамотности и ИКТ-компетентности педагогов.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Стариченко Б. Е. Цифровизация образования: реалии и проблемы. Педагогическое образование в России. – 2020. – №4. – С. 16-26.
2. Маслакова М. В. Цифровая культура как фактор формирования и развития электронной информационной образовательной среды вуза. Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2020. – №2 (37). – С. 5-14.
3. Солдатова Г.У., Рассказова Е.И. Краткая и скрининговая версии индекса цифровой компетентности: верификация и возможности применения. Национальный психологический журнал. – 2018. – № 3(31). – С. 47-56.
4. Ахаян А. А., Балакирева Э. В., Бражник Е. И. Современные исследования актуальных проблем профессиональной деятельности и подготовки педагога: коллективная монография. – СПб: Из-во Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, 2019. - 137 с.
5. Аймалетдинов Т.А., Баймуратова Л.Р., Зайцева О.А., Имаева Г.Р., Спиридонова Л.В. Цифровая грамотность российских педагогов. Готовность к использованию цифровых технологий в учебном процессе. - М.: Издательство НАФИ, 2019. – 84 с.

**Кочуринa Светлана Андреевна** – студент магистратуры; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: mrs.kochurina@gmail.com

**Захаров Константин Павлович** — доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: kzaharov@spbstu.ru

## **STUDY OF DIGITAL LITERACY AND ICT COMPETENCE OF NATURAL AND SOCIAL SCIENTIFIC PROFILE TEACHERS**

**Abstract.** *The article presents the results of a study devoted to determining the level of digital literacy and ICT competence for natural and social scientific profile teachers of the Nevsky district of St. Petersburg. The survey and processing of the results were based on the methodological developments of NAFI Research Centre. The data obtained were studied depending on the age, work experience, experience of using digital technologies in teaching activities and mastering of ICT courses. Recommendations for teachers to improve their qualifications in specific areas of using digital technologies are given.*

**Key words:** *digital literacy, ICT competence, teachers*

**Svetlana A. Kochurina** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: mrs.kochurina@gmail.com

**Konstantin P. Zakharov** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: kzaharov@spbstu.ru

УДК 372.881.111.1

**Е.С. Крупнова, А.Г. Мещерякова, Е.А. Иванова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

## **Смешанное обучение иностранному языку в вузе: проблемы, возникающие у студентов, и способы их решения**

**Аннотация.** *В статье рассматривается опыт смешанного обучения студентов направления «Лингвистика» СПбПУ Петра Великого. Среди учащихся 3 курса был проведён опрос с целью выявления проблем, с которыми они столкнулись в ходе апробации данного формата. Также проанализирован опыт смешанного обучения за рубежом, где сочетание очных и дистанционных занятий широко распространено и активно реализуется на протяжении последнего десятилетия, и на основании анализа предложены эффективные способы решения трудностей в российских вузах.*

**Ключевые слова:** *смешанное обучение, дистанционное обучение, проблемы смешанного обучения, мотивация*

В XXI веке интернет стал доступен в любой точке мира и проник во все сферы жизни. Компьютерные и информационные технологии открывают широкие перспективы для обучения студентов с разным уровнем подготовки, так как появилась возможность использовать разнообразные формы образовательной деятельности. В мировой образовательной практике появилась определенная форма обучения, в которой привлекаются информационно-коммуникационные технологии и “принципы дистанционного обучения в учебный процесс наряду с традиционными, очными формами обучения” [1, с. 93],

получившая название “blended learning”, или “смешанное обучение”, и предполагающая сочетание аудиторных и дистанционных занятий. Модели учебного процесса могут различаться в зависимости от целей, содержания и этапов обучения, типа учебного заведения [2, с.316].

В первую очередь смешанное обучение появилось в вузах за рубежом, где стали использоваться “разнообразные информационные образовательные системы и платформы, такие как LMS, Coursera, Moodle и другие, с доступом к интернет-ресурсам” [3, с.46]. У студентов есть возможность использовать дополнительные источники, общаться, обмениваться информацией и задавать вопросы в форумах, выполнять различные задания для отработки навыков в удобном для них режиме. Благодаря данной форме обучения, образовательный процесс стал гибким (самостоятельное изучение материала студентом в любое удобное время), доступным каждому студенту, модульным (создание индивидуальной образовательной траектории в соответствии с образовательными потребностями) и мобильным (связь студента с преподавателем) [3, с.46].

Несмотря на то, что смешанное обучение в зарубежных университетах активно реализуется на протяжении последнего десятилетия, в Российском высшем образовании оно до недавнего времени было не так широко распространено и «ещё не нашло достойного места в повседневной практике» [4, с.104]. В Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого переход на смешанное обучение начался в 2016 году. Например, с 2019 года обучение иностранному языку в Институте промышленного менеджмента, экономики и торговли проводится в смешанном формате. В Гуманитарном институте преподавание большинства дисциплин также подразумевает не только аудиторные занятия, но и дистанционную работу [5]. Ранее большинство очных предметов были дублированы в электронные курсы на базе платформы Moodle. Они служили подспорьем для работы дома и на занятиях, но никогда не подменяли собой основные очные занятия. В то время как некоторые факультативные дисциплины, например, Элективная физическая культура, Основы проектной деятельности или Экономика, были вынесены по большей части на дистанционное обучение.

В 2020 году, в связи с введением в большинстве организаций (в том числе и в вузах РФ) карантинных мер, дистанционный и смешанный типы обучения начали широко использоваться. Форматы смешанного и дистанционного обучения перешли из вспомогательного, опционального компонента обучения в обязательный. Активное введение во многих учреждениях не до конца опробованного типа обучения привело к появлению определенного количества проблем.

Цель данной статьи заключается в выявлении проблем, с которыми столкнулись студенты СПбПУ Петра Великого (направление “Лингвистика”) в ходе реализации смешанного обучения, и в поиске путей их решения с опорой на опыт иностранных коллег.

Анализ зарубежного опыта использования смешанного обучения позволил выявить следующие трудности:

1. *Проблема консервативного мышления.* Среди учащихся существует часто предвзятое мнение о том, что занятия в традиционном формате более эффективны. Студенты считают, что могут добиться большего успеха в среде, которая им знакома. Они уже

понимают систему очных занятий и оценивают свой вклад с точки зрения своего поведения, вложенных усилий и участия на занятии. Обучение с помощью современных технологий меняет эти параметры, так как «неизвестного» слишком много [6].

2. *Проблема «слишком много, слишком рано».* Использование избыточного количества технологий может сделать программы смешанного обучения слишком бессистемными, разрозненными, и участники могут не воспринять их всерьез. Также нередки случаи технических сбоев программ. Если учащиеся сталкиваются со слишком большим количеством технических трудностей, и пути их преодоления не очевидны – это, наиболее вероятно, может привести к потере эффективности всей программы обучения [6].

3. *Проблема руководства и оценки успеваемости учащихся.* Оценка успеваемости учащихся – одна из самых сложных задач смешанного обучения. Но этот аспект нельзя игнорировать; учащиеся могут пройти онлайн-курс, но, если у них нет глубокого понимания того, что они прошли, это усилие окажется бесполезным [6].

4. *Разрозненность программ очного и дистанционного обучения.* Когда начинается создание курса электронного обучения, обычно наибольшее внимание уделяется внедрению технологий, а содержательная составляющая занимает второе место. У создателей курсов может не быть ни времени, ни бюджета для создания успешной программы, так как им зачастую необходимо вести как очные, так и дистанционные занятия. Разработчики не успевают разделить и оценить части учебного контента, которые требуют личного общения, совместной работы учащихся и преподавателя, и то, какой учебный контент может быть самостоятельным, дистанционным. В итоге дистанционные и очные курсы могут начать друг другу противоречить.

5. *Снижение мотивации учащихся.* Проблемы мотивации возникают у студентов по разным причинам, одна из самых частых – накопление большого количества академических задолженностей. Зачастую преподаватели не имеют возможности контролировать ход выполнения работы студентов. В итоге выполнение большого количества заданий основывается на полном самоконтроле учащихся, что для многих является новым, пугающим опытом.

Для выявления проблем, с которыми столкнулись учащиеся Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, нами был проведён опрос среди студентов 3 курса направления “Лингвистика”. Всего в анкетировании принял участие 41 человек. На основе полученных данных возможно сделать вывод, что смешанное обучение (сочетание очного и дистанционного), по мнению студентов, менее эффективно по сравнению с очным (68,3%), но более продуктивно, чем полностью дистанционное (70,7%). Почти половина респондентов (43,9%) отметила, что разница между получаемыми знаниями на очных и дистанционных занятиях незначительна. Это значит, что сочетание очных и дистанционных занятий положительно сказывается на обучении, так как их чередование вносит разнообразие в жизнь студентов, у которых появляется возможность совмещать учёбу с работой, но также остаётся время на отдых. У 29,3% опрошенных повысилась мотивация к обучению в связи с экономией времени и энергии на дорогу в университет и обратно домой/ в общежитие, повышенным комфортом и спокойствием обстановки обучения; большим количеством свободного времени. Преимущества смешанного обучения также в появлении у



студентов возможности посмотреть лекции в онлайн-формате, прослушать их повторно в любое удобное время, более тщательно готовиться к занятиям; у обучающихся появляется больше времени на самостоятельную отработку материала и выполнение работ; гибкий график позволяет сделать упор на профильные предметы, которые студенты посещают очно.

Несмотря на то, что данный формат обучения имеет значительные плюсы, у 14,6 % опрошенных возникает ряд проблем в ходе обучения в смешанном формате. Большую часть этих проблем можно объединить в группы, представленные ниже:

1. *Снижение мотивации.* 50 % студентов ответили, что это связано со следующими причинами: неудобное, разрозненное расписание и невозможность концентрации то на очных, то на дистанционных занятиях; недостаток обратной связи от преподавателей, уменьшение контакта с ними; повышенный объем домашнего задания, не рассчитанный на тщательное, полноценное выполнение; расслабленная домашняя обстановка и другие причины по мнению и опыту студентов приводят к лени и снижению желания учиться [7].

2. Убежденность студентов в *снижении эффективности* обучения (данная проблема была упомянута 6 опрошенными). Наиболее вероятно соотносится с зарубежной проблемой консервативного мышления.

3. *Недостаток живого общения* с преподавателем и другими студентами преимущественно во время дистанционного обучения (8 студентов выделили данный минус смешанного обучения) из-за того, что большая часть занятий проводится онлайн. У студентов нет возможности активно общаться в группах, видеть мимику и жесты преподавателя и друг друга.

4. *Отсутствие смены обстановки в период обучения в дистанционном формате.* 5 человек особо подчеркнули в своих ответах, что проведение большого количества времени за компьютером приводит к проблемам со здоровьем и потере концентрации.

С большинством данных проблем зарубежные студенты давно знакомы. Так как смешанное обучение в зарубежных странах существует уже продолжительное время, руководителями образовательных программ были предприняты многочисленные попытки разрешения возникающих трудностей, многие из которых были успешны. Мы проанализировали некоторые из них и предположили, какие пути решения могли бы оказаться эффективными при интеграции их в нашу среду.

*Возможные пути решения проблем, возникающих в ходе смешанного обучения:*

1. В вопросе о *снижении мотивации* студентов к обучению статьи зарубежных авторов предлагают множество советов её повышения. Понижение мотивации может быть вызвано неопределенностью и непониманием того, что нужно сделать. Поэтому студентам предлагается внимательно ознакомиться с учебным планом и разобраться в каждом сегменте, чтобы понять основы онлайн-курсов и подготовиться к предстоящим занятиям. Рекомендуется также тщательно планировать свое время и составлять расписание на еженедельной основе, чтобы иметь четкое представление о времени проведения занятий и сроках выполнения заданий. Чтобы отслеживать свой прогресс в обучении, можно составить диаграмму или таблицу. Отметим, что данные советы наиболее употребительны для студентов в ходе дистанционного обучения, которое вызывает наибольшее количество проблем, касающихся мотивации [7; 8].

2. В случае, если студенты полагают, что при обучении в дистанционном формате эффективность работы снижается, следует применить подход, присущий ситуациям, когда людям презентуют что-то кардинально новое, отличающееся от того, что они имели до этого. При решении проблемы консервативного мышления по отношению к эффективности дистанционного обучения концепция смешанного обучения для обучающихся является новой. Многие считают её недостаточно эффективной лишь потому, что не могут понять механику её работы, или ещё не имеют положительного опыта работы с данной системой. Участников следует ознакомить со всей учебной программой, включая инструкции по установке и использованию приложений, сайтов и программ, необходимо подробно разъяснить им требования к посещаемости и работе на занятиях, сформировать представления о желаемом результате работы и способах его достижения. Руководители программ обучения должны иметь представление о том, что будут испытывать их сотрудники, и как они могут обеспечить обучение. Преподаватели должны иметь возможность помогать учащимся в аудитории и за её пределами [9].

3. При *недостатке живого общения* зарубежные авторы предлагают студентам присоединиться к сообществу онлайн-обучения или создать собственные, это распространённое решение для всех платформ электронного обучения. Общение в сообществе поможет студентам обмениваться мнениями о своей учебе или поделиться опытом обучения друг с другом. Интернет-сообщества также служат для решения вопросов, например, где найти дополнительные учебные материалы, статистический анализ предмета и т.д. Такая поддержка снизит ощущение одиночества и укрепит мотивацию. Кроме того, не следует забывать о возможности попросить о помощи наставника или куратора курса. Для преподавателей онлайн обучение – также новая технология, и они чаще всего будут только рады получить от студентов обратную связь, которой обычно сильно не хватает на уроке [10].

4. Проблему концентрации при *отсутствии смены обстановки* предлагается решить использованием онлайн-инструментов для усиления фокуса. Студенты могут воспользоваться онлайн-инструментами, которые поощряют сосредоточенность и концентрацию. Эти расширения веб-браузера препятствуют прокрастинации, блокируя любую отвлекающую информацию (время ограничения и сайты для блокировки регулируются пользователем). Существуют такие инструменты, как Personal Blocklist, Simple Blocker или Stay Focused, и множество других.

*Проблемы со здоровьем* можно решить только тщательным самоконтролем. Студентам следует выдерживать баланс между работой и отдыхом – выделять время для зарядки, находить варианты работы вне электронных устройств.

Таким образом, по мнению студентов, смешанное обучение в большинстве своём положительно влияет на образовательный процесс и его составляющие. Многие респонденты находят в данном формате большое количество достоинств: удобство и комфорт, экономия времени и денег. И несмотря на то, что интеграция данной формы обучения в российские учреждения привела к появлению некоторого количества трудностей, согласно зарубежному опыту, они могут быть успешно преодолены. И, вполне вероятно, в ближайшее время

динамика одобрения смешанного обучения достигнет такой высокой позиции, что смешанное обучение перейдет из разряда временных мер в постоянные.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Канатова С.Ш., Иванова И.А. Модель интеграции очных и дистанционных форм обучения иностранному языку. Педагогика и психология. – 2009. – С. 91 – 102.
2. Самарина Н.В., Газизова А.И. Интеграция аудиторной и дистанционной форм обучения иностранному языку в вузе. Педагогика. – 2018. – С. 316 – 318.
3. Буримская Д.В. Смешанное обучение в высшем образовании. Информационное общество. – 2016. – №1. – С. 43 – 49.
4. Велединская С.Б., Дорофеева М.Ю., Эффективное сопровождение электронного обучения: технологии вовлечения и удержания учащихся. Образовательные технологии. – 2015. – №3. – С. 104 – 115.
5. Ivanova E., Polyakova M., Abakumova M. Implementing a blended learning approach to foreign language teaching at SPbPU. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. – 2020. – Vol. 940. – URL: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/940/1/012138> (дата обращения: 08.11.2020).
6. 5 Common Problems of Organizational Blended Learning And How To Overcome Them. – 2015. – URL: <https://elearningindustry.com/5-common-problems-organizational-blended-learning-overcome> (дата обращения: 10.11.2020).
7. Beffa-Negrini P., Cohen N., Miller B. Strategies to Motivate Students in Online Learning Environments. Journal of nutrition education and behavior. – 2002. – Vol. 34, N 6. – P. 334 – 340.
8. Sulisworo, Dwi. Blended Learning: Improving Student's Motivation in English Teaching Learning Process. International Journal of Languages' Education. – 2018. – Vol. 6, N 6. – P. 163 – 170.
9. Manjot K. Blended learning - its challenges and future. Social and Behavioral Sciences 93. – 2013. P. 612 – 617.
10. Rasheed A. R., Amirrudin K., Nor A. A. Challenges in the online component of blended learning: A systematic review. Computers and education. – 2019. – Vol. 144. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0360131519302544?via%3Dihub> (дата обращения: 12.11.2020).

**Крупнова Елена Сергеевна** – студент бакалавриата; направление “Лингвистика”, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [krupnalena@mail.ru](mailto:krupnalena@mail.ru)

**Мещерякова Анна Григорьевна** – студент бакалавриата; направление “Лингвистика”, Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [m.grianna@gmail.com](mailto:m.grianna@gmail.com)

**Иванова Екатерина Аркадьевна** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: ekaterinai@inbox.ru

### **BLENDED LEARNING OF FOREIGN LANGUAGE AT UNIVERSITY: PROBLEMS FACED BY STUDENTS AND SOLUTIONS**

**Abstract.** *The article examines the experience of blended learning of Peter the Great SPbPU students. A survey was conducted among third-year students to identify the problems they encountered while testing this format. The experience of blended learning abroad, where a combination of face-to-face and distance learning is widespread and has been actively implemented over the past decade, is also analyzed, and on the basis of the analysis, ways of solving difficulties in Russian universities are suggested.*

**Key words.** *blended learning, distance learning, blended learning problems, motivation*

**Elena S. Krupnova** - Peter the Great St.Petersburg Politechnic University; Russia, Saint-Petersburg; e-mail: krupnalena@mail.ru

**Anna G. Mesheryakova** - Peter the Great St.Petersburg Politechnic University; Russia, Saint-Petersburg; e-mail: m.grianna@gmail.com

**Ekaterina A. Ivanova** - Peter the Great St.Petersburg Politechnic University; Russia, Saint-Petersburg; e-mail: ekaterinai@inbox.ru

УДК 372.8

**А.С. Кувалдина, Л.И. Тарарина**

Российский государственный социальный университет  
Москва

### **Роль интернет-мемов в интернет-коммуникации**

**Аннотация.** Статья посвящена вопросу роли интернет-мемов в интернет-коммуникации. Все технические новшества, например, создание социальных сетей непосредственно влияют на эволюцию коммуникации, и новым форматом общения и передачи информации выступает интернет-мем. «Интернет-мем» на сегодняшний день выступает одним из наиболее популярных и часто используемых понятий среди пользователей сети Интернет. Некоторые исследователи рассматривают «мем» как интернет-феномен в виде картинок, на фоне которых присутствует текст, другие же воспринимают его как идею, влияющую на людей и имеющую свои функции.

**Ключевые слова:** интернет-мем, интернет-коммуникация, компьютерно-опосредованная коммуникация, фатическая функция, интеграция, идентификация, функция репрезентации

Стремительно развивающаяся компьютерно-опосредованная коммуникация (англ. computer-mediated communication) неизбежно меняет наше представление об общении. На протяжении всей многовековой истории человечества происходили изменения в форме общения и передачи информации. История мема началась с простейшей наскальной

живописи, которая служила средством проявления творчества человека и способом передачи данных. Представляется возможным проследить сквозь века совершенствование способов передачи информации: изобретение письменности, книгопечатание, формирование почтовой службы, появление телеграмм, телефонии, смс, создание интернета, локальных сетей, электронной почты, форумов, чатов, социальных сетей и мессенджеров. Произошла глобальная виртуализация всех средств коммуникации, а также экспоненциальный рост и развитие скорости, качества, объема и способов передачи различных данных. Происходят социальные изменения в масштабе всего общества, так как способ передачи информации меняется вместе с ним, и новым форматом общения становится интернет-мем.

Актуальность исследования заключается в том, что понятие «интернет-мем» на сегодняшний день является одним из наиболее популярных и часто используемых среди пользователей сети Интернет. Тем не менее независимо от своего широкого распространения термин понимается неоднозначно. Мем (англ. meme) – значимая для культуры единица информации. «Мемом может являться любая идея, символ, манера или образ действия, осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку посредством речи, письма, видео, ритуалов, жестов» [1, с. 4].

Целью исследования является изучение роли интернет-мема в современной интернет-коммуникации.

Материалом для проведения исследования послужили примеры употребления интернет-мемов в различных социальных сетях.

Для достижения поставленной цели и промежуточных задач были использованы следующие методы научного исследования: инференционный и лингвопрагматический анализы, прием культурно-фоновой интерпретации, структурно-сопоставительный анализ.

В редуccionистском подходе к изучению интернет-мема Дугласа Хофштадтера основной задачей является передача различной информации от человека к человеку; в семиотическом подходе Ч. Пирса – выражение мнения и идеи; в подходе, базирующемся на теориях массовой коммуникации, главной функцией мема является заполнение информационного вакуума. Главенствующей функцией интернет-мема выступает коммуникативная функция. Представляется необходимым подробное рассмотрение этого понятия. Под коммуникативной функцией знака в науках о языках понимается его свойство быть средством человеческого общения; в контексте мема следует рассматривать его фатическую функцию – способность знака быть средством установления и поддержания психологического контакта с собеседником [2].

Исследователь Н. А. Зиновьева в своей статье «Функции интернет-мемов в обществе. Социологический взгляд» проводит социологический анализ функций интернет-мемов, выделяя следующие из них:

1. Функция репрезентации идеи, с помощью которой участники коммуникации в сети Интернет могут в точной форме выразить идею, ещё не сформулированную и не обсуждаемую активно в реальной жизни. Функция заполнения информационного вакуума, рассмотренная в рамках подхода Д. Рашкоффа, соответствует данной функции, а также работа Р. Барта выявляет способность интернет-мема выражать любую идею при помощи «паразитирования» на простом знаке и вымещение его первоначального смысла. В качестве

примера можно рассматривать интернет-мем «ну давай, расскажи мне», который стал популярен в 2011 году и представляет собой шаблон из приведённой выше фразы и фотографии персонажа по имени Вилли Вонка, иронично подпирающего голову рукой. Этот мем помогает выразить различные идеи, связанные с недоверием и сомнением подлинности рассказов человека («ну давай, расскажи мне, что ты уже написал диплом» или «ну давай, расскажи мне, что внешность не важна»).

2. Функция трансляции идеологии, согласно которой «мемы транслируют мировоззрение авторов другим пользователям, играя роль в производстве и воспроизводстве культуры» [3, с. 2]. Интернет-мемы используются для создания комического эффекта, поэтому заложенные в них идеи воспринимаются некритично, но влияют на общественное мнение, так как они распространяются быстро и «тиражируются». Ярким примером может служить мем «ну да, ну да, пошел я...» использующий образ полицейского-неудачника, произносящего данную фразу применительно к ситуации с непослушанием детей. Этот мем иллюстрирует то, что персонаж высказывает свое недовольство так как кто-то пренебрег его мнением и по отношению к нему было проявлено безразличие. Таким образом, пользователи понимают его значение, распознают, что употребивший мем человек негативно оценивает то, что про него забыли. Наиболее часто данный мем используется в развлекательной социальной сети 9GAG как реакция на изменения без предупреждений и учета предпочтений кого-либо.

3. Функция репрезентации индивида, благодаря которой участники коммуникации могут показать свои эмоции и переживания, а также поделиться ими с другими людьми и найти среди них своих единомышленников. Данная функция рассматривается как частный случай двух предыдущих, относится к отдельным пользователям интернета, чьи эмоции зачастую очень примитивны и не являются идеей в широком смысле. В 2018 году были очень популярны «Гарольд, который скрывает боль», «Мальчик в пижаме», «Роберт Дауни закатывает глаза» – мемы-комиксы, использующие лица людей, выражающие различные эмоции, в основном гнев, печаль и негодование. С их помощью пользователи выражали эмоции недовольства, связанные с теми или иными ситуациями в их жизни.

4. Функция репрезентации сообщества, которая отражает его идеологию в целом, помогая его участникам выявить «своих» и «чужих». «С помощью ... мемов дается оценка тем или иным событиям и социальным практикам, демонстрируются наличные или «идеальные» практики, ценности и идеи» [1, с. 5]. Сообществами могут являться реально существующие социальные группы, не только случайно сформировавшиеся группы в интернете и социальных сетях, например, жители одного района или города, учащиеся одного класса, которые создают свои паблики под названием «Подслушано в Москве». Примерами интернет-групп могут послужить мемы из паблика Вконтакте «English Yopta», который размещает мемы, связанные с общественным объединением «Изучение английского языка». Они весьма разнообразны, но всегда связаны с изучением английского языка или с особенностями его изучения и применения.

5. Функция коммуникации в сообществе, используя которую все участники наблюдают за тем, как люди выражают свое мнение по определенной теме и высказывают

свое, используя свою креативность и интеллект для создания нового интернет-мема. Н. А. Зиновьева полагает, что «мемы могут выступать проводниками «идеального дискурса», поскольку они просты, понятны, истинны и передаются добровольно» [1, с. 3]. Участники коммуникации обмениваются интернет-мемами, расширяют свой кругозор, дополняют свою картину мира, наблюдают другие мнения в их сообществе.

6. Функция интеграции сообщества, которая напрямую связана с функциями репрезентации и коммуникации по причине того, что интеграция происходит в сообществе, члены которого активно коммуницируют друг с другом, обмениваясь своими идеями и эмоциями, а также придерживаются общей идеологии, которая отражается в определенных интернет-мемах. «Понимание и правильное употребление мемов позволяет идентифицировать себя с группой, проявлять солидарность» [4, с. 165]. Мемы также бывают «локальными», относятся к мелким сообществам и понятны только узкому кругу людей, например, мемы учебной группы в университете. Но иногда происходит так, что локальные мемы признаются мемами широкого распространения и становятся популярными. Это произошло с мемами из сообщества «Типичный фикрайтер», которые первоначально были малопонятными для тех, кто не знал, что такое фанфики, но в какой-то момент сообщество стало популярно среди всех, кто любит читать или пишет собственные рассказы, и произошло объединение разнообразных по своим привычкам, характеру и интересам пользователей.

7. Функция идентификации состоит в том, что интернет-мемы могут обладать специальным социокультурным кодом, который образуется в процессе их создания и использования и понятен только внутри определенной группы». Мем может быть отражением функции репрезентации сообщества, так как читатель часто разделяет то же мнение, что и создатель интернет-мема. Мем требует наличие «особого» опыта, а также включённость в конкретные события. Следовательно, создается метаязык, который понятен только «посвященным», которые разделяют между собой какой-то определенный опыт. Верное понимание внутригрупповых интернет-мемов и их передача по сети Интернет помогает отделить «своих» от «чужих» [5].

8. Функция информирования напрямую связана с функцией идентификации, идея которой состоит в том, что при желании интернет-пользователь может узнать для себя совершенно новую информацию. Обладая ею, он сможет без особого труда понять тот или иной мем. Образы художественной культуры, персонажи фильмов и литературы часто используются для создания интернет-мема, и если пользователь социальной сети хочет являться частью определённого сообщества, то он должен ознакомиться с данными фильмами и книгами. Помимо этого, появление новых интернет-мемов позволяет их авторам показать свой опыт знакомства с тем или иным художественным произведением, а также обсудить его.

Многие из перечисленных функций тесно взаимосвязаны, поэтому следует объединить некоторые из них для удобства анализа и использования функциональной типологии мема. По мнению Д. Рашкоффа посредством трансляции идеологии интернет-мем может быть убедительным и влиять на мнения масс. Функции интеграции и коммуникации

сообщества, которые относятся только к интернет-мемам, распространяющимся в пределах определённых групп, представляется разумным объединить в функцию интеграции [2].

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что благодаря рассмотренным функциям интернет-мемов мы смогли выявить основные причины их популярности и то, как они воздействуют на пользователей сети Интернет. Интернет-мемы легкодоступны и пользуются огромным спросом, а также занимают немалую часть интернет-пространства и являются неотъемлемой частью современной интернет-коммуникации. Цель мема – заинтересовать и воздействовать на подсознание людей.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Зиновьева Н.А. Функции интернет мемов в обществе. Социологический взгляд. Материалы XIII Всероссийской объединённой конференции. Санкт-Петербургский государственный университет. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://openbooks.ifmo.ru/ru/file/2282/2282.pdf> – Дата доступа: 11.05.2020.
2. Рашкофф Д. Медиавирус! Как попкультура воздействует на сознание. – URL: <http://mediavirus.narod.ru/02.html> (дата обращения: 27.02.2021 г.).
3. Зиновьева Н.А. Роль интернет-мемов в воспроизводстве интернет-культуры. Санкт-Петербургский государственный университет. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/32403/1/klo\\_2015\\_25.pdf](http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/32403/1/klo_2015_25.pdf) – Дата доступа: 26.04.2020.
4. Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации. Филология. – 2012. – № 3. – С. 160-172.
5. Квят А. Медиаем как инструмент политического PR: когнитивный подход. Медиаскоп. – 2013. – № 1. – URL: <http://mediascope.ru/node/1254#24> (дата обращения: 27.02.2021 г.).

**Кувалдина Анастасия Сергеевна** – студент бакалавриата; Российский государственный социальный университет; Москва, Россия; e-mail: [stasica\\_rom@mail.ru](mailto:stasica_rom@mail.ru)

**Тарарина Лариса Игоревна** – доцент; кафедра «Лингвистика и перевод», Лингвистический факультет, Российский государственный социальный университет, Москва, Россия; e-mail: [tararinali@rgsu.net](mailto:tararinali@rgsu.net)

#### THE ROLE OF INTERNET MEMES IN INTERNET COMMUNICATION

**Abstract.** *The article is devoted to the role of Internet memes in Internet communication. All technical innovations, such as the creation of social networks, directly affect the evolution of communication and the new format of communication and information transmission is the Internet meme in Internet communication. "Internet meme" is currently one of the most popular and frequently used concepts among Internet users. Some people consider the "meme" exclusively as an Internet phenomenon in the form of funny pictures with inscriptions on their background, while others understand it as a certain idea, expressed not only in graphic form, which directly affects people and has its own functions.*



**Keywords:** *Internet meme, Internet communication, computer-mediated communication, phatic function, integration, identification, representation function*

**Anastasia Ser. Kuvaldina** - Russian State Social University; Moscow, Russia; e-mail: stasica\_rom@mail.ru

**Larisa I. Tararina** – Russian State Social University; Moscow, Russia; e-mail: tararinali@rgsu.net

УДК 81'373.45

**В.Ю. Кукульян, М.Д. Крупнова, В.Н. Варламова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Особенности заимствования французских устойчивых сочетаний в английском и русском языках**

**Аннотация.** *Статья посвящена исследованию особенностей заимствования французских фразеологических единиц в современном английском и русском языках. Исследуются социокультурные предпосылки к заимствованию устойчивых сочетаний из языка источника в языки, анализируемые в статье. Проводится сопоставительный анализ фразеологических единиц трёх языков, принадлежащих к разным языковым группам, по значению и частотности. Особое внимание уделяется изучению коннотативного значения фразеологических единиц в исследуемых языках, что позволяет классифицировать их на две группы: с положительной и отрицательной коннотацией.*

**Ключевые слова:** *фразеология, заимствования, семантика, коннотация, частотность*

Язык — это важнейшая составляющая культуры всех народов мира. Национальный язык и культура неразрывно связаны между собой, язык отражает культурные традиции, присущие тому или иному народу. Именно языковые заимствования являются катализатором культурных процессов. Фразеологические единицы хранят в себе мудрость и культуру народа. По Ф. И. Буслаеву фразеологизмы — «своеобразные микромиры, они содержат в себе и нравственный закон, и здравый смысл, выраженные в кратком изречении, которые завещали предки в руководство потомкам. Это душа всякого национального языка, в которой неповторимым образом выражаются дух и своеобразие нации» [1, с.150]. Таким образом, мы полагаем, что вопрос об особенностях языковых процессов, которые претерпевают фразеологические единицы в ходе их заимствования, является **актуальным** в современном лингвистическом научном сообществе.

Объектом данного исследования являются заимствования фразеологических единиц в языке. Предмет — особенности заимствования французских устойчивых сочетаний в английском и русском языках. Теоретической базой послужили работы, В. Д. Аракина, М. Н. Булановой, Ф. И. Буслаева, А. В. Кунина, Б. Б. Протасовой [2].

Целью работы является анализ особенностей заимствованных идиоматических французских выражений на базе современного английского и русского языков.

Цель исследования определила следующие задачи: изучить теоретические источники по исследуемой проблематике; отобрать исследовательский материал из фразеологических словарей французского, английского и русского языков; проанализировать коннотативное значение отобранных фразеологических единиц. Выявить частотность употребления данных выражений в языках исследования; провести сопоставительный анализ исследуемых языков по значению и частотности.

В работе использовались следующие методы исследования: реферирование теоретической литературы; лексикографический анализ фразеологических единиц; сопоставительный анализ фразеологических единиц в трёх языках; семантический анализ фразеологических единиц; статистический анализ фразеологических единиц.

Важно понимать, что фразеологизмы существуют в любом современном языке и повседневно используются его носителями. Они отражают историю народа, своеобразие культуры и быта. Многочисленной группой фразеологизмов, по данным А.В. Кунина, являются межъязыковые заимствования. И он подчеркивает, что многие английские фразеологизмы заимствованы из латинского языка через французский [3].

Следует сказать, что вследствие изменений, которые претерпевают идиоматические единицы, переходя из одного языка в другие, может прослеживаться совпадение или несовпадение коннотаций. Иногда их значение полностью переосмысливается, а иногда частично сохраняет первоначальный смысл [3].

В настоящей работе для исследования заимствования были отобраны 27 французских фразеологических единиц. Далее были отобраны соответствующие эквиваленты в английском и русском языках и определен источник заимствования. После проведения семантического анализа исследуемого материала стало возможным разделить его на две группы по коннотативному значению: положительная и отрицательная коннотация (Таблица 1).

Таблица 1.

Устойчивые сочетания с положительной коннотацией в трёх языках

Французский язык	Английский язык	Русский язык
dorer la pilule	gild/sugar/sweeten the pill	позолотить/подсластить пилюлю
l'art pour l'art	art for art's sake	искусство для искусства
revenons à nos moutons	let us return to our muttons	вернемся к теме нашего разговора
cela va sans dire	it goes without saying	это само собой разумеется
le temps c'est de l'argent	time is money	время — деньги
mieux vaut tard que jamais	better late than never	лучше поздно, чем никогда
la tour d'ivoire	ivory tower	башня из слоновой кости
les beaux esprits se rencontrent	great minds think alike	великие умы сходятся
tout chemin mène à Rome	all roads lead to Rome	все дороги ведут в Рим
qui vivra verra	time will tell	поживём – увидим

Таким образом, в данную таблицу мы включили устойчивые сочетания с положительной коннотацией, заимствованные из французского языка в английском и русском с той же коннотацией. Анализ позволил сделать вывод о том, что данные фразеологические сочетания были калькированы в английском и русском языках.

Теперь рассмотрим в данной группе устойчивых сочетаний историю возникновения некоторых идиоматических выражений.

Так, фразеологизм **dorer la pilule** произошел из французского быта. Раньше во Франции из практических соображений, фармацевты покрывали таблетки сахаром или золотом. Поэтому стоимость препарата была выше. Отсюда и значение фразеологизма, которое состоит в том, чтобы показать благоприятным образом то, что не является таковым. В данном примере прослеживается влияние социокультурной информации на фразеологическую единицу. И, как следствие, данная единица была заимствована в английском и русском языках с той же коннотацией.

Источником фразеологизма **l'art pour l'art** является фраза Теофиля Готье (1811–1872), который первым использовал ее в качестве предисловия к своей книге 1835 года *Мадемуазель дэ Малин*. Это был отказ от марксистской цели политизации искусства.

Фразеологизм **la tour d'ivoire** является библеизмом. Метафора, впервые использованная в библейской Песне песней: «Шея твоя — как столп из слоновой кости». Первоначально это выражение происходит от «*collum tuum sicut turris eburnea*», что означало «твоя шея, как башня из слоновой кости», и сравнивали длинную белую шею женщины с башней из слоновой кости (употреблялось как метафора красоты и непорочности.). Шарль-Огюстен Сент-Бёв в 1830 году в «Утешении» полностью изменил его значение- его и используют в наши дни. Русский язык: В XVI веке его латинский перевод (лат. *Turris eburnea*) был включён, среди других эпитетов, в литанию Деве Марии.

Таблица 2.

Устойчивые сочетания с отрицательной коннотацией в трёх языках

Французский язык	Английский язык	Русский язык
dance macabre	the dance of death	пляска смерти
faire une scène à quelqu'un	to take a scene	устраивать сцену
après nous, le déluge	after us the deluge	после нас хоть потоп
châteaux en Espagne	castles in Spain	воздушные замки; пустые мечты
asinus buhdani inter duo prata	Buridan's ass	Буриданов осел
rien de nouveau sous le soleil	nothing new under the sun	ничто не ново под солнцем
c'est la vie	that's life	такова жизнь
l'amour est aveugle	love is blind	любовь слепа
le mieux est l'ennemi du bien	best the enemy of the good	лучшее – враг хорошего
rira bien qui rira le dernier	the last laugh	хорошо смеётся тот, кто смеётся последним
persona non grata	persona non grata	не желательное лицо; персона нон грата
ne pas être dans son assiette	to be in a bad mood	быть не в своей тарелке
la vie en rose	life through rose-tinted lenses	жизнь в розовом цвете
l'état c'est moi	state is me and i am the state	государство – это я

le nœud de vipères	the knot of vipers	змеиный клубок
à la guerre comme à la guerre	all's fair in love and war	на войне, как на войне

Как и в первой группе, в данной группе сохраняется та же коннотация (отрицательная), что и в языке заимствования – французском языке. Следует также отметить то, что заимствованные устойчивые сочетания были калькированы (Таблица 2).

Что касается истории возникновения фразеологических единиц во французском языке, то следует выделить следующие примеры:

Источником фразеологизма **après nous, le déluge** послужили слова фаворитки Людовика XV – маркизы де Помпадур. Выражение имеет двоякое толкование: либо после смерти человека, о котором идет речь в высказывании, начнется хаос; либо ему все равно, что произойдет после его исчезновения.

Фразеологическая единица **l'amour est aveugle** является пословицей. Выражения, близкие к этой пословице, можно найти еще в античности. Данная пословица часто приписывается Платону (греческий философ, 427–348 гг. до н. э.), потому что он писал в «Законах»: «Celui qui aime s'aveugle sur ce qu'il aime» (Кто любит, тот слеп к тому, что любит). Однако, пословица в дальнейшем приобрела другой смысл, так как в своем тексте философ на самом деле говорит о самоуважении как источнике ошибки. В популяризации данного ФЕ участвовали художники: на картинах эпохи Возрождения римский бог любви Купидон часто изображался с завязанными глазами.

Французская фразеологическая единица **rira bien qui rira le dernier** упоминается еще в 17 веке. Выражение, взятое из басни французского писателя, Жан-Пьера Клари де Флориана "Les deux paysans et le nuage"(1792). В русскую фразеологию данное выражение вошло в виде калькированного перевода после постановки на русской сцене комической оперы «Почтальон из Лонжюмо» французского композитора Адольфа Шарля Адана. В ней это выражение было использовано без указания источника, как расхожая фраза, давно бытующая во французском языке.

Однако из материала нашего исследования можно выделить один фразеологизм, который нельзя однозначно отнести ни к одной из вышеперечисленных групп: **Acheter chat en poche – to buy a pig in a poke** - купить кота в мешке. Французское выражение восходит к 15 веку. Полной версией данной фразеологической единицы является "Folie est d'acheter chat en sac." ("Безумие — это купить кошку в мешке"). В английский язык было заимствовано из французского, и "chat" (кот) был изменен на "pig", потому что раньше в Англии продавали в тканевых мешках именно свиней. Первое употребление данного ФЕ в английском засвидетельствовано в 1555. Однако в 19 веке значение этого ФЕ в английском приобрело другое значение: в то время как французская фразеологическая единица означает фактическую аферу, английская фразеологическая единица стала означать успешно проделанный трюк. Таким образом, английский вариант данного выражения коннотативно не совпадает с французским вариантом.

Нами было выявлено полное совпадение по положительной и отрицательной коннотации за исключением примера, приведенного выше. На основе изученных фразеологических единиц можно сделать вывод о том, что на коннотацию идиоматических

выражений влияют социокультурные особенности народов. Калькирование является основным способом перевода.

Говоря о частотности использования единиц из материала исследования, следует отметить наиболее и наименее употребляемые единицы.

Наиболее частотным во французском языке оказался фразеологизм **c'est la vie**, наименее – **dance macabre**.

Выражение **c'est la vie** можно увидеть в произведении «La Vie, faictz, passion, mort, résurrection...» (1574) священника Мишеля Фуке: «Dont tu luy as pleine donnaifon faicte. Et **c'est la vie** eternelle & parfaicte ».

Гай Марчан напечатал «Dance Macabre» (пляска смерти) еще в 1486 году в Miroer Salutaire, но в 1491 году он опубликовал более законченное и тщательно иллюстрированное издание. Как и Miroer Salutaire, издание 1491 года было напечатано в нескольких частях. Первая часть имела то же содержание, что и Miroer Salutaire, и заканчивалась колофоном: «Cy finit la **danse macabre** historiee et augmentee de plusieurs nouueaulx personnaiges et beaux dis. tant en latin que en francoys nouvellement ainsi composee et imprimee par guyot marchant demourant a paris ou grant hostel du college de nauarre en champ gaillart. Lan de grace mil quatre cens quatre vingz et dix. Le xx iour de ianuier ».

Наиболее частотным во английском языке оказался фразеологизм **it goes without saying**, наименее – **the last laugh**.

Выражение **it goes without saying** было использовано в тексте церковного шотландского издания «Life and Work» (1880): «**It goes without saying**, that we should keep away, carefully, from all morbid broodings».

Выражение **the last laugh** можно встретить в работе Александра Кларка «Starting Out: A Story of the Ohio Hills» (1875): «And when it comes to laughing, **the last laugh** is always the best.»

Наиболее частотным в русском языке оказался фразеологизм **быть не в своей тарелке**, наименее – **великие умы сходятся**.

Выражение **быть не в своей тарелке** можно встретить в пьесе И. С. Тургенева «Месяц в деревне»: «И Ракитин, чай, нос на квинту повесил? - Лизавета Богдановна. Да, он сегодня тоже как будто **не в своей тарелке**.»

Выражение **великие умы сходятся** использовал Александр Герцен в воспоминаниях «Былое и думы» (1856): «Но так как великие умы сходятся, то неутомимый Арнольд Руге пришел к той же мысли...».

Таким образом, в процессе анализа отобранных фразеологизмов, нам удалось прийти к следующим выводам: при заимствовании ФЕ из одного языка в другой коннотация в большинстве случаев сохраняется. Устойчивые сочетания, заимствованные из французского языка в английский и русский язык, калькируются. Проведенный статистический анализ показал, что фразеологизмы, охватывающие понятия, которые являются актуальными для носителей различных языковых культур, занимают устойчивое место в системе языка и продолжают использоваться на сегодняшней день, не утрачивая своей актуальности. В ряде случаев социокультурные особенности народов определяют коннотацию фразеологизмов.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Рублева О.Л. Лексикология современного русского языка: учеб. пособие. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2006. – 166 с.
2. Буланова М. Н., Протасова Б. Б. Французские фразеологизмы в английском языке. Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. – 3с. №6-1 (60). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/frantsuzskie-frazeologizmy-v-angliyskom-yazyke> (дата обращения: 02.12.2020).
3. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз.– 2-е изд., перераб. – М.: Высш. шк., Дубна: Изд. центр "Феникс", 1996 – 381 с.
4. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. – Изд. 4-е, переработанное и дополненное. – М., 1984 – 944 с.
5. Крылов Г.А. Этимологический словарь русского языка. — СПб: ООО «Полиграфуслуги», 2005 – 432 с.
6. Федосов И.В., Лапицкий А.Н. Фразеологический словарь русского языка. — М.: ЮНВЕС, 2003 – 608 с.
7. Speake J. The Oxford Dictionary of Proverbs. – New York: Oxford University Press, 2007 – 624 с.
8. Expressions Françaises [Электронный ресурс]: <https://www.expressions-francaises.fr/> (дата обращения: 20.11.2020).
9. Google Books Ngram Viewer [Электронный ресурс]: <https://books.google.com/ngrams> (дата обращения: 20.11.2020).

**Кукульян Виктория Юрьевна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия, e-mail: [kukulyan.vyu@edu.spbstu.ru](mailto:kukulyan.vyu@edu.spbstu.ru)

**Крупнова Марина Дмитриевна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия, e-mail: [marinakrupnova.work@mail.ru](mailto:marinakrupnova.work@mail.ru)

**Варламова Вера Николаевна** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [varlamova\\_vn@spbstu.ru](mailto:varlamova_vn@spbstu.ru)

#### **FEATURES OF ADOPTING FRENCH IDIOMATIC PHRASES IN ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES**

**Abstract.** *The scientific paper is devoted to the analysis of the features of adopting French phraseological units in modern English and Russian languages. It contains the research of socio-cultural backgrounds of the process of transferring idiomatic phrases from one language to another. The comparative analysis of phraseological units of three languages belonging to different language groups is undertaken. Semantics, connotation and usage frequency of idiomatic vocabulary are taken into account.*

**Key words:** *phraseology, lexical borrowings, semantics, connotation, usage frequency*

**Victoria Yu. Kukulian** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: kukulyan.vyu@edu.spbstu.ru

**Marina D. Krupnova** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: marinakrupnova.work@mail.ru

**Vera N. Varlamova** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: varlamova\_vn@spbstu.ru

УДК 811.11-26

**Е. Левченко, Е.А. Иванова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Употребление эвфемизмов, смягчающих различные виды дискриминации, в современных англоязычных СМИ**

**Аннотация.** *В данной статье рассматривается эвфемизированная лексика по смягчению различных видов дискриминации в публикациях социально-политической тематики в современных англоязычных СМИ с 2018 по 2021 гг. В процессе исследования социально-политические эвфемизмы классифицируются по семантическому признаку в отдельные группы, анализируются их способы образования и производится количественный подсчет в процентном соотношении.*

**Ключевые слова:** *эвфемизм, эвфемизация, политическая корректность*

За последние десятилетия наблюдается растущая интенсивность образования эвфемистических слов и выражений, широко распространенных в различных сферах речевой деятельности. В настоящее время люди все чаще прибегают к эвфемизации речи в стремлении избегать конфликтности в общении, а СМИ используют эвфемизмы в целях сокрытия правды и манипулирования общественным сознанием.

В «Лингвистическом энциклопедическом словаре» эвфемизм определяется как «эмоционально нейтральное слово или выражение, употребляемое вместо синонимичного слова или выражения, представляющегося говорящему неприличным, грубым, нетактичным» [1, с.590].

Существуют лексикографические издания эвфемизмов, в которых приводятся списки эвфемистических слов и выражений, поясняется их значение и этимология, исследуется связь с другими терминами. Наиболее известными словарями являются «Словарь эвфемизмов и другой двусмысленной речи» Х. Роусона [2], «Добрые слова: тезаурус эвфемизмов» Дж. С. Нимана и К. Дж. Сильвера [3], сборник научных трудов «Ярмарка речи: использование эвфемизма» под редакцией Д. Дж. Энрайта [4], «Словарь эвфемизмов» Дж. Айто [5], «Эвфемизм и дисфемизм: язык как щит и оружие» К. Аллана и К. Барриджа [6] и другие.

В настоящее время средства массовой информации уделяют большое внимание так называемой политкорректности, которая стала образом жизни в США и во многих странах Западной Европы. Политкорректный означает «социально приемлемый», который не

задевает честь и достоинство представителей разных этнических групп и социальных слоев общества.

Целью данного исследования было выявить особенности использования социальных и политических эвфемизмов в современной английской прессе. Исследование проводилось на материале статей, опубликованных на информационных международных каналах BBC, CNN, Reuters, The Washington Post, The New York Times и др. за последние 4 года. Были выявлены эвфемизированные слова и выражения, относящиеся к разным семантическим группам: эвфемизмы, смягчающие различные виды дискриминации, связанные с последствиями в социально-экономической сфере, в медиадискурсе военных конфликтов, в политико-публицистическом дискурсе и другие. В данной статье особое внимание уделяется семантической группе эвфемизмов по исключению и нейтрализации различных видов дискриминации как наиболее распространённой по количеству политически корректной лексики, вызывающей интерес для дальнейших исследований.

В процессе изучения статей социально-политической тематики было обнаружено 56 эвфемизмов, которые были классифицированы по семантическому признаку и выделены в следующие группы (данные представлены на Рис.1):

1. смягчающие дискриминацию по расовому и этническому признаку (27% от общего количества);
2. смягчающие дискриминацию в отношении мигрантов и мест их содержания (14% от общего количества);
3. смягчающие дискриминацию по имущественному положению (11% от общего количества);
4. смягчающие профессиональную дискриминацию (16% от общего количества);
5. смягчающие дискриминацию людей с заболеваниями опорно-двигательного аппарата и т.п. (20% от общего количества);
6. смягчающие дискриминацию людей с психическими расстройствами (12% от общего количества).





Рисунок 1. Группы эвфемизмов по смягчению различных видов дискриминации

*Группа 1. Эвфемизмы, смягчающие дискриминацию по расовому и этническому признаку.* Расизм в США существует со времен основания государства и является одной из главных проблем в современном американском обществе. Сегодня расовые и этнические меньшинства обладают политической свободой и с каждым днем все больше перестают чувствовать себя ущемленными. Неотъемлемой частью политической риторики и журналистики является политическая корректность, которая предполагает использование эвфемистических выражений, смягчающих или исключаящих дискриминацию по расовому и этническому признаку.

Цитируя крайне расистские высказывания Трампа на расово-этнические темы, СМИ употребляют такие эвфемизмы слова racial (расистский), как racially loaded, racially charged, racially tinged, racially divisive, то есть основанные на расовой почве, расово окрашенные. Выражения с отвлеченным значениям слова способствуют созданию у реципиента максимально нейтрального представления о происходящем.

С целью смягчения действительности и представления неприятной информации в более деликатной форме журналисты употребляют эвфемизированные словосочетания racially sensitive, racially-offensive, racially coded и другие.

Процессу эвфемизации также поддаются названия расовой и национальной принадлежности. Политически корректными эвфемизмами являются African American, Afro-American, black people (афроамериканец), Latino (латиноамериканец), people of color (при описании человека с не белым цветом кожи), indigenous peoples/Native people (коренное население). В связи с общественным движением Black Lives Matter («Жизни чёрных важны»)

New York Times официально заявили о том, что по отношению к афроамериканцам они будут писать слово Black с прописной буквы.

Борьба за расовое равенство подарило миру новые слова blocklist и allowlist, которые являются эвфемизмами blacklist (черный список) и whitelist (белый список) соответственно, а технические термины master-slave (ведущий и ведомый) превратились в leader-follower или primary-replica.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что явление эвфемизации способно влиять на изменения в языке.

*Группа 2. Эвфемизмы, смягчающие дискриминацию в отношении мигрантов и мест их содержания.* США являются одной из наиболее привлекательных для мигрантов страной в мире. Современное развитие миграционной политики предполагает частые изменения в законодательстве для иностранных граждан и лиц без гражданства. Определенные изменения происходят и в медиадискурсе. Словосочетания illegal immigrant и illegal alien (нелегальный мигрант) все чаще эвфемизируются и превращаются в unauthorized immigrant (незаконный), undocumented immigrant, immigrant without legal status (без документов) и так далее. Кроме того, издательство Reuters передает, что президент Джо Байден предлагает внести изменение в иммиграционном законодательстве в виде замены слова alien на noncitizen, которое по своей природе также является эвфемизмом.

Эвфемизмы оказывают помощь по сокрытию правды и приукрашиванию действительности. Ни для кого не является секретом, в каких условиях содержатся нелегальные мигранты перед депортацией. Иногда центры временного содержания иностранных граждан больше похожи на тюрьмы, но в СМИ они упоминаются как migrant detention centers, federal migrant shelters, temporary emergency influx shelters, family residential centers.

*Группа 3. Эвфемизмы, смягчающие дискриминацию по имущественному положению.* Существует большое количество эвфемизмов, принадлежащих к данной группе. Отвлекающая способность смещает фокус с первостепенной проблемы, тем самым представляя положительную картину мира для наблюдателей. В СМИ не принято говорить о бедности и бедняках напрямую, так как слова poor и poverty заведомо несут в себе негативную коннотацию. Вместо них используются эвфемизированные номинации low-income, disadvantaged, financially challenged, needy, а сама бедность и нужда называются income inequality и economic inequality.

*Группа 4. Эвфемизмы, смягчающие профессиональную дискриминацию.* Данную функцию выполняют эвфемизированные названия профессий, призванные повышать социальный статус человека. Например, custodian вместо caretaker (сторож, вахтер), counsel вместо lawyer (юрист), housekeeper вместо maid (домработница) и так далее.

В основе образования названий профессий beautician (косметолог) и mortician (гробовщик) лежит попытка сымитировать связь с названиями профессий в медицине, и, таким образом, придать статусность и важность в глазах общественности.

С распространением идей феминизма за последние несколько лет изменилась роль женщины в современном обществе. «Маскулинные» названия некоторых профессий на -man поддаются критике, поскольку считается, что они содержат в себе сексистские коннотации,

указывая на существования только мужского рода. Современные СМИ отказываются от названий профессий, оканчивающихся на -man, -woman, -ess, -aid, а вместо них все чаще прибегают к использованию нейтральных с гендерной точки зрения и более политкорректных эвфемизмов. Так, например, policeman превращается в police officer (офицер полиции), steward и stewardess — в flight attendant (бортпроводник), вместо cameraman используется camera operator (оператор), а вместо salesman — salesperson (продавец).

*Группа 5. Эвфемизмы, смягчающие дискриминацию людей с заболеваниями опорно-двигательного аппарата и т.п.* В английском языке слова lame (хромой) и crippled (искалеченный) приобрели негативные коннотации и воспринимаются обществом как нечто неуважительное и даже унижительное, поэтому со временем перестали использоваться для обозначения людей, имеющих трудности с передвижением и заболеваниями опорно-двигательного аппарата. Они были заменены на handicapped. Впоследствии handicap и производное от него handicapped также стали рассматриваться как слова, имеющие негативный оттенок, подразумевая, что люди с ограниченными возможностями находятся в неблагоприятном положении в обществе. В настоящее время людей с ограниченными возможностями принято называть disabled people, people with special needs и так далее.

Издание “The New York Times” опубликовало статью под названием “Extends Vaccine Access to People With Disabilities” («Вакцина становится доступной для людей с ограниченными возможностями»), в которой содержатся разнообразные эвфемизмы для описания людей с ограниченными возможностями: adults with intellectual or developmental disabilities, people with underlying health conditions, who have disabilities or severe underlying health conditions. В самом названии публикации также содержится эвфемизированное выражение people with disabilities. Сообщество людей с ограниченными возможностями называется disability community.

Слепота и глухота подается в контексте в составной конструкции с impaired: visually impaired, vision impaired, hearing impaired people.

*Группа 6. Эвфемизмы, смягчающие дискриминацию людей с психическими расстройствами.* Люди с психическими расстройствами описываются СМИ как people with mental illness, the mentally ill people, people with mental disabilities, people with mental disorders, people with severe learning difficulties. Психиатрические больницы, ранее называющиеся madhouse и insane asylum, превратились в mental institution, mental hospital для приукрашивания неприятной реальности.

На основании представленных данных можно сделать вывод о том, что эвфемизированная лексика чаще всего встречается при описании людей, относящихся к различным национальным и этническим меньшинствам, а также при обозначении людей с заболеваниями опорно-двигательного аппарата.

Американские лингвисты Дж. С. Нимэн и К. Дж. Сильвер в работе под названием «Добрые слова: тезаурус эвфемизмов» [3] выделяют следующие способы образования эвфемизмов: сокращение, парафраза, структурные и семантические изменения, внутренние и внешние заимствования.

Анализ эвфемизмов по смягчению различных видов дискриминации показал, что наиболее распространенным способом образования является семантическое изменение, которое подразделяется на семантический сдвиг (Native people, indigenous peoples), расширение значения (police officer, flight attendant), литоту (undocumented immigrant, unauthorized immigrant), косвенность речевого акта (family residential centers, temporary emergency influx shelters). Вторым по распространенности является способ перефразирования (people with intellectual disabilities, special needs, immigrant without legal status).

Политически корректная лексика помогает сглаживать углы в вопросах, имеющих острую социальную направленность, и смягчать или исключать различные виды дискриминации. Для достижения этой цели прибегают к использованию эвфемизированных слов и выражений, которые помогают избегать неприятные ситуации и предотвращать разжигание конфликтов и скандалов. Было выяснено, что эвфемизмы способны влиять на изменения в языке и на языковую картину мира.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Лингвистический энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1990. — 990 с. — С. 590.
2. Rowson H.A. Dictionary of Euphemisms and Other Doubletalk. — New York, 2002. — 463 p.
3. Neaman, J. S., & Silver, C. G. Kind Words: A Thesaurus of Euphemisms (Expanded and Revised Edition). — New York, 1983. — 409 p.
4. Enright, D. J. Fair of Speech: The Uses of Euphemism. — London: Oxford University Press, 1985. — 228 p.
5. John Ayto. Dictionary of Euphemisms. — London: Bloomsbury Publish Limited, 1993. — 352 p.
6. Allan, K. and Burridge, K. Euphemism and Dysphemism: Language Used as Shield and Weapon. — New York: Oxford University Press, 1991. — 263 p.

**Левченко Елизавета** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: eb@oos.ru

**Иванова Екатерина Аркадьевна** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: ekaterinai@inbox.ru

#### USING EUPHEMISMS MITIGATING VARIOUS KINDS OF DISCRIMINATION IN MODERN ENGLISH MASS MEDIA

**Abstract.** *This article examines the use of euphemisms mitigating various kinds of discrimination in publications providing information regarding social and political issues in the period between 2018 and 2021. The research involves classifying social and political euphemisms into different semantic groups, analyzing the ways of formation and quantifying the percentage of each component.*

**Key words:** *euphemism, euphemization, political correctness*

**Yelyzaveta Levchenko** — sPeter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; eb@oos.ru.

**Ekaterina A. Ivanova** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; ekaterinai@inbox.ru

УДК 811.111

**Е.С. Ленкова, Е.А. Никулина**

Московский педагогический государственный университет

### **Типология рекламных слоганов с омонимией**

**Аннотация.** *В статье рассматриваются три типа рекламы с омонимией в англоязычном рекламном дискурсе. Дискурсивный анализ рекламных слоганов с омонимией позволяет выделить их функциональные особенности, объяснить различия в языковых приемах организации рекламного текста.*

**Ключевые слова:** *типология рекламы, омонимия, реклама, рекламные слоганы, языковая игра*

Рекламный текст – это особый вид искусства, требующий от своего создателя нестандартного мышления, богатой фантазии и способности анализировать потребности потенциального покупателя. Использование всевозможных языковых приемов в слоганах объясняется основной целью рекламы – привлечь внимание потребителя. Из-за конкуренции и большого выбора продукции создатели рекламы вынуждены постоянно придумывать новые, оригинальные способы взаимодействия с целевой аудиторией. Многофункциональность и гибкость языковой игры позволяет ей занимать ведущее место среди лингвистических приемов привлечения клиентов [1, с.35].

Языковая игра – это особая форма лингвокреативного мышления, в основе которой лежит способность говорящих к актуализации и нарушению ассоциативных стереотипов порождения, восприятия и употребления языковых знаков [2, с.199].

Часто в качестве средства реализации языковой игры используется явление омонимии. Омонимы – это слова, совпадающие по звучанию или написанию, но отличающиеся по лексическому значению. Являясь многогранным языковым явлением, омонимия может выполнять целый ряд функций в рекламном тексте. Согласно И. Логачёвой, омонимия способствует экономии языковых средств [3, с.53]. Это означает, что рассматриваемый феномен, передавая несколько смыслов в одном рекламном сообщении, выполняет компрессивную функцию. Говоря о многофункциональности омонимии в рекламном тексте, Е.С. Ефремова выделяет комическую функцию, которая заключается в создании иронического отношения к прочитанному, поднятии настроения реципиента [4, с.237]. Эстетическая функция состоит в том, что понимание языковой игры в рекламном тексте повышает самооценку потребителя, ведь не каждый человек способен её заметить. Потребитель, у которого получилось распознать языковую игру, получает эстетическое удовольствие от прочтения оригинального текста. Т.П. Куранова выделяет манипулятивную

функцию. Манипулирование – это управление поведением и мышлением людей с помощью целевого воздействия. Манипулятивная реклама более эффективна, чем рекламный текст, созданный лишь для информирования потребителя [5, с.276].

Многофункциональность языковой игры и направленность на достижение определенного эффекта определяют её широкое употребление в рекламных текстах [6, с. 186].

Реклама, содержащая в себе омонимию, отличается способами донесения рекламного предложения до потребителя, композиционными, семантическими, художественными формами трансляции контента. Существующие различия в организации рекламного текста позволяют выстроить типологию современной англоязычной рекламы с омонимами.

В качестве первой группы выделяются рекламные слоганы, в которых используется фразеологизм или идиома, воспринимаемые как свободное словосочетание и как устойчивый оборот речи.

**Пример 1. *Stay on top of things*** – реклама мебели ИКЕА.

С помощью многофункциональных предметов мебели, которые можно складывать, передвигать и ставить один на другой, можно по-разному организовать пространство даже на самой скромной площади. Первый смысл слогана «*stay on top of things*» заключается в буквальном понимании фразы (говорит о возможности ставить предметы мебели один на другой). Вторая интерпретация связана с использованием идиомы «*to stay on top of something*», которая означает «*to remain completely in control of, aware about, or on schedule with something*» [7]. Это значение «говорит» потенциальному покупателю о том, что благодаря этой мебели он сможет самостоятельно организовать пространство в комнате, адаптировать интерьер под любую ситуацию.

**Пример 2. *The newest pick of the bunch*** – реклама искусственных цветов ИКЕА.

Этот слоган содержит идиому «*pick of the bunch*», которая означает «*the best person or thing from a group of similar people or things*» [8]. Если рассматривать каждый компонент слогана по-отдельности, значение будет следующим: «новая подборка/коллекция букетов», что имеет смысл в данном контексте, ведь рекламируются искусственные цветы (*bunch (of flowers)*): *a number of things of the same type fastened or closely grouped together, or any particular group of things or people* [8]).

**Пример 3. *Recharge your batteries at the IKEA restaurant*** – реклама ресторана ИКЕА.

Слоган можно понять двояко из-за идиомы «*recharge your batteries*», которая означает «*to regain energy after working hard*». Однако рассматривая этот слоган как свободное словосочетание, создается впечатление, что в тексте подчеркивается наличие розеток в ресторане ИКЕА, которыми можно воспользоваться для подзарядки гаджетов.

**Пример 4. *Put all your (eggs) in one basket*** – реклама корзины для хранения вещей ИКЕА.

Идиома «*to put all your eggs in one basket*» означает «*to depend for your success on a single person or plan of action*» [8]. Как свободное словосочетание этот слоган указывает на вместительность корзины для хранения вещей.

**Пример 5. *I can hold your liquor*** – реклама полки для бутылок ИКЕА.

Буквальное понимание данного рекламного сообщения обращает наше внимание на функциональную сторону предлагаемого товара (на рекламируемой полке могут храниться алкогольные напитки). Однако в разговорном английском выражение «to hold one`s liquor» означает, что человек знает меру в употреблении алкоголя. Таким образом, за счет «одушевления» полки и «награждения» её человеческими способностями создается комический эффект.

В следующую группу входят рекламные слоганы, содержащие слово-омоним. Данную категорию, в свою очередь, можно разделить на 2 подгруппы:

1. Англоязычные слоганы с омонимами, которые совпадают с названием фирмы/продукта.

**Пример 1.** *Don`t worry, Harry is still available* – реклама стула ИКЕА.

Без иллюстрации, которая сопровождает рекламу, можно подумать, что Harry – не название модели стула, а имя человека, который хочет познакомиться. Однако фотография предмета мебели позволяет понять, что речь идёт не о человеке, а о товаре ИКЕА, который можно приобрести в магазине.

**Пример 2.** *Pick up a Teacher* – реклама виски Teacher`s.

Эффект каламбура, созданный при помощи многозначности глагола «to pick up» выступает в роли зацепки для привлечения внимания реципиента. Изображение, сопровождающее слоган (учительница с виски Teacher`s), помогает догадаться о двух значениях фразы: 1. Выбирай виски фирмы Teacher`s; 2. «Познакомься с учителем».

**Пример 3.** *There`s a GALANT desk to suit any life* – реклама письменного стола GALANT (ИКЕА).

Омофоны GALANT и gallant в рассматриваемом примере создают эффект каламбура: стол награждается человеческим качеством – галантностью. Gallant: (of a man) polite and kind towards women, especially when in public, brave [8].

**Пример 4.** *2 Gingers on the rocks* – реклама ирландского виски 2 Gingers.

Апелляция к внешнему виду человека происходит за счёт того, что реклама сопровождается фотографией, иллюстрирующей двух рыжеволосых девушек (a ginger= a person who has red or orange-brown hair [8]), которые стоят на скалах (on the rocks). Однако рекламируется алкогольный напиток (2 Gingers), который подается on the rocks, то есть неразбавленный с кубиками льда (=served undiluted and with ice cubes [9]).

**Пример 5.** *You are meeting her dad. And all his war medals. Get your EDGE* – реклама крема для бритья EDGE.

Фраза «get your EDGE» в данном контексте имеет три значения: 1. «приобрести крем EDGE»; 2. «нужно побриться» (edge – острие ножа); 3. «получи свое преимущество».

2. Англоязычные слоганы со словами-омонимами, которые не совпадают с названием фирмы/продукта.

**Пример 1.** *Get more comfort today with the right comforter and pillow* – реклама подушки и одеяла ИКЕА.

Игра слов в данном слогане реализуется за счёт омонимов comforter: 1) a person or thing that provides consolation «человек, который может утешить» [9] и comforter: 1) a thick bed covering made of two layers of cloth containing a filling «стёганое одеяло» [10]. Проводится

параллель между подушкой и человеком, которые могут «утешить» или помочь человеку «устроиться поудобнее».

**Пример 2.** *For little night owls it's a hoot* – реклама светильника ИКЕА.

Данный рекламный текст содержит в себе и полисемию (an owl: 1) a bird with a flat face and large eyes that hunts small mammals at night; 2) a person who likes to stay up late at night [9]), и омонимию. Лексические единицы **hoot**: 1) the sound an owl makes, or a shout showing anger or amusement и hoot 1) an amusing person or thing [8] являются омонимами. Игра слов происходит за счёт двух планов восприятия слов «owl» и «hoot». С одной стороны, если полисемантическую единицу «owl» воспринимать в значении «сова (животное)», то «hoot» приобретает значение «уханье (звук, который издаёт сова)». Если же «owl» воспринимается в значении «сова (человек, который поздно ложится спать и поздно встаёт)», то hoot приобретает значение «развлечение, забава, удовольствие».

**Пример 3.** *Flat solutions are everywhere. Just keep looking* – реклама складной люстры, которая доставляется в «плоской» упаковке.

Здесь омонимия строится за счёт двух лексических единиц: flat (adj.): level and smooth, with no curved, high, or hollow parts, «плоский» [8] и flat (n.): a set of rooms for living in that are part of a larger building and are usually all on one floor, «квартира» [8]. То есть, прилагательное flat говорит о том, что предмет мебели может быть компактно упакован и что он не займет много места при перевозке. Существительное flat предполагает следующую интерпретацию слогана: «(Дизайнерские) решения для квартиры можно найти везде. Продолжайте искать».

**Пример 4.** *One bright spot makes it pop* – реклама шкафа ИКЕА.

Данный пример содержит в себе омонимы to pop (verb): to be very noticeable and bright, especially when seen next to something of a different colour и pop (adj.) =popular. Следовательно, с одной стороны, подразумевается цвет шкафа («яркость заставляет выделяться»), а с другой – популярность данного предмета мебели среди клиентов ИКЕА.

**Пример 5.** *Living with technology* – реклама техники для гостиной комнаты ИКЕА.

Здесь используются омонимы «living», то есть Participle I глагола «to live», жить: (to continue) to be alive or have life и «a living» (archaic): estate, property [11].

Таким образом, прием языковой игры часто используется при создании рекламных текстов в англоязычных странах. Оригинальная форма подачи информации удивляет и веселит реципиента, тем самым привлекая внимание к товару. Омонимия как один из способов реализации языковой игры успешно справляется с этой задачей за счёт выполнения комической и эстетической функций.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Ильясова С.В., Амири Л.П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. - М.: Флинта, 2009. - 296 с.
2. Лаврова Н.А. О некоторых особенностях игровой контаминации. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук, №7, 2010. – С. 198-201.
3. Логачева И. С. Языковая омонимия: многообразие подходов и оценок. Вестник Поморского университета. Сер. «Гуманит. и соц. науки». № 2, 2009. — С. 53-55.



4. Ефремова Е.С. Функции языковой игры в интернет–дискурсе. Вестник МГИМО Университета, № 3 (30), 2013. – С. 237-238.
5. Куранова Т.П. Функции языковой игры в медиаконтексте. Ярославский педагогический вестник. – №3, 2010. – С. 272-277.
6. Азрилиян А. Н. Большой экономический словарь. - М.: Институт новой экономики, 1998. -771 с.
7. The free dictionary. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://idioms.thefreedictionary.com/> (дата обращения: 14.01.2021).
8. Cambridge dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/ru/> (дата обращения: 20.01.2021).
9. Oxford dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.lexico.com/en/> (дата обращения: 22.01.2021).
10. Merriam-webster dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 18.01.2021).
11. Collins online dictionary [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.collinsdictionary.com/> (дата обращения: 22.01.2021).

**Ленкова Екатерина Сергеевна** – студент магистратуры; кафедра «Фонетика и лексика английского языка», Московский педагогический государственный университет; Москва, Россия; e-mail: [kate.lenkova@mail.ru](mailto:kate.lenkova@mail.ru)

**Никulina Елена Александровна** – профессор; кафедра «Фонетика и лексика английского языка», Московский педагогический государственный университет; Москва, Россия; e-mail: [ea.nikulina@mpgu.su](mailto:ea.nikulina@mpgu.su)

## **TYPOLOGY OF MODERN ADVERTISING SLOGANS CONTAINING HOMONYMY**

**Abstract.** *The article classifies modern advertising texts with homonymy. The author points out three types of slogans and describes their functions. The analysis shows that homonyms in advertising are used as the additional source of expressiveness since they both disclose the main idea of the advertisement and entertain the reader.*

**Key words:** *advertising typology, homonymy, advertising, play on words, advertising slogans*

**Ekaterina S. Lenkova** – Moscow Pedagogical State University (MPGU); Moscow, Russia; e-mail: [kate.lenkova@mail.ru](mailto:kate.lenkova@mail.ru)

**Elena A. Nikulina** – Moscow Pedagogical State University (MPGU); Moscow, Russia; e-mail: [ea.nikulina@mpgu.su](mailto:ea.nikulina@mpgu.su)

**Коммуникативные стратегии и тактики в рекламном дискурсе**

**Аннотация.** *Излагаются результаты исследования механизмов реализации коммуникативных стратегий и тактик в рекламном дискурсе. Материалом для проведения исследования послужили видеоролики, которые предназначены для рекламирования услуг и товаров в России и Англии. В результате исследования удалось установить, что коммуникативные тактики делятся на тактики обращения к личности, пробуждения интереса и убеждения. Коммуникативные стратегии, в свою очередь, классифицируются на фонетически или семантически ориентированные, эксплицитные или имплицитные, а также на невербально и вербально-ориентированные.*

**Ключевые слова:** *Коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики, рекламный дискурс*

Любая языковая личность в течение жизни принимает участие в огромном количестве актов коммуникации. Для того, чтобы обеспечить эффективную и, главное, успешную межличностную коммуникацию, он выбирает ту или иную модель речевого поведения в соответствии со своей целью общения. Чтобы акт общения в итоге завершился благополучно и оправдал ожидания, пишущий или говорящий использует определенный набор приёмов и речевых средств, которые способствуют реализации его интенции. Данный речевой арсенал детерминирован коммуникативной стратегией.

Активное употребление терминов «коммуникативная тактика» и «коммуникативная стратегия» в отечественной и зарубежной лингвистике началось с середины 80-х годов, что отразило усиление коммуникативно-прагматического подхода к анализу языковых фактов. Несмотря на это, данная тема актуальна и по сей день, так как возрастает интерес к лингвистическим исследованиям текста как сложной макроструктуры, а также необходимость оптимизации межкультурной рекламной коммуникации.

Внимание ученых всегда привлекали такие комплексные единицы, как коммуникативные стратегии и тактики. Так, И.В. Труфанова считает, что «понятие тактики связано с понятием речевого жанра как его компонент; с понятием речевого акта как совпадающее с ним речевое действие, входящее в речевой жанр; с понятием стратегии как прием её реализации» [1, с.61]. В то же время, по наблюдениям О.С. Иссерс, «именно тактики производят впечатление действительно доступных изучению единиц», она подчеркивает, что «всегда найдется пример речевых действий, с трудом подводимый под какой-либо тип речевого акта или речевого жанра» [2, с.105]. Соотнося стратегию и тактику, можно сделать вывод, что тактика всегда направлена на реализацию цели, а стратегия на ее достижение.

Прежде всего, хотелось бы остановиться на коммуникативных тактиках в рекламном дискурсе. Это минимальные речевые действия, которые ведут к достижению цели

говорящего в соответствии с избранным речевым жанром в рамках речевой стратегии. Е.В. Ключев рассматривает коммуникативные тактики как комбинацию практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия [3]. Исследование английских и русских рекламных видео роликов позволило выделить следующие коммуникативные тактики в рекламном дискурсе:

- тактика обращения к личности;
- тактика пробуждения интереса;
- тактика убеждения.

Для увеличения продаж товара или услуги в рекламном ролике необходимо лично обратиться к покупателю, постараться пробудить в нем интерес и убедить приобрести рекламируемый объект.

Остановимся на каждом пункте более подробно и подтвердим исследования примерами.

Каждый вид рекламы направлен на определенного потребителя, различая их по гендерному, возрастному признаку, а также объединяя покупателей в группы по интересам и сферам деятельности. Очевидно, что текст и все сопутствующие компоненты рекламы будут отличаться в зависимости от аудитории, для которой они предназначены. В данном случае необходимо установить личность потенциального клиента и убедить его приобрести ту или иную продукцию или услугу. По этой причине выделяется тактика обращения к личности, позволяющая акцентировать на себе внимание конкретную группу людей. Представительницы прекрасного пола, к примеру, ценят качество, что подтверждает реклама помады Avon: «Красота требует жертв? И даже модная матовая помада сушит губы? Только не новая помада Avon Матовое превосходство. Это комфортное нанесение и 100% матовый эффект. Никаких жертв и компромиссов». Адресатам мужского пола нередко важен комфорт, о чем упоминается в рекламе автомобиля Skoda: «Тренировка в спортзале, презентация в офисе, обед с партнёрами, поход в театр с женой и семейные выходные. Я успеваю все и наслаждаюсь каждым моментом моей жизни и в этом мне помогает мой Skoda Superb. Skoda Superb – управляя моментом». Что касается возрастного признака, то пенсионерам интересны насущные проблемы, как в рекламе пенсионного фонда: «Я приду за ней через несколько лет. И тогда получу больше. Ваша пенсия будет значительно больше, если обратиться за ней через несколько лет после наступления пенсионного возраста. Продолжаем работать», а детей привлекут любимые лакомства, как в рекламе йогуртов Растишка: «-Как жарко! -Жарко? Давайте заморозим творожок. Берем палочку, вставляем в творожок Растишка и в морозилку. -Замораживаем! -Готово!». Если говорить о сферах деятельности, то домохозяйка заинтересует скорее всего товары для дома, как, например, в случае с рекламой стирального порошка Tide: «-Ее ждет светлое будущее. -Я все для этого делаю. -А чем белый костюм стираете? -Обычным порошком, я экономлю. -Обычным порошком? Но Ваша дочь должна сиять! -Как? -Tide поможет», а для бизнесменов вопрос кредитования и финансирования является крайне насущным, как в рекламе Альфа-банка: «Предприниматели часто спрашивают меня, чем мой банк для бизнеса отличается от других. А все просто! Мне с ним свободнее. Откройте счет для бизнеса в Альфа-банке и миллион рублей может стать вашим. Альфа-банк. Нас не догонят». Реклама для творчества и хобби

нацелена на определенный круг лиц, связанных общим интересом, например, как в рекламе фотоаппарата Nikon: «I am snow white. I am the night. I am here. I am alive. I am part of the world. I am colorful. I am a Coolpix S3000. I am a Nikon».

Как только мы обратились к конкретному потенциальному покупателю, необходимо заинтересовать его, заставить досмотреть рекламный ролик до конца. В этом случае мы воспользуемся тактикой пробуждения интереса. Говоря о современном обществе, равнодушными людей могут оставить упоминания о нашумевших веяниях, таких как вегетарианство, толерантность и феминизм, о социальных проблемах (дети-сироты, инвалиды) и жестоком обращении с животными, о сезонных событиях: государственные праздники, времена года, эпидемии. Реклама, содержащая в себе призыв быть толерантным, как в случае с Датским телевидением, является прекрасным примером тактики привлечения внимания: «Очень просто наклеить на людей ярлыки. «Они» и «мы». Богатые, и те, кто едва сводит концы с концами. Недавно переехавшие и те, кто жил здесь всегда. Религиозные и самоуверенные...И неожиданно появляемся «мы». Те, кого унижали и те, кто унижал других, те из нас, у кого разбито сердце и те, кто безумно влюблен. Те, кто нашел смысл жизни и те, кто спасает жизни. И, наконец, все мы, кто просто любит Данию. Может быть, между нами больше общего, чем мы думаем? TV-2 Denmark. Все, что мы разделяем друг с другом». Проблема сиротства наглядно демонстрируется в рекламе сети быстрого питания McDonald's: «Объятными мы показываем близким как мы их любим, но не у всех есть такая возможность. В ноябре, покупая двойной картофель фри в Макдоналдс, вы даете возможность детям не разлучаться со своими родителями в бесплатной гостинице Дома Роналда Макдоналда и поддерживать их своими объятиями. Вместе поможем семьям быть вместе». Что касается сезонных событий, то благодаря небезызвестному вирусу Covid-19 фармацевтические компании подняли продажи противовирусных препаратов на 50-80%, для наглядности далее будет приведен рекламный текст лекарства Ингавирин: «В период вакцинации важно не заболеть. Для экстренной профилактики принимайте Ингавирин. Профилактика – ваша лучшая тактика».

После того, как удалось заинтересовать конкретного покупателя, необходимо убедить его приобрести рекламируемый товар. С этой целью выделяется тактика убеждения, которая является последним шагом на пути к поставленной задаче, а именно продать объект рекламы. Что обычно побуждает потребителей покупать тот или иной товар? Как правило, речь идет о качестве, уникальности, выгоде и популярности. Избирательных покупателей сложно побудить приобрести товар, в случае если его качество оставляет желать лучшего. Поэтому, такой рекламный ролик, как у молока Простоквашино: «-Хотим наше молоко на качество проверить. Пять гарантий качества, потому что молоко наше с отборных ферм, где у коров корма натуральные, забота и любовь настоящая, «простоквашинская». Ищите в магазинах наше молоко по выгодной цене» гарантируют, что клиент останется доволен. Уникальность играет немаловажную роль при выборе товара для покупателей, ценящих свою индивидуальность. На это делает акцент в своей рекламе такая крупная компания, как Lada: «Я – новый жанр, смелая импровизация, я-вступление и неожиданное развитие, громкая премьера, я-произведение, открывшее новое направление, я-то, что делает меня уникальным. Lada Vesta Cross, создана быть уникальной». Что же насчет выгоды? Ведь

привередливые покупатели навряд ли станут приобретать товар, если он выходит за рамки их бюджета, или на полке в магазине рядом стоит ничуть не хуже и даже дешевле. Хорошим примером в данном случае послужит рекламный ролик сотового оператора Tele 2: «В этом городе не все выгоду получают, Tele 2 это исправят. Наша миссия неизменна, давать больше выгоды за меньшие цены. Tele 2, В-значит Выгода». Популярность также играет не последнюю роль. Чтобы не отставать от модных тенденций, клиенты готовы тратить большие деньги, приобретая товары, пользующиеся популярностью. Для примера используем рекламный ролик компании Apple: «Introducing the new iPhone XR. Shoot stunning portraits with a single lens and Depth Control. The big new Liquid Retina display, the most color-accurate LCD in the industry with the most durable front glass yet advanced face ID the insanely powerful A12 Bionic chip and it`s water resistant. Phew».

Коммуникативные тактики схематично представлены на рисунке 1.

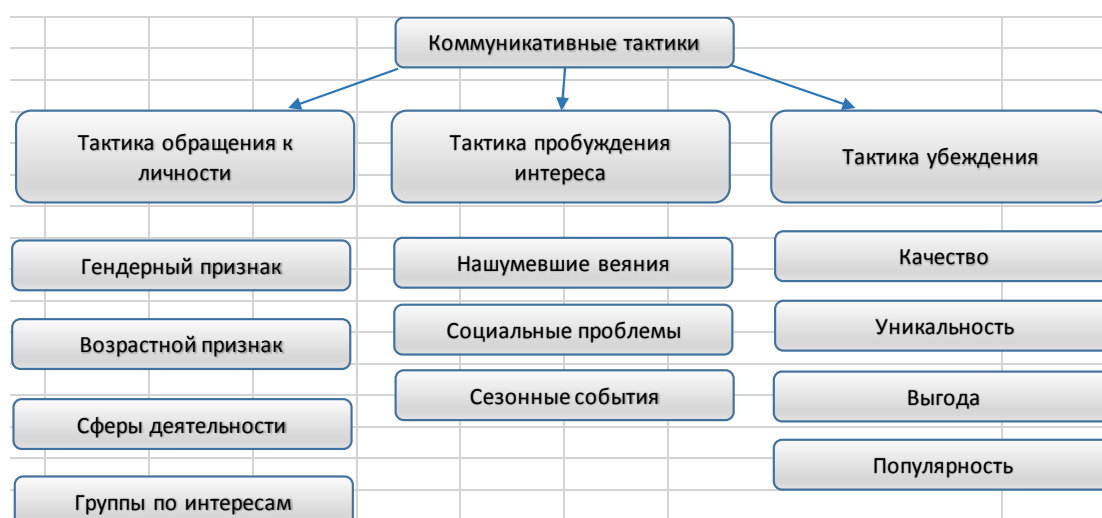


Рисунок 1. Коммуникативные тактики в рекламном дискурсе.

Что касается коммуникативных стратегий, то этот термин имеет большое количество неоднозначных трактований. К примеру, М. Л. Макаров рассматривает коммуникативную стратегию в качестве «реализации набора целей в структуре общения» или же как «цепочку решений говорящего» [4, с.137], отмечая, что необходимо не просто оказать то или иное речевое воздействие, направляя при этом собеседника, но также передать сообщение, которое будет закодировано с помощью языка. Он определяет данную стратегию с помощью анализа языковой личности. Классифицируем стратегии по используемым средствам воздействия:

1. Фонетически или семантически ориентированные вербальные стратегии и их смешанные варианты. Для фонетических вербальных стратегий основной является звуковая организация текста. В качестве примера можно привести слоган автомобильного бренда Volvo: «Вольному — Volvo». Для семантически ориентированных вербальных стратегий наиболее значимым является смысловая составляющая. Например, «Убивает все известные микробы наповал», Domestos.

2. Эксплицитные или имплицитные коммуникативные средства. Имплицитная информация представляется покупателю в скрытом виде. К примеру, реклама сотовой связи

Vodafone: «Find out why more business people prefer Vodafone». Продавец не явно дает понять, что Vodafone – лучший оператор для бизнесменов. Эксплицитные коммуникативные средства — информация выражается напрямую, отсутствует какая-либо скрытность. Например, реклама продуктов быстрого приготовления Доширак: «Не ешь в сухомятку – возьми доширак». Текст рекламы открыто призывает реципиента к действию.

3. Преимущественно невербально и вербально-ориентированные стратегии (речевое воздействие), а также смешанные стратегии. Для примера преимущественно невербально-ориентированных коммуникативных стратегий можно использовать рекламу йогурта Fruttis, так как текстовая составляющая отсутствует как таковая, зато ролик изобилует яркой графикой, танцами и большим количеством персонажей.

Исследуя специфические особенности коммуникативных стратегий в рекламном дискурсе, Ю.К. Пирогова пришла к выводу, что реклама является одним из видов информационного сообщения и коммуникации, обращенной к потенциальному потребителю, оказывая на него коммуникативное воздействие. Кроме того, реклама, несомненно, направлена на достижение коммерческих целей [5].

В данной статье мы раскрыли понятия коммуникативной стратегии и коммуникативной тактики, а также соотнесли их между собой. Выяснили, что можно выделить три основные тактики в рекламном дискурсе, каждая из которой является неотъемлемой частью алгоритма построения рекламного ролика, подкрепили каждую тактику примерами. Классифицировали коммуникативные стратегии по используемым средствам воздействия, привели примеры рекламы. В результате проделанной работы можно сделать вывод, что коммуникативная стратегия является эффективным средством управления поведением реципиента. Кроме того, данная статья может послужить основой для дальнейших исследований в области рекламного дискурса, для изучения более узконаправленных тем.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Труфанова И.В. О разграничении понятий: речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика. — М.: Филологические науки, 2001. — С. 56–65.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М.: КомКнига, 2006. — 297 с.
3. Ключев Е.В. Речевая коммуникация. — М.: Рипол Классик, 1977. — 320 с.
4. Макаров М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе. Тверь: Тверск. гос. ун-та, 1998. — 200 с.
5. Пирогова Ю.К. Стратегии коммуникативного воздействия и их отражение в рекламном тексте. Текст. Интертекст. Культура: сб. докл. междунар. науч. конф. - М.: Азбуковник, 2001.

**Липчанская Мария Викторовна** — студент магистратуры; кафедра «Лингвистика и перевод», Российский государственный социальный университет; Москва, Россия; e-mail: lip4anskaya.job@gmail.com

## COMMUNICATION STRATEGIES AND TACTICS IN ADVERTISING DISCOURSE

**Abstract.** *The results of the study of the mechanisms for the implementation of communicative strategies and tactics in advertising discourse are presented. The material for the study was videos that are intended to advertise services and goods in Russia and England. As a result of the study, it was possible to establish that communicative tactics are divided into the tactics of addressing the personality, awakening interest and convictions. Communication strategies, in turn, are classified into phonetically or semantically oriented, explicit or implicit, as well as non-verbal and verbal-oriented.*

**Key words:** *communication strategies, communication tactics, advertising discourse*

**Maria V. Lipchanskaya** — Russian State Social University; Moscow, Russia; e-mail: lip4anskaya.job@gmail.com

УДК 378

**И.С. Луцкая, Н.В. Попова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### International Sociocultural Telecollaboration Project in EFL Context in a Higher Education Environment

**Abstract.** *During the preparation and handling a telecollaboration project students obtain not only the skill of speaking another language, but also learn different point of view on well-known historical events, get a chance of breaking some ethnic stereotypes and expand their general knowledge. This study focuses on the mutual benefits the students of the Daffodil International University in Dhaka (Bangladesh) and the students of the Peter the Great Polytechnic University, who learn English as a foreign language (EFL), might have during a telecollaboration project.*

**Key words:** *International collaboration, virtual exchange, English as a foreign language*

Unlike many forms of online education based on information transfer via video lectures and sharing files, intercultural dialogue, focused on an online-cooperation, favors communicative approach to education: learning and understanding are based on interaction and negotiations [1]. Communication means understanding the cultural differences – that is why learning of the culture is so important during the language learning. However, while learning a foreign language, students might not understand the cultural differences just as they might not be aware of their cultural identity [2]. English is a global language and there are many nations in the world who speak English on a high level but their culture differs drastically from the Russian culture.

During the preparation and handling a telecollaboration project students obtain not only the skill of speaking another language, but also learn different point of view on well-known historical events, get a chance of breaking some ethnic stereotypes. Students expand their knowledge on such topics as migration, commercialization of culture, world citizenship etc. Discussion is not always just an exchange of opinions. During telecollaboration the students might even design new technology, web-site or business.

This study focuses on the mutual benefits the students of the Daffodil International University in Dhaka (Bangladesh) and the students of the Peter the Great Polytechnic University, who learn English as a foreign language (EFL), might have during a telecollaboration project and why such cooperation leads over the cooperation with another international university in Germany and the Institute of Russian language in India. Also, the study shows that mutual attempts for solving a real problem contributes into better foreign language learning as well as better awareness of the mother tongue speech forms that contrast with the forms common for another country.

The study remains *relevant* due to the raising popularity of international telecollaboration projects in our society especially as a means for a foreign language learning. However, if the project is not aimed at any serious social problem solving, it becomes a simple cultural exchange. As a telecommunication project is a long-term project with many participants, it should deal with complex social, cultural, historical and other topics. Often, we think that native speakers of the language suit better for learning of the language as a foreign one and we consider that the language learning is more efficient when it is unidirectional – the native-speaking culture passes on the information to the language learning students. Working in groups of the language learners of different cultural backgrounds facilitates the process of the language learning as a bidirectional one. Such activity contributes into exchanging local cultural information [3]. Such virtual exchanges also develop strong intercultural skills, politeness and culture awareness. Moreover, participating in a virtual exchange develops students' skills to use modern IT technologies – this point makes such an exchange even more practically oriented [4].

*Goals and objectives of the study.* The study is aimed at stressing the importance of international telecollaboration projects of socio-cultural subject-matters among the students who learn English as a second foreign language. It is also important to show the strong sides of such projects and the perspectives of them for a foreign language learning. The task of the study is also to reason the choice of the partner university that would be interested in working for such mutual telecollaboration project, the results of which are significant outside of the class too. *Research methods* include study of recent articles about telecommunication projects, web-sites of the mentioned educational institutions.

Linguistic aspect is an essential part of a foreign language learning, nevertheless cultural and social factors are also quite important as they are the reasons for a student to learn a foreign language deeper and become fluent in it. Culture is the foundation of the language learning, but the learners often do not realize how important it is to understand the scope of culture and cultural identity [2].

English is a national or official language in many countries. However, while teaching EFL, teachers mainly focus on such English-speaking countries as the USA, UK, Australia, Canada and others. But still many English teachers in Russia are not native speakers and they use cultural norms associated with their homeland [3].

Three educational organizations were considered as possible partners for the telecollaboration project with EFL learners of Peter the Great Polytechnic University: Daffodil International University in Dhaka (Bangladesh), Heidelberg University in Heidelberg (Germany) and the Institute of Russian Language in Kolkata (India).



First of all, we considered South Asia Institute of Heidelberg University. In EFL context it implies special interest from the Russian students' side: this interest should be biased towards South Asian English. Participating students from Peter the Great Polytechnic University have different backgrounds and they belong to different faculties: some of them study humanities, some of them – technical subjects. To find a student, whose personal interest would go deeply into regional dialects of English would be not an easy task, which would shade the main task of the present study.

Our second option was the Institute of Russian Language in Kolkata in India. The Institution provides courses of the Russian language for English and Bengali-speaking students. This partnership might be useful in case the students from the Russian side would have Russian as a foreign language as their major. Such partnership might be considered bidirectional but the sides would have different interests: Indian students would be curious about working with native speakers of Russian, while Russian students would be interested in methods applied to Russian as a foreign language abroad. We considered it is important for the students to have similar aspirations towards the cooperation that is why we decided to choose the students who learn the same subject: English as a foreign language.

Finally, it was decided to propose for an online collaboration event to the Daffodil International University due to several reasons:

1. Daffodil International University in Dhaka has seventeen departments of both: humanities and technical orientation. All students learn EFL and are encouraged to participate in international events.

2. The University also has a developed network of international partners around the world. Mutual international events, including academic mobility and cross-cultural education, are organized throughout the year and are highly welcomed.

3. The University teaches the students to be curious about other cultures and creates special laboratories for better English learning.

4. We consider the interests of the students of the University in Bangladesh very close to the interests of the students of Peter the Great Polytechnic University, that is why it was decided to compare the initial aspirations and final results of the students of these two universities.

The table below shows comparison between the Institutions, advantages and main difficulties while preparing the project.

Table 1.

Possible interest for students in cooperation with the Institutions and main obstacles towards best results of the project

Institution	Interests for Russian students	Interest for international students	Main obstacles
Heidelberg University	<ul style="list-style-type: none"> <li>• European University</li> <li>• Many international students</li> <li>• High command of English</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Possible interest in South Asian culture</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• To find Russian students with strong interest in South Asian culture</li> <li>• The focus of the study shifts towards English used by the third country</li> </ul>
Institute of	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Students learn Russian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Native speakers of</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• To find a group of</li> </ul>

Russian Language	as a foreign language <ul style="list-style-type: none"> <li>• International students, speaking English as their mother tongue</li> </ul>	Russian <ul style="list-style-type: none"> <li>• Professional teachers of Russian as a foreign language</li> </ul>	Russian students with major in Russian as a foreign language <ul style="list-style-type: none"> <li>• The focus of the study shifts from EFL to RFL</li> </ul>
Daffodil International University	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Has different departments</li> <li>• Interest in EFL</li> <li>• Strong international skills</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interest in EFL</li> <li>• Interest international communication</li> <li>• Students of different fields of studies</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• To attract students to the culture, which is unknown for them</li> <li>• To find the best schedule for the students from different groups</li> <li>• To make Russian students forget about language barrier</li> </ul>

English in Bangladesh has a status of the second official language (after Bengali) and inevitably it is influenced by the local culture, which makes the language different from the English language taught in Russia, both in form and content.

Among the main goals for learning English in Bangladesh are: to broaden international opportunities, to increase economical perspectives and professional chances. Despite the society in Bangladesh is rather conservative, the students strive to learn English as deeply as they can and they start using English in practice very early. The country's best universities' experience show that the learning of English is more practice-oriented when handled through international projects such as social entrepreneurship week, international exchange or mutual conferences with international partners.

It was decided to split the whole virtual workshop into three online meetings: during the meetings the students would actively work so that they minimize time for home work. But still it was not an easy task to find interested students from the Russian side. We see several reasons for that:

1. One of the reasons was language barrier, because the level of English should be quite high to have fruitful discussion and to be able to work in mixed groups.

2. Another reason for not being ready to participate might be an unknown culture: we decided working with Asian culture would be interesting and it would widen the creativity, politeness and overall erudition of the students.

*Short summary.* Telecommunication project promotes the increase of not only linguistic skill, but also the awareness of other cultures. Daffodil International University in Dhaka (Bangladesh) has a deliberate network of contacts as well as the developed pattern of how to build practice-oriented approach in their students. This pattern attracts not only local students but also international students who come from other countries to participate in events organized by the university. Our country is not that much developed in terms of practical education that is why our colleagues' experience might be of a high usefulness for the students of the Russian university. Besides Russian students, as a rule, have little knowledge about the culture of Bangladesh,

especially they know very little about the English language used in Bangladesh – our collaboration could increase their awareness about other cultures and help them understand the speech forms used by other cultures.

#### REFERENCES:

1. O’Dowd Robert. Emerging Trends and New Directions in Telecollaborative Learning. Computer Assisted Language Instruction Consortium. Calico Journal (online). – 2016. Vol.33. No.3. pp.291-310.
2. Ramírez-Lizcano N., Cabrera-Tovar M.A. EFL learners’ perceptions about language learning and culture when using telecollaboration [Percepciones de estudiantes de inglés como lengua extranjera acerca del aprendizaje del lenguaje y la cultura mediante la telecolaboración en el aula]. Profile: Issues in Teachers’ Professional Development – 2020. Vol. 22. No. 2. pp. 95–113.
3. Freiermuth M.R., Huang H.-C. Zooming across cultures: Can a telecollaborative video exchange between language learning partners further the development of intercultural competences? Foreign Language Annals – 2021. Available at: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85099911776&doi=10.1111%2fflan.12504&origin=inward&txGid=e32cdd6f89ecc4cd0f36dba5f4830ee9>
4. Dooly M., Davitova N. ‘What Can We Do to Talk More?’: Analysing language learners’ online interaction. – 2018. Hacettepe University Journal of Education. Vol. 33. No. Special Issue. pp. 215–237.

**Inga S.Lutskaya** – Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: [lutskaya.is@edu.spbstu.ru](mailto:lutskaya.is@edu.spbstu.ru)

**Nina V.Popova** – Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: [popova\\_nv@spbstu.ru](mailto:popova_nv@spbstu.ru)

#### МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ В КОНТЕКСТЕ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ

**Аннотация.** *Во время подготовки и проведения телекоммуникационного проекта студенты не только получают навык говорения на иностранном языке, но также узнают иную точку зрения на хорошо известные исторические события, получают шанс развенчать некоторые этнические стереотипы, а также расширить свои общие знания. Настоящее исследование фокусируется на взаимной пользе, которую студенты международного университета Даффодил в Дакке (Бангладеш) и студенты Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, изучающие английский язык как иностранный, могут извлечь из совместного телекоммуникационного проекта.*

**Ключевые слова:** *международное сотрудничество, виртуальный обмен, английский язык как иностранный*

**Луцкая Инга Сергеевна** – студент магистратуры; Высшая школа лингводидактики и перевода, направление подготовки: «Теория обучения иностранным языкам и

межкультурная коммуникация», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: lutskaya.is@edu.spbstu.ru

**Попова Нина Васильевна** – профессор; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: popova\_nv@spbstu.ru

УДК 81-11

**Е.И. Лушникова, А.В. Нехаева, Л.П. Халяпина**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Билингвальное обучение учащихся профильных классов с применением инструментов онлайн-урока**

**Аннотация.** Данное исследование посвящено билингвальному обучению учащихся профильных классов с применением инструментов онлайн-урока. В статье рассматривается специфика билингвального обучения и особенности онлайн-уроков. Кроме того, данная работа включает в себя анализ часто посещаемых онлайн порталов для изучения иностранных языков и результаты анкетирования учащихся, которое помогает определить, насколько популярно онлайн-обучения в настоящее время.

**Ключевые слова:** билингвизм, онлайн-обучение, профилизация обучения

В настоящее время всё больше средних общеобразовательных школ приобретают билингвальный языковой профиль обучения с целью формирования и развития у учащихся коммуникативной компетенции. Однако на данный момент многие образовательные учреждения все чаще прибегают к проведению уроков в онлайн формате, и перед учащимися открывается возможность билингвального обучения с применением дистанционным платформ.

Именно поэтому **актуальность** данной темы обусловлена следующими факторами:

1. Вынужденным массовым переходом системы образования в дистанционный формат, при котором инструменты онлайн обучения становятся особенно востребованными.
2. В старших классах общеобразовательной школы в первую очередь становится востребованной профилизация обучения, при которой овладение профильным предметом осуществляется на основе билингвального подхода: как на родном языке (русском), так и на иностранном (английском, французском).

Согласно одному из определений, билингвизм — это владение двумя языками, и оба этих языка часто употребляются с целью общения [1]. По У. Вайнрау, билингвизм – это практическое использование двух языков попеременно [2]. А.Д. Швейцер определяет, что первый язык – родной, второй – неродной и всегда используется определенной национальной общностью. Уровень владения этими языками может быть разным, например, при использовании языка при устном и письменном взаимодействии. То есть, одной из этих форм человек может оперировать лучше, а другой — значительно хуже [3]. По В.Ю. Розенцвейгу, двуязычие – это не только определенный уровень владения двумя языками, но также умение переходить с одного языка на другой в соответствии с коммуникативной

задачей [4]. Помимо этого, под билингвизмом понимают функционирование двух языков, призванное удовлетворять нужды всего этноса в целом, а также членов этого этноса по отдельности. Это не просто знание второго языка на равном уровне с родным языком, а адекватное использование каждого из этих языков в соответствующих жизненных обстоятельствах [5].

В психологии изучают широкий круг вопросов, связанных с билингвизмом: взаимосвязь билингвизма и методов изучения неродного или иностранного языков, мотивация обучающихся в условиях двуязычия, способности к изучению иностранных языков как психологическая предпосылка формирования билингвизма, взаимовлияние развития речи на обоих языках – родном и втором [7]. Русский советский языковед Л.В. Щерба различал в человеческом сознании в условиях билингвизма два вида сочетания языковых систем: независимой связи при чистом билингвизме и зависимой связи при смешанном типе обучения. При независимой связи сосуществующие языки имеют две независимые системы ассоциаций в сознании человека, а при зависимой – контактирующие языки образуют только одну систему ассоциаций [8].

Актуальность обучения на билингвальном направлении в общеобразовательной школе определяется всеобщей мировой тенденцией к интеграции в экономической, политической и культурной сферах, что в образовательной сфере обуславливает тенденцию к объединению предметного знания, направленности на познание целостной картины мира. Учитывая эти тенденции, билингвальное обучение, во-первых, обеспечивает учащихся возможностью непрерывного образования, а, следовательно, конкурентоспособностью на зарубежном рынке специалистов; во-вторых, способствует развитию и совершенствованию общей языковой подготовки и владения иностранным языком в специальных предметных целях, углублению предметной подготовки и расширению сферы международного обучения [9].

Формирование *билингвальной предметной компетенции* (БПК) выступает в качестве стратегической в ряде педагогических целей проектируемой модели, реализация которой происходит через решение определённых задач [10]:

- 1) формирование и совершенствование лингвистической и профильной предметной компетенций учащихся;
- 2) развитие способности, готовности и умений использования ИЯ как средства для получения информации по профильному предмету из разных сфер его аутентичного функционирования;
- 3) овладение профильными предметными знаниями с использованием двух языков;
- 4) расширение информационного и образовательного поля учащихся, ориентация на познание богатства мировой культуры;

Таким образом, технология предметно-языкового интегрированного обучения (CLIL) является средством реализации билингвального обучения.

В настоящее время билингвальное обучение является одной из популярных способов изучения не только иностранного языка, но и таких общеобразовательных предметов, как математика, физика, химия и других. Однако большинство людей не могут себе позволить полноценное обучение в стране изучаемого языка, поэтому информационно-

коммуникационные технологии, которые в последнее время стали неотъемлемой частью жизни общества, помогают решить данную проблему.

Многие исследователи по-разному интерпретировали понятие «онлайн-урока». Одни описывают онлайн-урок как основную единицу дидактического цикла и форму организации дистанционного обучения. Другие считают, что онлайн-урок – это семинар, который проводится в сети Интернет в формате видео трансляции. Проанализировав определения, можно сделать вывод, что онлайн-урок – это вид конференции, проводимой через Интернет, где обучение происходит в режиме реального времени с помощью демонстраций [11].

Онлайн-уроки нашли широкое применение во многих областях и направлениях современной образовательной деятельности. Невозможно не обратить внимание на тот факт, что социальная система Веб 2.0, которая включает в себя онлайн-платформы, веб-квесты и другие сервисы, предоставляет учащимся возможность онлайн-обучения иностранным языкам [12].

Стоит выделить самые популярные Интернет-платформы для изучения иностранного языка, которые предполагают безопасную платформу для общения, наиболее популярны у учителей, преподавателей, студентов и учащихся школ, а также и родителей, и всех желающих изучить иностранный язык.

Так, Duolingo – это платформа для изучения иностранных языков в сети Интернет, которая разработана таким образом, что во время выполнения заданий обучающиеся параллельно помогают делать переводы различных онлайн-статей вебсайтов и многого другого. Однако LinguaLeo уже требует знания английского языка на более высоком уровне, поскольку необходимо переводить видеоматериал и связный профессионально-ориентированный текст. Edmodo – американский защищенный образовательный портал, который создан исключительно для педагогов и учащихся. Данная платформа позволяет педагогам организовывать дистанционное обучение, а также взаимодействие с учащимися и обмен профессионального опыта. Mondly Languages - виртуальный образовательный портал, который предлагает уникальные курсы английского языка. Особенностью данной виртуальной образовательной среды является функция дополненной реальности, где ученик погружается в определенную ситуацию и может потренировать изученный материал. Во время выполнения данного задания рекомендуется использовать очки виртуальной реальности, чтобы ученик мог полностью окунуться с заданную ситуацию.

Для получения данных об использовании онлайн-ресурсов учащимися билингвального отделения нами было проведено анкетирование, целью которого было узнать, является ли дистанционный формат обучения эффективным.

В качестве эмпирического метода исследования нами было выбрано анкетирование восемнадцати учащихся 11 класса общеобразовательной школы с углубленным изучением французского языка с целями: 1) получить исходные данные обучающихся в системе онлайн-образования; 2) узнать отношение учащихся к онлайн-обучению; 3) определить пользу онлайн-образования по опыту обучающихся в онлайн-среде. Анкета содержала 11 вопросов двух типов: 1) открытых, требующих полноценного ответа; 2) вопросов с выбором ответа. Результаты онлайн-анкетирования выявили следующее:

100% респондентов прибегали к онлайн-обучению. Во время пандемии коронавируса все без исключения ученики были вынуждены перейти на онлайн-обучение на платформах и 62,5% положительно оценили обучение «на дому». 68,8% респондентов изучали профильные дисциплины на английском языке на платформах и были довольны выбором онлайн-ресурсов. По факту окончания обучения в онлайн-среде 56,3% были довольны полученными результатами, 6,3% учащихся удовлетворили результаты только по конкретным дисциплинам.

Во время анкетирования респонденты также дали развернутые ответы касательно опыта обучения на онлайн-платформах. Так, по мнению учащихся, преимуществами обучения онлайн являются удобство, безопасность, возможность совмещения учебы и работы. Другие же ученики акцентировали недостатки онлайн-обучения, такие как отсутствие мотивации, вовлеченности в процесс обучения, живого контакта с людьми, увеличенную нагрузку и т.д.

На основе полученных результатов эмпирического исследования нами был создан двуязычный комплекс упражнений на аудирование и чтение по дисциплине География и Естествознание для реализации в онлайн-формате в сообществе Telegram. Упражнения представлены на английском и русском языках.

Для первого задания была использована функция «Прикрепить аудиозапись». Помимо этого, можно также прикреплять фотографии, короткие видеоролики, создавать опросы и викторины. Во время прослушивания песенного материала учащиеся отмечали пропущенные слова в специальном окне под названием “What word is missing” («Какое слово пропущено?»).

Для упражнения повышенного уровня сложности, то есть аудирования с полным пониманием, было взято видео “What is the universe expanding into?”, к которому были подготовлены вопросы со множественным выбором. Для прослушивания и просмотра видео была отправлена активная ссылка на переход для просмотра видео. Мы использовали опцию «Викторина», представляющую собой таблицу с одним вопросом и перечисленными ниже четырьмя вариантами ответа, из которых верный только один. Викторина была прикреплена прямо поверх видео. Таким образом, учащиеся выбирают один правильный вариант ответа, который автоматически отправляется на проверку.

Далее учащиеся переходят к упражнению на чтение и понимание основного содержания текста. Нами были выбраны четыре небольших отрывка о Вселенной, которые нужно соотнести с соответствующей картинкой. Один текст лишний. Данные тексты опубликованы в сообществе Telegram в качестве поста, то есть информационной записи, содержащей картинку и тексты под ними. Ответы на задание учащиеся отмечали также в опции «Викторина».

Исходя из всего выше сказанного, мы хотим сделать вывод, что в настоящее время в общеобразовательных школах становится востребованной профилизация обучения, при которой овладение профильным предметом осуществляется как на родном языке, так и на иностранном, а онлайн-уроки стали неотъемлемой частью образовательной среды. Дистанционные уроки являются интересными, совмещающими в себе всевозможные

современные технологии и востребованными среди учащихся, именно поэтому они предоставляют возможность развиваться в любом направлении и из любой точки мира.

Проведенное исследование позволило изучить специфику билингвального обучения и инструментов онлайн-урока, что, в свою очередь, послужило созданию дополнительных упражнений для оптимизации билингвального обучения в онлайн-среде.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. — Изд. 5-е, испр. и доп. — Назрань : Пилигрим, 2010. — 486 с.
2. Вайнрайх У. Одноязычие и многоязычие. Новое в лингвистике: языковые контакты / под ред. В. Ю. Розенцвейга. — М. : Прогресс, 1972. — Вып. 6. — С. 25–51.
3. Старцев М.В. Категория «взаимодействие» в философской, социологической, психологической и педагогической литературе. Психолого-педагогический журнал Гаудеамус. 2007. No 1(11). С. 49-61.
4. Рогова Г.В. Методика обучения иностранным языкам в средней школе/ Г.В. Рогова, Ф.М. Рябович, Т.Е.Сахарова. – М.: Просвещение, 1991. 287 с.
5. Бурькин А.А. Ментальность, языковое поведение и национально-русское двуязычие [Электронный ресурс]. Мир слова русского. — Режим доступа: [http:// abvgd.russian-russisch.info/articles/10.html](http://abvgd.russian-russisch.info/articles/10.html) (дата обращения: 18.11.2020).
6. Боченкова М.Ю. Билингвизм и билингвальная среда как социокультурный и психолого-педагогический феномен. Концепт. — 2016. — Т. 2. — С. 591–595.
7. Гавриш Л.Ф., Давыдова Н. Н., Бюссон Э. Создание системы билингвального развития и обучения в условиях современного лица. Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2015. №3. URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/sozdanie-sistemy-bi](https://cyberleninka.ru/article/n/sozdanie-sistemy-bilingvalnogo-razvitiya-i-obucheniya-v-usloviyah-sovremennoho-lica)(дата обращения: 18.11.2020).
8. Салехова Л.Л. Модель билингвального обучения математике. Высшее образование в России. 2008. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-bilingvalnogo> (дата обращения: 18.11.2020).
9. Салехова Л.Л., Данилов А.В. CLIL - интегрированное предметно языковое обучение: концептуальная идея, преимущества, модели. Казанская наука. – Казань, 2015. - №12. – с. 226-230.
10. Давыденко Л.Ю. Онлайн урок – современная форма учебной деятельности [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://uchitel.uss.dvfu.ru/wp-content/uploads/2016/10/Онлайн-урок.pdf> (дата обращения: 20.11.2020).
11. Моливер Е.С. Использование интернет-технологий на уроках биологии. Материалы XV Международной конференции "Применение новых технологий в образовании" [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/928/55928/26987?p\\_page=25](http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/928/55928/26987?p_page=25) (дата обращения: 20.11.2020)

**Лушникова Елизавета Игоревна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский



политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: lushnikova.lizaveta@mail.ru

**Нехаева Алина Владимировна** - студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: alina.nekhaeva98@yandex.ru

**Халыпина Людмила Петровна** – профессор; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: halyapina\_lp@spbstu.ru

## **BILINGUAL TEACHING STUDENTS OF FIELD-SPECIFIC CLASSES WITH ONLINE-LESSON TOOLS**

**Abstract.** *The research focuses on bilingual teaching students of field-specific classes using online lesson tools. The article contains the particularity of bilingual education and characteristics of online lessons. In addition, this work includes an analysis of frequently visited online portals for learning foreign languages and the results of students' poll, which helps to determine the current popularity of online learning.*

**Key words:** *bilingualism, online teaching, field-specific teaching*

**Elizaveta I. Lushnikova** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: lushnikova.lizaveta@mail.ru

**Alina V. Nekhaeva** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: alina.nekhaeva98@yandex.ru

**Liudmila P. Khalyapina** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: halyapina\_lp@spbstu.ru

УДК 82-1/-9

**И.И. Маликина, О.В. Анисимова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

## **Синтез литературной сказки и фэнтези в творчестве Нила Геймана (на материале романа «Звездная пыль»)**

**Аннотация.** *Работа посвящена изучению особенностей фэнтези и литературной сказки, выявлению общих и отличных черт, а также взаимодействию исследуемых жанров в современной литературе на примере романа английского писателя Нила Геймана «Звездная пыль». В результате проведенного исследования было установлено, что теоретические сведения находят подтверждение в выбранной книге, так как анализируемый роман в равной степени сочетает в себе элементы как фэнтези, так и литературной сказки.*

**Ключевые слова:** *фэнтези, литературная сказка, мифология, фольклор, жанр*

В современной литературе не существует определенных правил, которым следует произведение, как следствие, происходит естественное взаимопроникновение художественных структур и жанров близких по своей сути. Данное явление можно

наблюдать в произведениях, традиционно относящихся к фэнтези или к литературной сказке. Несмотря на то, что фэнтези и литературная (авторская) сказка имеют множество общих черт (волшебное начало, мифологические мотивы и сюжеты, вымышленные существа и т.д.), все же это разные жанры с отличным подходом к созданию сюжета, проработке мира и даже к самому читателю. Тем не менее, данные жанры нередко путают, что происходит по причине неправильного перевода или возникающих при дифференциации проблем. Как жанр, литературная сказка появился гораздо раньше фэнтези, однако его зачастую причисляют к поджанрам последнего. В связи с этим нередки случаи, когда такие произведения, как «Питер Пэн», «Муми-тролль и комета» и др., являющиеся сказками в отечественных классификациях, в западных источниках определяются как созданные в жанре фэнтези.

Следует заметить, что теоретического материала на тему литературной сказки, фантастики, фэнтези, мифов и разграничения данных понятий достаточно много, в отличие от работ, посвященных синтезу вышеупомянутых жанров. Актуальность данного исследования состоит в том, что в последнее время все большую популярность приобретает такое литературное направление как *young adult* («молодые взрослые») – относящиеся к нему произведения являются «более сложными, чем литературная сказка для детей младшего возраста, но более простыми, чем произведения жанра фэнтези, использующие большое количество структурных особенностей и затрагивающие ту же проблематику, что и литературная сказка» [1]. Подобные произведения отличаются еще и тем, что часто в них взаимодействуют несколько схожих жанров, что создает новый концепт и взгляд на литературу в целом. Одним из наиболее ярких примеров рассматриваемого явления можно назвать творчество английского писателя Нила Геймана, работы которого известны и востребованы во всем мире.

Таким образом, объектом анализа в данной статье является синтез жанров фэнтези и литературной сказки в современной литературе, а предметом — одновременная реализация элементов изучаемых жанров в произведении Нила Геймана «Звездная пыль».

Цель данной работы заключается в выявлении взаимодействия жанров фэнтези и литературной сказки в литературе на примере одного романа.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

1. Изучить имеющуюся по данному вопросу литературу.
2. Определить понятие литературной сказки и фэнтези.
3. Раскрыть схожие и отличные черты данных жанров.
4. Проанализировать выбранный текст и идентифицировать в нем элементы фэнтези и литературной сказки.

В процессе написания статьи были использованы такие методы исследования, как теоретический анализ, обобщение научной литературы по рассматриваемой проблеме, а также контент-анализ текста произведения.

Жанр фэнтези появился в результате развития литературной сказки, однако со временем обзавелся новыми чертами, нехарактерными для сказки, и состоялся как самостоятельный жанр. Исторически оба жанра берут истоки в фольклорной сказке, что позволяет связывать их на отличных уровнях поэтики.

Для начала следует обозначить сами понятия «литературная сказка» и «фэнтези».

Наиболее точное определение литературной сказке дал российский и американский литературовед М. Н. Липовецкий, описавший этот жанр, как «произведения, в которых аксиологически ориентированный тип концепции действительности, сложившийся в народной волшебной сказке, представлен не как фрагмент художественного мира, а как его основание и структурный каркас и воссоздается через систему основных и факультативных носителей «памяти жанра» волшебной сказки» [2, с. 160].

Такое же лаконичное и исчерпывающее определение жанра фэнтези найти труднее, так как он появился сравнительно недавно и не является структурированным жанром в литературоведении. Причинами тому являются черты схожие с литературной сказкой, а также отнесение произведений фэнтези к фантастике в целом. «Большой энциклопедический словарь» предлагает следующее определение: «Фэнтези – жанр литературы и искусства, примыкающий к научной фантастике, но в более свободной, «сказочной» манере использующий мотивы дальних перемещений в пространстве и времени, инопланетных миров, искусственных организмов, мифологию древних цивилизаций» [3]. Как можно заметить, данное определение применимо и к литературной сказке, так что требуется более детальное рассмотрение двух жанров, чтобы выявить общие и различные черты, а заодно провести анализ выбранного для исследования произведения.

Обращаясь к вышеуказанному описанию авторской сказки, можно выявить одно из различий этого жанра и фэнтези, заключающееся в «памяти жанра». Для литературной сказки «память жанра» является жанрообразующим элементом, в то время как к фэнтези оно не применимо. Основой авторской сказки является фольклорная или народная сказка – даже при значительной модификации и переосмыслении традиционного сюжета, читатель узнает первоисточник не только из самого текста, но из культурного контекста. Такая сказка использует систему архетипов, закрепленную в человеческом сознании. К примеру, сюжет о неродном ребенке, проходящем испытания (обряд инициации — в том числе и в другой мир), о похищении и освобождении, и т.д. [4]. Подобный признак не является характерным для литературы фэнтези, так как проследить единый источник не является возможным, а сюжеты зачастую базируются на мифологии. На литературу фэнтези также оказывают влияние авторы различных произведений, созданных в этом жанре (в особенности родоначальники жанра, такие как Дж. Р. Р. Толкин), средневековые легенды, а также сочинения, созданные в жанре готического романа. В подобных фэнтезийных произведениях узнавание осуществляется лишь на уровне определенных фантастических элементов, мотивов и сюжетных ходов, но не на уровне поэтики в целом. Устойчивого сюжета фэнтези не существует, однако встречается понятие «узнаваемый волшебный сказочный сюжет» [4].

Анализируя роман Нила Геймана «Звездная пыль», нельзя с уверенностью заявить, что в основе лежит один из традиционных сказочных сюжетов, пусть и сильно трансформированных. Молодой Тристан отправляется на поиски упавшей с неба звезды, чтобы получить признание любимой девушки, однако оказывается, что звезда – это своенравная девушка, которая не собирается становиться подарком для другой [5]. На своем пути они встречаются множество приключений, даже не подозревая, что за сердцем упавшей звезды ведет охоту ведьма. Параллельно рассказывается история владык Штормхолда, которые в попытках заполучить престол, ищут заколдованный топаз, по иронии судьбы

сбивший с неба звезду и находящийся у нее во владении. Несмотря на мотив квеста, поиска возлюбленной и большого наличия волшебных существ и традиционных персонажей, данный сюжет является полностью авторской выдумкой, что относит произведение к жанру фэнтези. Тем не менее, автор все же добавляет фольклорные элементы в повествование: пересечение Стены из мира реального в мир волшебный, а также поиск себя в сказочной ипостаси (мотив инициации) – «В волшебную страну Тристан отправляется на поиски упавшей звезды, а находит самого себя» [6].

Как уже упоминалось ранее, литературная сказка включает в себя такие прототипические образы и элементы, заимствованные из фольклорной сказки, как: превращение людей в животных, помощь волшебных предметов, магическое число 3 [7]. Все эти компоненты можно обнаружить и в произведении Нила Геймана: ведьма превращает взятую в плен наследницу Штормхолда в птичку, а самого Тристана в хомяка; главными антагонистами выступают три ведьмы; в пути Тристану и звезде Ивейн помогают (или встречаются по дороге) магические артефакты, такие как свеча, которая может переносить в пространстве, волшебная цепочка, которую никто не способен разрубить, и т.д. Стоит заметить, что, как и в типичной сказке, чудеса в произведении воспринимаются как данность, в отличие от фэнтези, которое стремится к реализму, поэтому каждое необычное явление или вещь поясняется и логично вписывается в мир повествования. Именно поэтому мир фэнтези отличается предельной детализацией: прописаны история, география, порядки и правила. В «Звездной пыли» созданный мир описывается без особых подробностей: упоминаются лишь основные географические и исторические события, связанные напрямую с сюжетом и персонажами романа, что сближает произведение с жанром литературной сказки.

Фэнтези и авторскую сказку связывает интертекстуальная возможность жанров, так как в основе лежат фольклорно-мифологические традиции, что означает большое количество аллюзий на уже знакомые сюжеты, сцены, персонажей, и т.д. В романе Нила Геймана встречаются отсылки на традиционный сюжет противостояния льва и единорога в борьбе за корону, и даже имя главного героя соотносит его с героем из средневекового рыцарского романа «Тристан и Изольда».

Фэнтезийным аспектом в анализируемом произведении можно также назвать разноплановое раскрытие его основных коллизий. К примеру, главный герой не женится на принцессе после спасения, как бывает в сказках: в фэнтези герои переживут все грани отношений, прежде чем полюбят друг друга — так и в «Звездной пыли» Тристан и Ивейн изначально недолюбливали друг друга и только пережив множество трудностей, прониклись друг к другу чувствами; история не заканчивается свадьбой персонажей, рассказывается о том, что было после – путешествие по миру вместо совместного правления Штормхолдом.

Очередным элементом фэнтези в данном романе является наличие и развитие нескольких сюжетных линий, тогда как в сказке внимание сосредотачивается на истории одного персонажа или группы героев. Помимо основной линии, посвященной Тристану и Ивейн, раскрывается линия ведьм и, в частности, одной из них – Ламии; братьев-наследников Штормхолда и отца Тристана – Данстана, не говоря о том, что упоминаются истории второстепенных персонажей.

Стоит, однако отметить то, что отличает «Звездную пыль» от других произведений фэнтези – наличие гомеостата, т.е. равновесия в сюжете, что является характеристикой сказки. «Награды и потери, воскрешения и смерти в нем идеально наделяются «по заслугам» героев. Каким ты будешь, такую судьбу и встретишь в конце сказки: злой – злою, добрый – добрую» [8, с.9]. Так и в романе положительные герои вознаграждаются счастливым концом, в то время как отрицательные погибают или остаются ни с чем.

Подводя итоги, следует сформулировать некоторые выводы, сделанные в ходе исследования. Жанры литературной сказки и фэнтези имеют общие фольклорные корни, благодаря которым можно обнаружить много схожих черт, таких как интертекстуальность, наличие волшебного элемента, мотив квеста и т.п. Несмотря на сходство, однако это два разных жанра, которые разнятся сложностью и структурированностью создаваемых сюжетов и миров: фэнтези стремится к большей степени реализма, детально прописывая устройство мира и его порядки, затрагивая жизненные вопросы, разрабатывая несколько сюжетных линий и продумывая характеры персонажей. В свою очередь сказку определяет гомеостат-равновесие, не объясняется природа чудес, однако содержится большое количество волшебных предметов, присутствует «память жанра». Несмотря на все сходства и различия, данные жанры нередко взаимодействуют друг с другом, как это видно на примере романа Нила Геймана «Звездная пыль», где в равной степени присутствуют элементы жанра фэнтези и литературной сказки. Таким образом, в некоторых произведениях современной литературы происходит смешение жанров и художественных структур, не позволяющих определить отношение к конкретной форме. Результатом становится появление нового концепта, придающего произведению колорит, самобытность и оригинальную интерпретацию классического сюжета и канонических персонажей.

Рассматриваемая тема может быть в дальнейшем изучена более подробно с учетом большего количества произведений современной литературы, демонстрирующих тенденцию к синтезу жанров.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Дещенко М.Г. Литературная сказка Нила Геймана: переосмысление традиции как основа творческого метода писателя (на материале повести «Звездная пыль»). Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. — 2016. — Том 2 (68). С. 59 — 63.
2. Липовецкий М.Н. Поэтика литературной сказки (на материале русской литературы 1920-1980-х годов). Свердловск, 1992. 184 с.
3. Большой энциклопедический словарь. — 2000. Электронный ресурс [Режим доступа] — URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/272778> (дата обращения: 02.03.2021).
4. Королькова П.В. К вопросу о разграничении фэнтези и литературной волшебной сказки. Вестник Московского университета. — 2011. — №1. С. 59 — 66.
5. Гейман Н. Звездная пыль / Н. Гейман [Пер. с англ. А. Дубининой, М. Мельниченко]. — М.: АСТ, 2020. 256 с.
6. Schweitzer D. Tapdancing on the Shoulders of Giants: Gaiman's Stardust and its Antecedents / D. Schweitzer. — The Neil Gaiman Reader, 2007. pp. 115 — 121.

7. Грачева Н.О. К вопросу о жанре произведения Дж. К. Роулинг «Гарри Поттер». Современная филология: материалы I Междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2011 г.). — Уфа, 2011. — С. 78 — 81. — URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/23/199/> (дата обращения: 10.03.2021).

8. Лем С. Фантастика и футурология. Книга 1. М.: АСТ, 2008. 257 с.

**Маликина Инесса Игоревна** — студентка бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: imalikina@gmail.com

**Анисимова Ольга Владимировна** — доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: anisimova\_ov@spbstu.ru

### **SYNTHESIS OF A LITERARY FAIRY TALE AND FANTASY IN THE WORKS OF NEIL GAIMAN (BASED ON THE NOVEL “STARDUST”)**

**Abstract.** *The article is devoted to the study of the features of fantasy and literary fairy tale, the definition of common and different features, as well as the combination of the studied genres in modern literature on the example of one of the works of the English writer Neil Gaiman called "Stardust". As a result, it was found that this theoretical information is confirmed in the selected book, since this novel combines elements of both fantasy and literary tale equally.*

**Key words:** *fantasy, literary fairy tale, mythology, folklore, genre*

**Inesa Ig. Malikina** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: imalikina@gmail.com

**Olga V. Anisimova** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: anisimova\_ov@spbstu.ru

УДК 811.11

**Л.А. Махина**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **К вопросу об актуальности внедрения концептов нравственной сферы в процесс обучения иностранному языку**

**Аннотация.** *Статья посвящена вопросу презентации языковых этнокультурных явлений при обучении иностранным языкам с целью улучшения межкультурных компетенций посредством введения упражнений, затрагивающих этнокультурную специфику нравственных концептов. Сопоставление концептов нравственной сферы изучаемых этнокультур с нравственными концептами родной этнокультуры положительно влияет на развитие эмоционального интеллекта и позволяет обучающимся продуктивно выстраивать отношения с представителями других культур, поскольку подобный подход предполагает активную когнитивную деятельность по овладению знаниями и понятиями, выработанными тем или иным лингвокультурным сообществом. Лингвокультурная специфика*

*продемонстрирована в настоящей статье на примере нравственных концептов «дружба» и «Freundschaft».*

**Ключевые слова:** *межкультурный подход, нравственный концепт, этнокультурная специфика*

К основным целям при изучении иностранного языка относят формирование продуктивной языковой личности, демонстрирующей «совокупность (и результат реализации) способностей к созданию и восприятию речевых произведений (текстов)» [1, с. 245]. Развитие подобного рода языковой личности возможно через осуществление процесса обучения с учетом социо-культурной составляющей, что подразумевает под собой не только системное изучение лингвистических аспектов на фонетическом, лексическом и грамматическом уровнях, но и развитие у обучающихся навыков межкультурной коммуникации для обеспечения в дальнейшем адекватности социальных и профессиональных контактов. Соответственно, процесс обучения иностранным языкам необходимо организовывать в рамках межкультурной модели обучения.

Причины, затрудняющие взаимопонимание между представителями различных культур – это сам иностранный язык, другая одежда, кухня, нормы общественного поведения, а также различные типы мировоззрения. Все, что не типично для знакомой обучающимся культуры, понимается с трудом. «Наш этноцентризм не только мешает межкультурной коммуникации, но его еще и трудно распознать, так как это бессознательный процесс. Отсюда напрашивается вывод, что эффективная межкультурная коммуникация не может возникнуть сама по себе, ей необходимо целенаправленно учиться» [2, с.6].

Один из эффективных способов обучения межкультурной коммуникации заключается в последовательном рассмотрении основных концептов культуры изучаемого языка. Концепт имеет разные трактовки в современной парадигме научного знания. С точки зрения когнитивной лингвистики концепт является «оперативной содержательной единицей памяти, ментального лексикона, концептуальной системы языка и мозга, всей картины, отраженной в человеческой психике» [3, с.90]. С точки зрения лингвокультурологии концепт представляет собой «коллективные содержательные ментальные образования, фиксирующие своеобразие соответствующей культуры» [4, с.29].

Идея обучения иностранному языку с помощью концептов с опорой на возможности межкультурной коммуникации достаточно широко распространена, однако при подобном обучении редко делается акцент на концепты нравственной сферы, формирующие нравственное самоопределение человека, а значит, определяющие «социальное поведение и в целом активность личности» [5, с.22], и тесно связанные с вопросами «национальной безопасности общества» [6, с.293]. Нравственность – это совокупность норм поведения человека в каком-либо обществе и моральные качества человека. Соответственно, под нравственным концептом автор статьи понимает комплексную, имеющую языковое выражение единицу мышления, в которой отражаются базовые общечеловеческие ценности и их культурно-историческая и национальная специфика.

Продемонстрируем различия нравственных концептов «дружба» и «Freundschaft» в русской и немецкой этнокультуре. Особенности концептов «дружба» и «Freundschaft» можно

рассматривать на различных структурных уровнях: этическом, социальном, психологическом и лингвистическом. Так, в этическом аспекте существуют оппозиции: возможность – невозможность, безобидность – вред, корысть – альтруизм. В социальном аспекте выделяют такие модусы как равенство, верность, бескорыстие. Рассматривая психологический аспект, можно выделить причины и цели дружбы, переживаемые эмоции, генезис дружбы и др.

Лингвистический аспект подразумевает описание вербальных средств выражения дружбы. Существует ряд специальных исследований, посвященных концепту «дружба» на материале русского и других языков: О.А. Арапова, А. Вежбицка, О.М. Лунцова, Г.В. Приходько, И.С. Синкевич, Н.Ю. Толчина, М.А. Хизова, А.Д. Шмелев и др.

Дружба представляет собой абстракцию, определенное эмоциональное состояние, которое сложно полностью осознать и пояснить. Обратимся к толковым словарям современного русского и немецкого языков, чтобы составить первичный (кодифицированный) список представлений о дружбе в данных лингвокультурах.

В Словаре современного русского литературного языка «дружба» определена как отношения между людьми, основанные на взаимной привязанности, духовной близости, общности интересов и т.п.; друг – как тот, кто тесно связан с кем-либо доверием, преданностью, дружбой. В словаре Duden понятие «Freundschaft» толкуется следующим образом: *auf gegenseitiger Zuneigung beruhendes Verhältnis von Menschen zueinander*. Соответственно, основные представления о дружбе у русских и немцев схожи: дружба – это взаимоотношения между людьми; дружба основана на взаимной привязанности. Также в определении можно отметить отличия: в русской культуре обращают внимание на наличие у друзей, кроме привязанности, духовной близости и общности интересов.

В синонимическом ряду концепта «дружба» выделяют следующие слова: «побратимство», «товарищество», «приятельство». К синонимам слова «друг» можно отнести «товарищ», «приятель», «союзник», «компаньон», «сторонник», «партнер». Немецкий аналог русского слова «дружба» – „Freundschaft“, синонимом которого будет являться существительное „Kameradschaft“. С существительным „Freund“ можно соотнести следующие синонимы: „Kamerad“, „Kumpel“, „Geliebter“, „Liebhaber“.

Различные ученые включают в концептосферу «дружба»/ «Freundschaft» различное количество репрезентующих ее лексем. Так, Анна Вежбицкая описывает модели дружбы в разных культурах, анализирует лексем *друг, подруга, приятель, товарищ, знакомый*. А.Д. Шмелев также обращается к анализу данной лексики, добавляя глагол *дружить*. Подробный список лексем, входящих в концептосферы «дружба»/ «Freundschaft», предлагает Приходько Г.В., по мнению которой в концептосферу «дружба» в русском языке входят 9 ключевых лексем: *брат, друг, знакомый, коллега, компания, кореш, наперсник, приятель, товарищ*, а в немецком языке – 18 лексем-номинантов субъектов дружеских отношений: *Bekannte (знакомый), Bruder (брат), Freund (друг), Gefährte (спутник, товарищ, соратник), Genosse (товарищ, соратник), Geselle (товарищ (по работе)), Gespane (товарищ, коллега), Gespiele (товарищ по играм, друг детства), Getreue (верный, преданный друг, последователь), Intimus (близкий личный друг, доверенный), Kamerad (товарищ, приятель), Kollege (коллега), Kommilitone (товарищ (по университету), сокурсник), Konfident (доверенное лицо, приятель)*,



*Kumpan* (собутельник, сотоварищ, соучастник), *Kumpel* (дружнице), *Sozius* (соучастник, компаньон, товарищ), *Vertrauter* (доверенный, близкий друг, знакомый). Как видно из примеров, немецкий концепт «Freundschaft» имеет более детализированный характер, чем русский концепт «дружба».

Поскольку наиболее полно представления о нравственных концептах запечатлены в поговорках, являющихся «иллюстрацией отношения носителей языка к какому-либо нравственному аспекту жизни, выражением жизненных установок и принципов» [7, с. 7], концепты «друг» / «Freundschaft» были рассмотрены на примере русских и немецких пословиц и поговорок. Данное исследование показало, что качественные характеристики «дружбы» в русском и немецком языках несколько отличаются. В общем виде их можно разделить на 2 группы: особенности «хорошего друга» и особенности «плохого друга». Анализ поговорок показал, что хороший друг для русских: (1) человек, проверенный в сложных жизненных ситуациях, (2) человек, оказывающий помощь, (3) человек, проверенный временем, (4) честный человек, (5) человек, имеющий схожие интересы или черты, (6) человек, близкий по духу. Хороший друг для немцев также обладает вышеперечисленными качествами (кроме духовной близости, которая не играет существенной роли в данной лингвокультуре). Кроме того, немцы предпочитают поддерживать свою дружбу, периодически одаривая друг друга небольшими подарками. Подобная материальная близость (подарки, непосредственный контакт, беседы) не обязательна для русского понимания «друга». А.Д. Шмелев пишет о том, что «интенсивное душевное общение не является необходимым для того, чтобы человека назвать другом» [8, с. 184]. С другом можно не общаться много лет, сохраняя уверенность в том, что, если понадобится, он не подведет.

Едиными характеристиками плохого друга для немецкой и русской лингвокультур являются: (1) глупость, (2) лживость, (3) наличие у друга статуса «бывшего друга». При этом для русских настоящий друг не может быть трусливым, что свидетельствует об идеализации объекта дружбы в русской лингвокультуре. Так, Приходько Г.В. отмечает, что для русских существует некий идеал дружбы, к которому они стремятся в реальной жизни, в то время как для немцев другом становится не тот, кто соответствует критериям идеала, а тот, кто надежен, хорошо знаком и, в силу этого, дарит чувство социальной защищенности [9]. К национально-специфическим, хотя и достаточно редким, образам «дружбы» у немцев относится понимание ее как расчета [10, с. 150]: “Ein wahrer Freund ist jemand, der dir Geld leiht und dann das Zeitliche segnet“ (Susanne Schwalb); “Eine Freundschaft, die sich aufs Geschäft gründet ist besser als ein Geschäft, das sich auf Freundschaft gründet” (Michaela Perlmann Balme).

Таким образом, дополнительное внимание к сфере межкультурной коммуникации при обучении иностранному языку, в частности, к концептам нравственной сферы, своевременное овладение которыми обеспечивает безопасность и дружелюбность социума, является, на наш взгляд, неотъемлемым элементом эффективной подготовки будущих специалистов к работе с иностранными коллегами. В концептах «дружба» и «Freundschaft» отражены представления русских и немцев о различных видах дружественных отношений. Данные концепты имеют определенные структурные и семантические сходства и культурно обусловленные различия. Последнее – особенно актуально для обучения студентов основам

межкультурной коммуникации как в рамках отдельных курсов по МКК, так и в рамках занятий по изучению иностранного языка. Так, к основным особенностям концептов «дружба» в русском языке и «Freundschaft» в немецком относятся: (1) идеальное представление о друге у русских (верный, смелый, честный, умный, готовый оказать помощь, близкий духовно и т.д.), отсутствие идеализации дружбы у немцев; (2) дружеские отношения у русских имеют индивидуально-личностную направленность (дружеские отношения более замкнуты), у немцев – социальную (потенциальный друг – это любой человек, находящийся рядом); (3) меньшая лексическая детализированность концепта «дружба» по сравнению с концептом «Freundschaft»; (4) наличие национально-специфического представления о дружбе у немцев (например, как о расчете; как о явлении, поддерживать которое необходимо материальными знаками внимания и др.).

Полученные данные об этнокультурной специфике нравственных концептов «дружба» и «Freundschaft» позволяют внедрять в процесс обучения блоки межкультурно-ориентированных упражнений, направленных на развитие понимания особенностей иных культур, с одной стороны, а также на укрепление нравственного самоопределения обучающихся из России, с другой стороны. Сравнительное изучение концептов позволяет отграничивать «свое» от «чужого», сохраняя понимание специфики другой культуры, а значит, и лояльное отношение к ее особенностям, что позволяет избегать недоразумений в собственных высказываниях и поведении, а также в трактовке высказываний и поведения собеседника. Иными словами, оно позволяет сохранять продуктивное отношение к миру, которое можно обозначить речевой формулой: «Я в порядке – Вы в порядке». В основе этой позиции лежит восприятие себя и других как достойных, хороших, полноценных людей, без ощущения своей или чьей-то ущербности, без превосходства и унижения; то есть это здоровое психологическое отношение к миру, характеризующее гармоничное отношение к себе и к другим, что особенно важно в ситуации межкультурного общения.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. - М.: Наука. — 1987. — 262 с.
2. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: учебник для вузов / под ред. А.П. Садохина. - М.: ЮНИТИ-ДАНА. — 2003. — 352 с.
3. Кубрякова Е.С. Концепт. Краткий словарь когнитивных терминов. - М.: МГУ. — 1996. — С. 90–93.
4. Карасик В.И. Иная ментальность / В.И. Карасик и др. - М.: Гнозис. — 2005. — 352 с.
5. Воробьева А.Е., Купрейченко А.Б. Нравственное самоопределение разных социально-демографических групп молодежи. Психологический журнал. — 2011, Т. 32. — №1. — С. 22–33.
6. Ефремкина И.Н. Нравственное самоопределение студенческой молодежи в контексте проблемы психологической безопасности. Азимут научных исследований: педагогика и психология. – 2017, Т.6. — №3(20). — С. 293-297.

7. Амирова Д.Г. Тематико-семантическая классификация паремий с морально-нравственной проблематикой. Филологические науки. Вопросы теории и практики. - Тамбов: Грамота. — 2016. — № 1 (55): в 2-х ч. — Ч. 2. — С. 73-76.

8. Шмелев А.Д. Русская языковая модель мира: Материалы к словарю. / А.Д. Шмелев. — М.: Языки славянской культуры. — 2002. — 224 с.

9. Приходько Г.В. Концептосферы ДРУЖБА и FREUNDSCHAFT в русской и немецкой картинах мира: Дисс... канд. филол. наук: 10.02.20 – Новосибирск. — 2011. — 249 с.

10. Хаметова М.Ф. Лингвокультурологические особенности концепта «дружба» в немецкоязычной картине мира. Вестник Челябинского государственного университета. — 2009. — Вып. 35, № 30 (168). — С. 148–151.

**Махина Людмила Алексеевна** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия, E-mail: sandukeja@mail.ru

## **TO THE QUESTION OF THE RELEVANCE OF MORAL CONCEPTS INTRODUCTION IN THE PROCESS OF FOREIGN LANGUAGE TEACHING**

**Abstract.** *The article is devoted to the presentation of linguistic ethno-cultural phenomena in teaching foreign languages in order to improve cross-cultural competencies by introducing exercises that affect the ethno-cultural specifics of moral concepts. Comparing the concepts of the moral sphere of the studied ethnic cultures with the moral concepts of the native ethnic culture has a positive effect on the development of emotional intelligence and allows students to build productive relationships with representatives of other cultures, since such an approach involves active cognitive activity to master the knowledge and concepts developed by a particular linguistic society. The linguistic and cultural specificity is demonstrated in this article by the example of the moral concepts "druzhiba" and "Freundschaft".*

**Keywords:** *intercultural approach, moral concept, ethno-cultural specificity*

**Liudmila A. Makhina** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: sandukeja@mail.ru

УДК 81

**Р. А. Мельников, А. В. Дмитриев**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

## **К вопросу о влиянии английских жаргонизмов на русский язык в интернет-пространстве**

**Аннотация.** *Статья посвящена англоязычным жаргонным единицам в интернет-пространстве. Были рассмотрены новые особенности у распространённых способов словообразования. Также были выявлены различия значений англицизмов при переводе на русский язык. Для большего понимания отношения людей к интернет-жаргонизмам в речи, был проведён социологический опрос.*

**Ключевые слова:** *жаргонизм, сокращение, словообразование, пользователь*

Современные информационные технологии привели к изменению категоризации языковой системы в современной лингвистике. Эти категории (понятия) требуют своего исследования. В рамках Интернета человеческая коммуникация постепенно прекращает придерживаться какой-то определенной нормы, поскольку эти нормы начинают смешиваться друг с другом и, в конечном итоге, нивелироваться. Возрастает роль фамиллярно-разговорного стиля общения. Все более отчетливой становится тенденция к антинормализаторству. Этому способствует, в частности, возникновению огромного количества жаргонизмов, заимствованных из английского языка, которые находят свое отражение в функциональных стилях русского языка.

Целью исследования является выявление особенностей англоязычных интернет-жаргонизмов и их влияние на русский язык. Для этого необходимо определить и решить следующие задачи:

- выявить, насколько интернет-жаргонизмы распространены в речи пользователей;
- определить критерии удобства использования интернет-лексики;
- проанализировать способы образования жаргонизмов в Сети.

Возникновение блогов и различных интернет-платформ сформировало в обществе некоторое количество экстралингвистических факторов, влияющих на повседневный стиль речи. Это сформировало так называемый «интернет-стиль», способный ассимилировать практически любую жаргонную лексику из разного рода дискурсов (политических, деловых, социальных и прочих). Вместе с этим изменились и жаргонизмы, фиксировать новые значения которых словари не успевают, тем самым создавая лакуны. Жаргонизм в сегодняшней лингвистике является вариацией национального языка, вынесенной за скобки литературных правил и употребляемой сравнительно устойчивой социальной группой [1].

Говоря о явлении сленга, Дэвид Кристал, отмечал, что он обновляется довольно быстро, и слова, что были актуальны сегодня, могут устареть или поменяться на новые уже завтра. В качестве примера он приводил список слов, которые были популярны в 60-х-70-х годах XX столетия и сейчас их уже никто не использует. Как правило, сленг был своего рода «секретным» языком для определенных возрастных групп, чтобы они могли идентифицировать «своего». Однако при этом жаргонная «профессиональная» лексика могла свободно выходить за пределы определенной группы и использоваться в речи обычных людей [2].

Быстроту изменений особенностей интернет-общения подмечает и русский лингвист М. А. Кронгауз: многие слова и выражения за 5 лет употребления пользователями в речи становятся обыденными и очевидными. Однако вместе с этим есть и слова, становящиеся окказионализмами, то есть не вписываются в систему языка и за указанный промежуток исчезают из употребления [3].

Н. В. Виноградова, рассматривая компьютерный подязык, выявляла некую «карнавальность» компьютерного сленга, в которой кроется одновременно и сила, и слабость. С одной стороны, это существенное условие для наименования нового понятия, предмета или явления (пример: *ICQ – I seek you – «Аська»*). С другой – новообразования,

отягощенные специфической коннотацией, невозможно использовать в повседневной жизни, поскольку они теряют свой смысл и силу за пределами сети [4].

С. Ю. Тюрина описывала компьютерный сленг как сложный лингвистический феномен, состоящий из различных пластов лексики, языковых групп и процессов словообразования на всех языковых уровнях. Жаргонизмы, создающиеся пользователями, диктуют речевую моду и правила языковой игры, а литературная норма размывается, допуская всё больше варваризмов, просторечий в новый формирующийся стиль [5].

В рамках этой статьи были рассмотрены отдельные способы создания жаргонной интернет-лексики, распространенные среди социальных сетей и мессенджеров. Для более детальной расшифровки/толкования отдельных лексических единиц использовались электронные словари NetLingo.com, UrbanDictionary и другие. Был также проведён социологический опрос на понимание людьми интернет-жаргонизмов.

Помимо изменений в ключевых понятиях, к известным способам словообразования добавились новые особенности, которые делают виртуальные жаргонизмы отличными от обычных.

1) Аффиксация и словосложение. Эти способы по-прежнему остаются продуктивными по созданию новообразований. В интернет-стиле их ключевые элементы утрачивают свое референциальное значение, превращается в своеобразный «полуаффикс», имеющий широкое обобщенное абстрактное значение (cyber-, micro-, info- и другие). Кроме того, в английском интернет-сленге в единое слово могут складываться не сочетающиеся с точки зрения семантики корни: *facepalm*, *picspam*, *photospam*. Так же, как и аффиксация, в русские аналоги интернет-жаргонизмов в одно слово могут складываться русский и заимствованный корни: *картинкоспам*, *фотофлуд*, *длиннопост*, *лайкозависимость*, *рукалицо*. При переводе английских жаргонизмов с суффиксами, в русском языке, помимо полного заимствования слова, существует множество вариаций с русскоязычными суффиксами, тем самым создавая большие количества синонимов. На первый взгляд они друг от друга ничем не отличаются, однако каждый из них дает экспрессивную, комическую или же негативную окраску. Примеры: *hactivist* – «хактивист», «взломец»; *floodgater* – «флудильщик», «флудераст»; *lagger* – «лаггер», «лаганутый», «глюканутый». При этом русскоязычные аффиксы могут добавляться и к сокращениям, о которых речь пойдёт дальше.

2) Сокращения. К сокращениям относятся аббревиатуры, акронимы или усечения. Их отличие от обычных сокращений заключается в содержании полноценной фразы, обращения или эмоции. В основном при передаче на другой язык они либо транскрибируются, либо калькируются. В отдельных случаях они адаптируются на русский манер, становясь эвфемизмами. Этому способствуют стилистические приёмы, например паронимазия (*FAQ* – *Frequently Asked Questions* – ЧАВО – *Часто задаваемые вопросы и ответы*) и антономазия (*LOL* – *laughing out loud* – «Лоллик»; *IMHO* – *In my humble opinion* – «Имхоша»). Английские аббревиации также могут приобретать грамматические категории, характерные для русского языка. Другими словами, иметь число, падеж, склонение, а также частиречную принадлежность: *лолировать* (посмеиваться над кем-то, подшучивать), *имховать* (выражать свое личное мнение), *рофлить* (подшучивать, подкалывать), *афкиить* (отсутствовать), имхи, лолзы (мн. ч. им. падеж).

Среди аббревиаций отдельного упоминания заслуживают логографические написания. Это слова, в которых определённые морфемы заменяются цифрами, произношение или графика которых совпадает со звуками или буквами, а в некоторых случаях могут состоять полностью из них (143 – “I love you”, 182 – “I hate you”). В живом общении они «невидимы» для нас, поскольку их эффект достигается за счет сочетания фонетической и графической составляющей слова. Исключение составляют слова, в которых числа не заменяют собой никаких морфем, но при этом передают своё значение (24/7 – «постоянно»; 404 – «без понятия»). Числовые неологизмы, как правило, расшифровать на другой язык невозможно, можно лишь объяснить или перевести дословно (CUL8R – See you later – увидимся).

3) Какография. Перевод какографии с сохранением стилистики зачастую не вызывает трудностей. Как правило, переводятся они с сохранением ошибок, просто в русском языке: *hullou* – «*нрeвeд*»; *smol* – «*мoлeнький*»; *wat* – *шma*. Намеренное искажение слов применяется, как правило, для достижения иронии или же комического эффекта. Часто такие слова в интернет-мемах, призванных вызвать у человека соответствующую реакцию. Сюда также относят опечатки, ошибки, которые делались случайно, но со временем вошли в общее употребление, при этом остаются понятными пользователю (“*ghbdtu*” – «*нривeт*», *PS – 3B1 – post scriptum*).

Мы также исследовали проникновение лексических единиц, образованных в Интернете, в другие сферы употребления русского и английского языка. Нами был проведен социологический опрос среди русскоязычных пользователей на понимание английских жаргонизмов. В опросе приняли участие 135 респондентов. Проанализированные результаты показали, что большинство опрошенных жаргонной интернет-лексикой пользуются часто, но в зависимости от темы/контекста разговора (60,9%). Жаргонные единицы, используемые другими, пользователи понимают относительно хорошо, то есть знают общеизвестные (40,6%) или примерно понимают смысл слова, но без расшифровки/определения (30,1%). При этом сами респонденты, как правило, полностью понимают значение жаргонизмов, которые они сами используют (56,4%). Причиной же использования интернет-жаргонизмов большинство респондентов связало с их способностью передавать эмоции ярче и точнее (61,7%). Однако некоторые респонденты отметили, что просто привыкли их использовать, не придавая им особенного значения в речи. Любопытно также отношение к жаргонизмам у опрошенных. Несмотря на то, что 58,6% людей высказались положительно, считая, что они вносят разнообразие в речь, было очень много и тех, кто высказался нейтрально о явлении интернет-жаргонизмов: одни отметили равнодушие по отношению к англицизмам, другие то, что это естественный процесс в языке и не стоит в него вмешиваться.

Кроме теоретических вопросов, было также небольшое практическое задание, в котором было необходимо расшифровать и перевести 15 распространённых в сети жаргонизмов. Такие слова как *LOL*, *ROFL*, *YOLO* людям не составило большого труда объяснить, так как они являются общеизвестными и распространёнными. Числовые неологизмы вызвали больше трудностей, многие не смогли их расшифровать (143, 10q). С другой стороны, слово 24/7 смогли распознать абсолютно все опрошенные, поскольку оно не обладает никакими морфемами. Исходя из результатов этого задания было также замечено характерное явление омонимии – когда большое количество аббревиаций совпадает в

написании, но различается в значении (примеры: *OP* – *overpowered, original poster, opening*; *K4u* – *kiss for you, ok for you, knowledge for use*). Отсюда и возникают у людей совершенно разные представления контекста, в котором употребляется такой акроним, так как они знают лишь конкретную интерпретацию. Помимо этого, много респондентов написало русские аналоги к таким англицизмам как *cringy, oldfag*, что нам говорит о том, что русскоязычные пользователи далеко не всегда применяют транскрибированные версии слов. Например: *испанский стыд, старожил*.

Также респондентам было предложено написать свои примеры использования жаргонизмов. Исходя из их ответов, можно сказать, что ассимилированные англицизмы занимают весомую часть в речи пользователей (*краиш, бро, пейринг*). Вместе с этим они также активно пользуются сокращениями, в основном английскими (*idk, wtf, omg, gg*). Помимо этого, пользователи часто употребляют новообразования, связанные тем или иным дискурсом, например, игровым (*застилить, вп, ангрейд, дд, задрот*).

Подводя итоги, можно сказать, что известные способы словообразования в Интернете приобретают свои уникальные черты, которые отображаются в виртуальных жаргонизмах. Несмотря на всю «ленивость» русского языка создавать свои аналоги к известным англоязычным заимствованиям, тем не менее, благодаря креативности русскоязычных пользователей, английские интернет-жаргонизмы имеют свои аналоги в русском, тем самым оттесняя английскую версию. Само же явление интернет-сленга продолжает существовать и всё ошутимее выходит за пределы интернет-дискурса.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Самотик Л. Г. Лексика современного русского языка: учеб. пособие. – М.: Флинта, 2012. – 510 с.
2. Crystal D. A Little Book of Language. – USA: Yale University Press, 2010. – 260 p.
3. Кронгауз М. А. Самоучитель Олбанского. – М.: Астрель Corpus, 2013. – 412 с.
4. Виноградова Н.В. Компьютерный сленг и литературный язык: проблемы конкуренции. Исследования по славянским языкам. – 2001. – №6. – С. 203-216.
5. Тюрина С. Ю. О языке и юморе «программеров». Лингвистический аспект компьютерного сленга. Вестник Ивановского государственного энергетического университета. – 2005. – №4. С. 1-4.

**Мельников Роман Александрович** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: roma.melnikov@gmail.com

**Дмитриев Александр Владиславович** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики; Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: avd84@list.ru

## REVISITING THE INFLUENCE OF ENGLISH ONLINE JARGON WORDS ON THE RUSSIAN LANGUAGE

**Abstract.** *The article is dedicated to examination of online jargons. New features of common word formations were discovered. Also, there were discovered certain features and differences of their translation to Russian. Moreover, there was a poll conducted in order to understand better people's attitude towards online jargons in speech.*

**Keywords:** *jargon, abbreviation, word formation, user*

**Roman A. Melnikov** – Peter the Great Saint-Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; email: roma.melnikov@gmail.com

**Alexander V. Dmitriev** – Peter the Great Saint-Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; email: avd84@list.ru

УДК 371.32

**В.А. Мостовая, Ф.И. Валиева**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### Исследование связи мотивации и тревожности учащихся в условиях изучения английского языка в общеобразовательной школе

**Аннотация.** *Статья посвящена актуальной проблеме сегодняшнего школьного образования – учебной мотивации, установлению ее взаимосвязи с тревожностью учащихся на уроках, а также рассмотрению характера этой зависимости. Эти две психологические характеристики в комплексе позволяют получить более широкое представление об отношении учащегося к школьному предмету, выявить возможные причины успехов или неудач на уроках. Поскольку понятен принцип влияния этих параметров на успеваемость ученика, установление зависимости между этими двумя характеристиками может позволить оптимизировать образовательный процесс в школе.*

**Ключевые слова:** *учебная мотивация, ситуативная тревожность, обучение иностранным языкам*

На сегодняшний день проблема учебной мотивации в различных образовательных учреждениях, в особенности, когда речь идет об обязательном образовании в школах, является одной из самых актуальных как в научной литературе в области исследования преподавания, так и в профессиональной деятельности педагогов. С одной стороны, утверждение о важности мотивации в контексте обучения может показаться тривиальным, но в то же время трудно представить себе современную методическую разработку, которая не будет обращаться к вопросу повышения мотивации учеников. Невозможно переоценить вклад того, насколько изначально учащиеся мотивированы к изучению предмета, в конечный результат обучения. Данная статья посвящена исследованию учебной мотивации школьников к английскому языку в комплексе с их тревожностью. Цель статьи - рассмотреть эти два понятия и выявить взаимосвязь между этими характеристиками на примере учащихся 10 классов.

П.Р. Пинтрич и С.М. Шенк предлагают понимать под мотивацией процесс, с помощью которого возникает, а также стимулируется целенаправленная деятельность



личности [1]. М.Ш. Магомед-Эминов определяет мотивацию как процесс психической регуляции деятельности [2]. Мотивация ориентирована на выбор типа поведения человеком, это - процесс сознательного выбора, причем результат определяется как внешними, так и внутренними факторами. Можно сделать вывод о том, что мотивация представляет собой мыслительный процесс, направленный на оценку необходимости той или иной деятельности и в дальнейшем регулирующий эту целенаправленную деятельность.

Широкое распространение получила идея деления мотивации на внешнюю и внутреннюю, предложенная Ф. Герцбергом, в дальнейшем дополненная исследованиями многих авторов. Среди них П.Р. Пинтрич и С.М. Шенк, определяющие внутреннюю мотивацию как мотивацию к деятельности ради нее самой и внешнюю как мотивацию к деятельности как к средству достижения цели. Однако следует понимать, что мотивация личности к выполнению какой-либо деятельности не может быть исключительно внешней или внутренней. Мотивы и стимулы в комплексе влияют на человеческое поведение, а такое полярное деление призвано лишь выделить из них превалирующие.

Учебная мотивация - один из видов мотивации, направленный на учебную деятельность. А.Б. Зайцев, исходя из соотношения силы мотивации и возможных результатов деятельности, делит учебную мотивацию на недостаточную для стремления достичь успехов в процессе обучения, и положительную, связанную с нацеленностью на успешность обучения. Также автор дает характеристику студентам, движимым различными мотивами учебной деятельности (направленность на знания, направленность на профессию и направленность на образование). Студенты, чьи мотивы к учебе нацелены на получение знаний, проявляют большую ответственность по отношению к учебе, тогда те, чья мотивация направлена на получение образования как статуса, оказываются относительно слабо заинтересованы в собственно процессе получения образования [3].

З. Дерней предложил концепцию мотивации к изучению иностранного языка, основанную на соотношении трех компонентов восприятия себя обучающимся. Предполагается, что человек, изучающий иностранный язык представляет:

- “идеального” себя, уже успешно овладевшего изучаемым языком;
- себя, которым он “должен” стать после овладения иностранным языком (представления о том, что человек получит после освоения иностранного языка, например, обещанное повышение по работе или учебу за границей);
- представление о прежнем опыте изучения иностранного языка [4].

Между концепцией З. Дерней и традиционным делением мотивации на внешнюю и внутреннюю можно провести некоторые параллели: так, “идеальный я, изучивший иностранный язык” включает в себя как личные мотивы, так и внешние стимулы. “Тот я, каким я должен стать” плотно связан с внешней мотивацией, поскольку человеком движет желание получить некую награду после освоения новых знаний. И если первые два компонента направлены на представления о возможном будущем, то представление о прежнем опыте подразумевает обращение к прошлому, причем опыт наиболее тесно связан с внутренними переживаниями, вызванными процессом обучения.

Таким образом, применительно к учебе, уровень мотивации учащихся вносит огромный вклад в то, насколько усердно они будут заниматься и насколько успешно усваивать материал. Повлиять на внутреннюю мотивацию трудно, так что преподаватели должны поддерживать личные мотивы учеников, если чувствуют с их стороны интерес к предмету.

Перейдем к понятию тревожности. Тревожность выделяют в ряду психических состояний, оказывающих большое влияние на отношение человека к самому себе, жизни, готовность принимать решение, браться за трудные задачи, скорость его работы, способность воспринимать и усваивать новые знания и многое другое. Учебу можно отнести к тем сферам жизни, поведение человека в которых очень тесно связано с уровнем тревожности. Повышенная тревожность зачастую влечет за собой дезадаптацию человека в новом поле, будь то школа, университет или работа [5,6]. Именно поэтому эмпирические исследования показывают разный средний уровень тревожности школьников в зависимости от того, в каком классе они учатся. Для учащихся средней школы, как правило, характерен невысокий уровень тревожности. Учащиеся начальных и выпускных классов, наоборот, чаще страдают от высокого уровня тревожности, что связано либо с непривычной обстановкой и переменой жизненного уклада (в первых классах), либо с ожиданием перемен, страха неопределенности будущего, повышенного чувства ответственности за свои действия, боязни не справиться с экзаменами и проч.

Некоторые авторы используют понятия тревоги и тревожности в качестве синонимов, но эти термины традиционно разводят. Хотя они и тесно связаны, основное различие между этими понятиями заключается в том, что под тревогой подразумевают состояние, а под тревожностью - свойство личности: тревожность характеризует личность, которая склонна испытывать состояние тревоги.

Г.М. Бреслав в качестве отличительной черты тревожности выделяет то, что человек, обладающий этим качеством, имеет также и низкий порог чувствительности к стрессовым ситуациям [7]. Ф.Б. Березин пишет о том, что о тревоге могут сигнализировать различные ощущения: ощущение неопределенной угрозы, причем субъекту неизвестно, когда и каким образом это ощущение может возникнуть; чувство смутного опасения и тревожного ожидания чего-то; неопределенное беспокойство [8]. Состояния, сигнализирующие о тревоге, объединяет неясность, рассеянность ощущений. Именно это и отличает тревогу от страха, который является не просто более интенсивным состоянием, но и представляет собой опасение перед чем-то конкретным.

Исследователи различают личностную и ситуативную тревожность. Личностная представляет собой устойчивую характеристику человека, ее уровень влияет на восприятие окружающего мира и отношение к нему (так, человек с высоким уровнем личностной тревожности склонен ожидать негативные последствия от любых событий). Ситуативная тревожность характеризует состояние человека в зависимости от обстоятельств. В контексте поведения личности в процессе обучения нас будет интересовать именно ситуативная тревожность, поскольку она показывает, как человек чувствует себя в конкретной обстановке; в данном случае - как ученик чувствует себя на уроках английского языка.

Интересно, что не существует прямой зависимости между уровнем тревожности человека и тем, к каким последствиям это приводит в различных сферах жизни, в частности, в учебе. Однако считается, что некий минимальный уровень тревожности необходим для того, чтобы личность могла мобилизовать свои силы, использовать интеллектуальные возможности в большей мере.

Для установления взаимосвязи между уровнем учебной мотивации и тревожностью на уроках использовались два опросника. Мотивация учащихся оценивалась с помощью специально составленной анкеты, которая включает в себя вопросы об отношении учеников к урокам английского языка в школе, об их уровне владения английским, о том, по какой причине они учат язык, что им больше всего нравится и не нравится на уроках английского. Эта анкета позволяет выявить общий уровень мотивации учащихся к изучению предмета, а также определить характер этой мотивации. Для оценки уровня тревожности на уроках был выбран опросник Спилбергера-Ханина на ситуативную тревожность, включающий в себя 20 утверждений, описывающих различные эмоциональные переживания - учащиеся должны выбрать, в какой мере они соответствуют их ощущениям на уроках иностранного языка.

Эксперимент, направленный на выявление взаимосвязи между уровнем учебной мотивации и тревожностью на уроках проводился в двух учебных группах по английскому языку 10 классов ГБОУ СОШ №135 с углубленным изучением английского языка Выборгского района города Санкт-Петербурга. В общей сложности в эксперименте приняли участие 19 учеников (6 мальчиков и 13 девочек) в возрасте 15-17 лет.

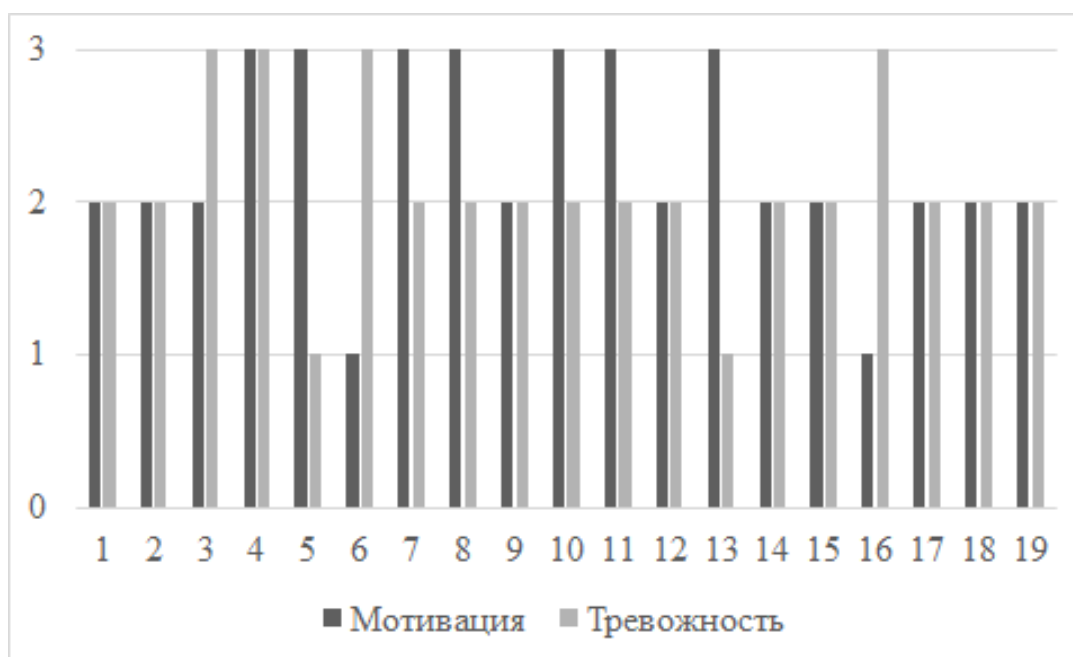


Рисунок 1. Средние значения респондентов

В результате проведенного эксперимента было установлено, что между учебной мотивацией и тревожностью на уроках опрашиваемых учеников существует отрицательная корреляция. Таким образом, чем выше мотивация к предмету, тем ниже тревожность учащегося на уроке по этому предмету. Поскольку в мотивационный блок входили вопросы, касающиеся уровня владения языком, любимых, а также самых неприятных форм работы,

можно вывести некоторые закономерности. Например, учащиеся с более низкой тревожностью отмечали, что посвящают свое время этому предмету, потому что сам язык и культура страны вызывают у них интерес или потому что высокий уровень владения языком пригодится им в будущем. Встречались также и оба этих варианта, отмеченные вместе, что указывает на сочетание внешней и внутренней мотивации у респондентов, выбравших их. Интересно, что опрос не выявил закономерностей между любимой формой работы на уроке и тревожностью учащихся.

Таблица 1.

Корреляция между учебной мотивацией и ситуативной тревожностью

	Мотивация	Тревожность
Мотивация		-,529*
Тревожность	-,529*	

Таким образом, были рассмотрены понятия учебной мотивации и ситуативной тревожности. Мотивация всегда представляет собой сложный, комплексный механизм, определяющий поведение личности в той или иной ситуации, поэтому невозможно дать исчерпывающую схему, иллюстрирующую содержание мотивации. Однако исследователями проблем мотивации предложен ряд интересных теорий об учебной мотивации, знание которых помогает понять эту концепцию. Тревожность оказывает огромное влияние на поведение человека, при этом некоторый ее уровень мобилизует силы в стрессовой ситуации, помогая субъекту с большим успехом решить возникающие проблемы, тогда как чрезмерная тревожность часто приводит к ступору и неудачам. Следовательно, некоторый уровень тревожности необходим для того, чтобы продолжать развиваться в определенной сфере, но все же чувство тревоги следует держать на относительно низком пороге.

Основываясь на данных, полученных в ходе эксперимента, удалось сделать вывод о том, что мотивация к изучению английского языка и тревожность учащихся старших классов на уроках по этому предмету действительно взаимосвязаны: анализ ответов респондентов показывает, что эти две психологические характеристики находятся в обратной зависимости друг от друга. В итоге оптимальными показателями для непрерывного повышения уровня ученика по английскому в школе будут низкая или средняя тревожность в сочетании с высокой внутренней мотивацией. При этом минимальная тревожность, скорее всего, может привести к некоторому регрессу, поскольку учащийся будет уверен в своих знаниях и перестанет испытывать потребность прилагать усилия на уроках, вследствие чего его уровень владения языком со временем будет постепенно снижаться из-за недостаточной практики и отработки навыков.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Carreira J. M. Motivation for learning English as a foreign language in Japanese elementary schools. *Jalt journal*. – 2006. – Т. 28. – №. 2. – С. 135.
2. Ильин Е.П., Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. – Издательский дом " Питер", 2013.

3. Зайцев А.Б. Индивидуально-психологические факторы успешности обучения современных студентов. Психология. Психофизиология. 2013. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/individualno-psihologicheskie-factory-uspeshnosti-obucheniya-sovremennyh-studentov> (дата обращения: 06.03.2021).

4. Papi M. The L2 motivational self-system, L2 anxiety, and motivated behavior: A structural equation modeling approach. System. – 2010. – Т. 38. – №. 3. – С. 467-479.

5. Демидова Л.И. и др. Тревожность студентов вуза и их успешность в учебной деятельности. Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. – 2013. – №. 35-2.

6. Валиева Ф.И. Resilient groups of foreign languages teachers: components and structure analysis. В сборнике: Коммуникация в поликодовом пространстве: лингвокультурологические, дидактические, ценностные аспекты. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2015. С. 52-54.

7. Шевкун А.В. Понятие школьная тревожность в России и за рубежом. Гуманитарный научный журнал. – 2017. – №. 1.

8. Березин Ф.Б. Психическая адаптация и тревога. Психическая и психофизиологическая адаптация человека. - Л., 1988. – С. 13-21.

**Мостовая Вероника Алексеевна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: notnika@mail.ru

**Валиева Фаина Ивановна** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: valieva\_fi@spbstu.ru

## **A STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN MOTIVATION AND ANXIETY OF STUDENTS IN THE CONTEXT OF LEARNING ENGLISH IN A SECONDARY SCHOOL**

**Abstract.** *The article is devoted to the problem of educational motivation in school, exploring its correlation with the anxiety of students in the classroom, as well as to the nature of this correlation. These two psychological characteristics allow us to gain a broader understanding of the student's attitude to the school subject, to identify possible reasons for his success or failure in the classroom. Since the influence of these parameters on the student's academic performance becomes clear, it allows to optimize the educational process at school.*

**Key words:** *motivation, anxiety, teaching foreign languages*

**Veronika Al. Mostovaya** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Russian Federation, Saint Petersburg, Russia; e-mail: notnika@mail.ru

**Fatima Iv. Valieva** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Russian Federation, Saint Petersburg, Russia; e-mail: valieva\_fi@spbstu.ru

### Исследование аппарата издания в оригинальных и переводных собраниях сочинений Кнута Гамсуна

**Аннотация.** *Данная статья посвящена исследованию особенностей и сравнению редакторской подготовки аппарата издания при выпуске собраний сочинений писателей-классиков в отечественной и зарубежной издательской практике. В рамках данного исследования были рассмотрены все имеющиеся в открытом доступе прижизненные и посмертные собрания сочинений классика норвежской литературы, нобелевского лауреата, Кнута Гамсуна, изданные на родине писателя и в России. Помимо этого, нами был проведен сравнительный анализ аппарата рассматриваемых изданий.*

**Ключевые слова:** *аппарат издания, собрание сочинений, редакторская подготовка, Кнут Гамсун, сборник произведений, моноиздание, компаративный анализ*

Собрание сочинений является оптимальным способом знакомства с творчеством автора, углубления знаний о литературном наследии и творческом пути уже известного для читательской аудитории писателя или поэта. Многие современные отечественные исследователи занимаются вопросом отбора элементов аппарата издания при подготовке редактором собраний сочинений в целом. В частности, А. В. Радионова отмечает ограниченность элементов справочного аппарата в полных собраниях сочинений, выпускаемых рядом издательств, в одном томе [1, с. 365]. Особо остро данный вопрос встает в случае работы с переводной литературой. Редакторская подготовка изданий произведений зарубежных авторов — процесс масштабный, трудоемкий и ответственный. От того, как в издании будет преподнесена личность автора, его творческое наследие, зависит восприятие его произведений читателями. Отбор и компоновка произведений должны соответствовать функциональному назначению: если целью издания является первичное знакомство — имеет смысл отобрать лучшие и наиболее значимые произведения, получившие соответствующие литературные премии (поскольку они широко известны); полное издание требует от составителей включения всех произведений (и, возможно, писем и личных дневников); подготовка научного издания предполагает снабжение авторских текстов необходимыми элементами справочно-пояснительного аппарата (предисловием, вступительной статьей, послесловием, комментариями, примечаниями, сопроводительной статьей). Правом принимать решение касательно данных вопросов, однако, обладает составитель отдельно взятого издания.

Целью данной статьи является рассмотрение особенностей редакторской подготовки собраний сочинений зарубежных авторов в России и сравнение данного аспекта в деятельности зарубежных редакторов. Выбор автора для исследования не случаен: Кнут Гамсун — классик норвежской литературы, лауреат Нобелевской премии по литературе за роман «Соки земли» (норв. *Markens grøde*, 1920). Однако в связи с идеологическими

предпочтениями автора (писатель стал на сторону немцев во время оккупации Норвегии), его произведения длительное время не издавались в России.

Отдельный исследовательский интерес вызывает эволюция работы редакторов при подготовке изучаемых изданий: как менялся подход к отбору и компоновке произведений Гамсуна, подача информации об авторе в связи с неоднозначностью его персоны, что оказывало влияние на выбор элементов аппарата издания и их содержательную составляющую.

В ходе работы были рассмотрены многотомные печатные издания на русском и норвежском языках. Основанием для их отбора стала доступность в условиях пандемии коронавируса: собрания сочинений Гамсуна, представленные в каталогах Санкт-Петербургских библиотек и доступные онлайн издания фондов Национальной библиотеки Норвегии. Ряд рассмотренных изданий также был найден в Интернете в виде цифровых копий оригинальных изданий. Ниже представлена краткая характеристика каждого из них.

Согласно данным Национальной библиотеки, в норвежском издательстве Gyldendal («Йиллендал») регулярно переиздавалось собрание сочинений классика. Первое доступное для онлайн-просмотра прижизненное десяти томное издание вышло в печать в 1916 г. (2-е издание — в 1918 г.). На сайте библиотеки представлены 10 томов 1-го издания и 8 томов 2-го, в ходе сопоставления которых можно сделать вывод об их идентичности. Издание 1934-1936 гг. состоит из 17 томов: первые десять дублировали тома предшествующего издания, а в последующие были включены выпущенные в период 1917-1936 гг. произведения: *Markens grøde* («Соки земли», 1917), *Konerne ved vandposten* («Женщины у колодца», 1920), *Siste kapitel* («Последняя глава», 1923), *Landstrykere* («Бродяги», 1927), *August* («Август», 1930), *Men livet lever* («А жизнь идет...», 1933), *Ringen sluttet* («Круг замкнулся», 1936). Еще одной характерной особенностью стало появление сквозной нумерации страниц (предыдущие издания отличались тем, что страницы каждого произведения имели собственную нумерацию).

В посмертном 15-томном издании 1954-56 гг. изменилось расположение материалов в томах. Кроме того, в данное издание вошло последнее произведение Гамсуна — *På gjengrodde stier* («По заросшим тропам», 1949). Его переиздание производилось с небольшими изменениями (которые, в основном, касались графического оформления томов) в 1963-64, 1972-76, 1992, 1997 и 2000 гг. Общей чертой всех упомянутых оригинальных изданий является отсутствие каких-либо элементов справочно-пояснительного аппарата. Содержание (или оглавление) представлено в томах, в которые включено более одного произведения и расположено в конце книги. Количество уровней заголовков находится в прямой зависимости от произведений, размещенных в отдельном томе.

Разумеется, издавались не только собрания сочинений. Электронный каталог Национальной библиотеки Норвегии поддерживает поиск по годам публикации. Так, за период 1880-2020 гг. минимальное число изданий было выпущено в 1880-е (2 наименования), а максимальное (121) — в 1990-е гг. Общее число наименований составляет 541 (в это число входят моноиздания, сборники избранных произведений, учебные издания по курсу литературы) [2]. В частности, он также содержит тома сборников

романов, вышедших в первом, третьем и четвертом десятилетии XX века. Многотомные издания представлены не полностью, однако, можно судить о том, что издания 1933 и 1944 гг. состояли (по меньшей мере) из 13 и 12 томов соответственно. Изданные Gyldendal, они имеют схожее с рассмотренными более подробно томами собраний сочинений оформление.

В 2007-2009 гг. тем же издательством было выпущено собрание сочинений Гамсуна в 27-ми томах. Тексты произведений приведены в соответствии с современной орфографической традицией. В рассмотренных томах данного издания не были обнаружены такие важные элементы аппарата как оглавление или содержание. Тем не менее, каждый том содержит послесловие Ларса Фроде Ларсена — редактора и авторитетного эксперта по творчеству Кнута Гамсуна. Кроме того, за счет включения впервые публикуемых материалов, например, ранних повестей *Den gaadefulde* и *Vjorger*, баллады *Et gjensyn*, а также посвященных политике Ларсу Офтедалю статей, опубликованных в 1889 г. в газете *Dagbladet*, объем данного издания на 30% больше по сравнению с предыдущими [3].

Тома посмертных норвежских изданий имеют общий дополнительный элемент внешнего оформления — суперобложку, на которой размещены иллюстрации и общая информация об издании: имя автора, заголовок, название издательства. Информативность суперобложек последнего издания значительно выше, поскольку на них размещена краткая биографическая справка об авторе, а также информация о произведениях.

Электронный каталог Российской национальной библиотеки содержит 298 наименований на русском языке (в библиотеке доступны 272), среди которых 11 многотомов (1905-1991 гг.), 25 томов книг «Универсальная библиотека» и «Всемирная библиотека» (1900-1930 гг.) и 265 моноизданий (1800-2019 гг.). При этом, пик издательского интереса к Гамсуну пришелся на 1900-1920 гг., в период 1940-1979 издания норвежского классика в каталоге практически не представлены, а в последнее десятилетие заметен очередной рост интереса к творчеству писателя [4].

Первые публикации переводов произведений Гамсуна в дореволюционной России стали основанием для возникновения (и катализатором для развития) интереса к скандинавской литературе [5, с.152]. Так, в начале XX века были выпущены три прижизненных собрания сочинений норвежского классика: в издательствах В. М. Саблина (14 томов, 1905г.), «Шиповник» (12 томов, 1909 г.), «Товарищество А. Ф. Маркс» (5 томов, 1910г.). Отдельно следует отметить, что выпущенные Саблиным в 1908 и 1909 гг. соответственно, 2-е и 3-е издания содержат 12 томов. Для наглядности в таблице 1 приведено содержание томов описываемых изданий:

Таблица 1.

Содержание томов трех дореволюционных изданий

№ тома	1-е издание В. М. Саблина	Издание Т-ва А. Ф. Маркс	Издание «Шиповника»
1	«Рабы любви», «Сын солнца», «Закхей», «По ту сторону океана», «Отъявленный плут», «Отец и сын», «Царица Савская», «Дама из Тиволи», «Тайное горе», «Кольцо», «На улице»,	«Пан», «Из записок лейтенанта Глана», «Смерть Глана», «Виктория. История одной любви», «Мистерии»	«Духовная жизнь Америки»



	«Ен Тру», «Почтовая лошадь», «Рождественская пирушка», «Сочельник в горной хижине», «Шкипер Рейэрсен», «На отмели близ Нью-Фаундленда», «Парижские Этюды»		
2	«Редактор Линге»	«Голод», «Сумасброд», «У врат царства», «Игра жизни», «Вечерняя заря. Эпилог», «Царица Тамара»	«Голод»
3	«Голос жизни», «Маленькие приключения» («Страх смерти», «Уличная революция», «В прерии», «Привидение», «Гастроль»), «Завоеватель», «Виктория»	«Новь», «Редактор Люнге» «Воинствующая жизнь» («На Черном острове», «Александр и Леонарда», «Среди животных», «Ласковой летней порой», «Женская победа», «В дни скитаний»), «В сказочной стране. Переживания и мечты во время путешествия по Кавказу»	«Мистерии»
4	«Голод», «У царских врат»	«Под осенней звездой», «Странник, играющий под сурдинку», «Сиеста», «Закхей», «Пережитые мелочи», «Отец и сын», «Голос жизни», «В городке», «Архиплут», «Лес зимой», «За океан», «Духовная жизнь Америки»	«Новь»
5	«Пан», «Смерть Глана», «Вечерняя заря»	«Бенони», «Роза», «Мункен Вендт», «Дикий хор», «В стране полумесяца»	«Пан», «Смерть Глана», «Сиеста» («В карьолке», «Рождество в горах», «Ен Тру», «Рождественский пир», «Дама от Тиволи», «На улице», «Рейерсен со

			Звезды Юга», «Кольцо», «На отмели», «Совершенно обыкновенная муха средней величины», «Тайное страдание», «Немножко Парижа»)
6	«В сказочной стране», «Лес зимой»		«У врат царства», «Драма жизни», «Закат»
7	«Новь»		«Виктория», «В сказочной стране»
8	«Фантазер»		«Редактор Люнге»
9	«Мистерии»		«Рабы любви», «Победитель», «Захей», «Пережитые малости» («Страх», «Уличная революция», «Привидение», «В прерии», «Лекция»), «Отец и сын. История игрока», «Голод жизни», «Захолустная жизнь», «Архишельма»
10	«Царица Тамара», «Драма жизни»		«Царица Тамара», «Под полумесяцем»
11	«Под осенней звездой», «Борьба страстей»: «На каменном острове», «Александр и Леонарда», «Среди животных», «Летний отдых», «Женщина победила», «Жизнь маленького города»		«Мечтатель», «Воинствующая жизнь» («Остров Черного», «Александр и Леонарда», «Среди животных», «В летнем упоении», «Женская победа», «Дни бродяги»)
12	«Бродячая жизнь», «Духовная жизнь современной Америки»		«Под осенними звездами. рассказ странника»
13	«Бенони»		
14	«Роза»		

Как видно из таблицы, каждый издатель ориентировался на отдельную категорию читателей (о чем свидетельствуют отобранные и размещенные в указанном порядке произведения). Так, наиболее емкое издание Т-ва Маркс было призвано дать общее представление о творчестве норвежца, а вышедшее в «Шиповнике» издание предназначалось уже более опытному читателю — в него включены новые переводы уже знакомых произведений. Кроме того, издание Т-ва Маркс открывает критико-биографический очерк А. А. Измайлова, а издание «Шиповника» завершает статья Зинаиды Венгеровой «Лирик фатализма». Все три издания содержат подстрочные примечания переводчиков.

Однако в послевоенные годы творчество Гамсуна было предано анафеме в связи с идеологическими воззрениями автора. Данный запрет постепенно ослабевал, и в 1970 г., в издательстве «Художественная литература» был выпущен двухтомный сборник избранных

произведений автора. Тем не менее, в связи с цензурой, наложенной общей геополитической обстановкой, включенная в первый том вступительная статья Б. Сучкова недостаточно полно отражает судьбу писателя. В годы перестройки запрет был снят окончательно: в 1993 г. был выпущен ряд изданий, в числе которых сборники «В сказочной стране» («Радуга») «На заросших тропинках» («Старт») [6], также, в период 1991-2000 гг. «Художественная литература» выпустила собрание сочинений в шести томах, в котором наиболее полно представлен справочно-пояснительный аппарат издания: первый том включает вступительную статью Б. Сучкова, последний — сценарную повесть Пера Улова Энквиста «Гамсун». Все тома сопровождаются комментариями А. Сергеева, а оборотные титулы третьего и четвертого томов содержат запись о выпуске данных книг по Федеральной целевой программе книгоиздания в России. При этом, вступительная статья дословно повторяет морально устаревший текст, опубликованный ранее в двухтомнике 1970 г.

Выпущенные издательством «Эй-Ди-Лтд» в 1994 г. пять томов не обозначены как собрание сочинений, хотя во втором и пятом томе содержится рекламное предложение покупки пяти томов настоящего издания с указанием содержания каждого из них: «Дети времени», «Местечко Сегельфосс»; «Соки земли»; «Август», «А жизнь идет..»; «Последняя отрада», «Последняя глава»; «Пан», «Смерть лейтенанта Глана», «Виктория», «Мистерии». Во второй том также включен роман «Женщины у колодца» [7]. Элементы справочно-пояснительного аппарата не обнаружены. Содержание в данном издании не всегда вынесено на отдельную страницу.

Последующие моноиздания (в частности, серия книг «АСТ») не содержат какого-либо сопровождения основного текста, что не способствует раскрытию всей глубины личности автора. Данный факт кажется странным, поскольку многие современные исследователи рассматривают взаимное влияние норвежского классика и гениев русской литературы друг на друга.

Результаты сравнительного анализа аппарата 10 оригинальных и 7 русскоязычных собраний сочинений Кнута Гамсуна стали основанием для следующих выводов:

Прижизненные издания собраний сочинений классика норвежской литературы в обоих рассматриваемых регионах, как правило, включали произведения в хронологическом порядке. Исключением стало издание В. М. Саблина, в котором основанием для объединения произведений в тома стала их тематика.

Издатели дореволюционной России имели особые подходы к отбору и компоновке материалов, обусловленные ориентацией на различные категории читателей

Несмотря на ориентированность норвежцев на сохранение национальной самобытности и интереса к национальной литературе, справочно-пояснительный аппарат в оригинальных собраниях сочинений отсутствовал до выхода приуроченного к 150-летию писателя 27-томника.

Элементы справочно-пояснительного аппарата в той или иной мере присутствовали в каждом из рассмотренных русскоязычных изданий. Тем не менее, запрет публикации произведений Гамсуна в послевоенной России оказал негативное воздействие на качество проработки текстов критико-библиографических статей о творчестве и жизненном пути автора.

Наиболее развернуто справочно-пояснительный аппарат представлен в русскоязычном издании 1991-2000 гг., а также в подготовленном экспертом по Гамсуну Ларсом Ф. Ларсеном оригинальном издании 2007-2009 гг.

Исходя из вышесказанного, можно заключить: существует необходимость издания собрания сочинений норвежского классика на русском языке с более современным осмыслением его творческого и жизненного пути, а также с экспертным сопровождением основного текста.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Радионова А.В. Полное собрание сочинений в аспекте современных издательских стратегий: феномен серийности. Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения: сб. науч. ст. — Томск, 2020. — С. 365-366;
2. Nasjonalbiblioteket: Gratis bøker på nett [Electronic resource — in Norwegian]. — URL: <https://nb.no> (date of treatment: 12.01.2020);
3. Samlede verker av Knut Hamsun [Electronic resource — in Norwegian]. — URL: <https://www.gyldendal.no/skjoennlitteratur/romaner/samlede-verker-1-27-eske-2/p-26070-no/> (date of treatment: 31.01.2021);
4. Книги Кнута Гамсуна [Электронный ресурс]. Электронный каталог РНБ. URL: <https://primo.nlr.ru> (дата обращения: 04.02.2021);
5. Александров А.С. Из истории подготовки собрания сочинений К. Гамсуна в издательстве «Товарищество А.Ф. Маркс» // Русская литература. — 2016. — №2. — С. 152-157;
6. Фрейман Н.Г. Издание К. Гамсуна в России. Вестник Череповецкого государственного университета: сб. науч. ст. — Череповец, 2011. — С. 97-101;
7. Кнут Гамсун: Собрание сочинений в пяти томах. Некоммерческая электронная библиотека “ImWerden”. — URL: <https://imwerden.de/razdel-1000067-str-1.html> (дата обращения: 04.02.2021).

**Мурлатова Екатерина Евгеньевна** - студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [murlatova.ee@edu.spbstu.ru](mailto:murlatova.ee@edu.spbstu.ru)

**Большакова Анна Владимировна** - старший преподаватель; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [fbrj@mail.ru](mailto:fbrj@mail.ru)

#### **RESEARCH INTO THE FRONT MATTER AND END MATTER OF THE ORIGINAL AND TRANSLATED KNUT HAMSUN'S COLLECTED EDITIONS**

**Abstract.** *The article concentrates on the study of particularities and comparison of editorial preparation of the front matter and end matter in the production of works of classical writers in domestic and foreign publishing practice. All open-access pre- and posthumous collected*

*works of Norwegian canonical writer and Nobel-prize winner Knut Hamsun published in Norway and Russia were reviewed as part of the research. In addition, a comparative analysis of the collected editions was carried out.*

**Key words:** *front matter and end matter, collected edition, Knut Hamsun, a collection of works, monoedition, comparative analysis*

**Ekaterina E. Murlatova** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: murlatova.ee@edu.spbstu.ru

**Anna V. Bolshakova** — Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: fbrj@mail.ru

УДК 378

**В.И. Николаева, Л.И. Печинская**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Актуальные проблемы внедрения смешанного обучения в образовательный процесс лингвистов-бакалавров в период пандемии**

**Аннотация.** *Данная статья рассматривает актуальные проблемы внедрения смешанного обучения в учебный процесс лингвистов-бакалавров на примере СПбПУ Петра Великого. Автор анализирует воздействие пандемии на современную систему образования и образовательный процесс, описывает исследование, проведенное с целью оценки эффективности смешанного обучения, а также выявления психологических и технических трудностей, возникших у студентов и преподавателей. В работе изучаются сильные и слабые стороны дистанционного формата, который реализуется в рамках «гибридного» обучения.*

**Ключевые слова:** *смешанное обучение, дистанционное обучение, пандемия*

Как и любая другая сфера деятельности человека, процесс обучения и образование постоянно модернизируются. В настоящий момент, именно смешанное обучение становится все более актуальным в наши дни, а его образовательные возможности и перспективы развития чаще подвергаются исследованиям, так как такой формат способствует оптимизации процесса обучения.

Прежде чем подробнее рассмотреть принципы указанного формата обучения и его проанализировать положительные и отрицательные стороны, мы бы хотели выделить цель данной работы. Целью нашего исследования является выявление актуальных проблем смешанного обучения и его внедрение в образовательный процесс лингвистов-бакалавров в период пандемии.

Под смешанным обучением понимают сочетание традиционного и электронного обучения. Так, оно означает открытость к старым и новым форматам обучения. В зарубежной литературе идею объединения традиционного и электронного обучения в условиях очного класса обозначают несколькими понятиями: *blended learning* (смешанное обучение), *hybrid learning* (гибридное обучение) или *online learning* (онлайн-обучение).

Также данный тип может быть назван интегрированным обучением (integrated learning) или даже мобильным обучением (M-learning) [1].

Явление смешанного обучения еще недостаточно изучено, а его осуществление и непосредственное внедрение в образовательный процесс находится лишь на начальном этапе. Тем не менее, в работах зарубежных ученых можно найти интерпретации данного термина, которые могут помочь лучше разобраться в истинных принципах гибридного обучения. Так, например, довольно часто термин «смешанное обучение» используется для описания решений, в которых комбинируются различные способы представления учебного материала с помощью таких обучающих средств, как курсы, построенные на веб-технологиях и методиках управления знаниями. Также данный термин встречается при описании обучения, сочетающего различные виды учебных мероприятий, включая очное обучение (face-to-face), онлайн электронное обучение (live elearning) и самообучение на рабочем месте (selfpaced learning) [2]. Важно отметить, что отечественные ученые, занимающиеся разработкой методики преподавания, включающую в себя концепцию смешанного обучения, опираются на исследования и работы зарубежных ученых и школ.

Основываясь на анализе термина «смешанное обучение», можно сделать заключение о том, что данный формат включает в себя три компонента:

1) очное обучение: представляет собой традиционный формат аудиторных занятий, осуществляется аудиторное взаимодействие преподавателя и студентов;

2) самостоятельное обучение: предполагает самостоятельную работу обучающихся, которая включает в себя поиск материалов с помощью интернет-ресурсов, работой с источниками, просмотр лекций и вебинаров, самостоятельное изучение и освоение тем;

3) онлайн-обучение: реализация работы студентов и преподавателей в режиме онлайн с использованием информационно-технических средств, проведение онлайн-семинаров и консультаций [3].

Таким образом, мы формулируем авторское определение, составленное на основе изученных источников и научных работ: смешанное обучение — это образовательный формат, включающий в себя обучение с участием преподавателя в процессе очного взаимодействия, онлайн-обучение с использованием современных информационных технологий и самостоятельную работу студентов.

Прежде чем подробнее рассмотреть реализацию дистанционного получения знаний в рамках смешанного обучения, необходимо подчеркнуть, что высшее образование вступило на этап диджитализации еще до пандемии, тем не менее всеобщий карантин и самоизоляция выступили катализатором для данного процесса. Так, в результате возникновения и глобального распространения COVID-19, университетам пришлось внедрить смешанное обучение в образовательный процесс: это означает, что студенты изучают теоретическую составляющую предмета самостоятельно по лекциям, заранее записанным преподавателями, или в формате онлайн встреч. Однако возникает вопрос об эффективности данного формата и возможности изучения конкретных дисциплин данным образом. Ни для кого не секрет, что смешанный формат обучения предполагает не только просмотр лекций и изучение материала, но и самостоятельную работу студентов, возможность использования всех электронных ресурсов, которые есть в университете,

электронных учебников и модульных образовательных программ, дистанционное общение с преподавателями через электронную почту и мессенджеры. Так, на базе СПбПУ Петра Великого активно используется сайт Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment - модульная объектно-ориентированная динамическая учебная среда), который помогает реализовывать связь преподавателей со студентами. На данной платформе размещаются учебные материалы, задания и лекции по конкретной дисциплине, а также ссылки на онлайн-занятия, проходящие на платформе MS Teams [4].

Изучая всевозможные платформы, на которых реализуется дистанционное обучение, мы также решили подробнее рассмотреть проблемы технического и психологического характера. Важно отметить, что на данный момент, усовершенствуя процесс онлайн обучения, возможно повлиять на возникшие технические трудности, в то время как предотвращение проблем, обусловленных психологическими особенностями студентов и преподавателей, потребовало бы гораздо больше времени и задействовало более глубинные исследования. Так, несмотря на то, что вышеупомянутые платформы и современные средства обучения активно используются и обладают рядом очевидных преимуществ, преподаватели и студенты, как уже говорилось ранее, сталкиваются с определенными трудностями в процессе работы с ними. Например, возникают следующие проблемы технического характера: нестабильная работа образовательных платформ и недостаточно эффективная техническая поддержка, неясная структура образовательных курсов, отсутствие полной единой образовательной среды, где находились бы все обучающие материалы, курсы, расписания и реализовывались бы онлайн-семинары, лекции и их записи, а также проблема работы сети интернет. В большинстве случаев перечисленные трудности появляются из-за отсутствия возможности университетов предоставлять качественное и полное техническое обеспечение для реализации эффективного обучения.

Кроме того, мы сталкиваемся с вопросом о психологической готовности студентов в полной мере погружаться в учебный процесс, ведь ни для кого не секрет, что учащиеся, например, не всегда добровольно готовы включать веб-камеры на онлайн-встречах и, фактически, присутствуют на лекциях лишь формально. Можно выдвинуть предположение о том, что это происходит из-за резкого перехода на данный формат обучения и его новизны: многие студенты не привыкли воспринимать информацию в режиме онлайн и продуктивно организовывать собственную работу, адаптируясь под новые условия. Разумеется, это наводит на мысль о низком уровне развития внутриличностных soft skills [5], которые включают в себя навыки адаптивности, тайм-менеджмента, организованности и ответственности. Мотивация также является ключевым фактором эффективной работы и реализации обучения, однако ее отсутствие или резкое снижение сильно сказываются на продуктивной работе студентов. Важно отметить и то, что пандемия определенным образом сказалась на психологическом состоянии как студентов, так и преподавателей: страхи, связанные с вирусным заболеванием, формируют сильную стрессовую ситуацию, в условиях которой могут возникнуть проблемы с концентрацией внимания, тревожность, депрессивное состояние. Кроме того, у некоторых преподавателей порой появляется чувство дискомфорта при проведении занятия «под

запись», а работа со студентами с низкой мотивацией, которые не готовы к самостоятельной работе, находясь в домашних условиях, представляется трудностью.

Для подтверждения всего вышесказанного, нами было решено провести два опроса среди студентов: «Смешанное обучение лингвистов» и «Проведение дистанционных занятий». Целью данных опросов стало выявление психологических трудностей, возникающих у студентов в процессе очных и дистанционных занятий в рамках смешанного обучения и влияющих на эффективную работу учащихся. Суммарно в исследовании участвовало более ста студентов.

Для начала, мы предложили студентам вопрос о том, какое количество преподавателей работают со включенной камерой во время онлайн занятий. Так, большинство опрошенных (62,2%) заявили, что лишь 1-2 преподавателя включают камеры во время дистанционных занятий, в то время как 33,3% рассказали, что все преподаватели работают с камерой, более того, благодаря нашему опросу мы выяснили: только 46,7% студентов занимаются со включенной камерой по просьбе преподавателей, а большая часть не пользуется камерой совсем. Студентам также был предложен вопрос с множественным выбором: «Если включение камеры не обязательно, но желательно, что могло бы помешать Вам это сделать?» 53,3% респондентов выбрали вариант «Мой внешний вид не соответствует рабочему стилю», 46,7% - «Я нахожусь не дома», а 44,4% заявили о проблеме неорганизованного рабочего места, в то же время 35,6% выбрали вариант «Мне некомфортно показывать себя и свое рабочее место». Нами также был предложен следующий вопрос: «Представьте ситуацию: обязательное требование преподавателя – включенная камера в течение всего занятия. Есть ли вероятность того, что вы чаще будете пропускать пары?» – 63% ответили отрицательно, 32,6% - положительно, а 5% затруднились дать конкретный ответ. Обосновать такие результаты мы бы хотели тем, что, на самом деле, студенты готовы организовать себя, свое рабочее место и включать камеру для работы дистанционно, однако ввиду отсутствия такого требования, появляется ряд проблем, таких как снижение мотивации, понижение уровня исполнительской дисциплины, некачественное выполнение обязанностей, более того, отсутствие обязательного требования включения камеры препятствует ощущению присутствия и участия на занятии, что также способствует безынициативности, неуверенности, падению уровня успеваемости и снижению коэффициента усвоения знаний. Поскольку процесс обучения – это не только самостоятельная работа, но и педагогически обоснованная совместная деятельность преподавателя и учащихся, мы считаем, что преподаватели также должны содействовать повышению мотивации студентов путем введения определенных требований.

Кроме того, респонденты отметили (55,1%), что дистанционный формат не способствовал облегчению установки контактов и взаимодействию с преподавателями и сокурсниками. Более того, было выяснено, что главной трудностью, возникающей при онлайн-обучении, стала проблема концентрации внимания при прослушивании лекций онлайн (68,7%), а также низкая мотивация при самостоятельном изучении материала (59,7%); 25,4% студентов сообщили, что им не хватает свободного времени для выполнения всех заданий при совмещении очных и дистанционных занятий.



Анализируя результаты проведенных опросов, можно сделать вывод о том, что студенты не в полной мере готовы к переходу на смешанный формат обучения. Несмотря на все положительные черты гибридного формата, большинство учащихся не располагают достаточно развитыми навыками концентрации во время самостоятельного изучения материала или прослушивания лекции, что значительно снижает продуктивность и эффективность учебной деятельности. Кроме того, снижение мотивации можно, безусловно, объяснить резким и внезапным переходом на смешанный формат, с преобладающим количеством дистанционных занятий в связи с распространяющейся коронавирусной инфекцией, тем не менее, это лишь может указать на низкий уровень адаптивности студентов, который препятствует быстрому и безболезненному приспособлению к изменяющейся ситуации. Также, полученные ответы говорят о необходимости внедрения обязательных требований для студентов со стороны преподавателей, которые, несомненно, способствовали бы повышению мотивации и развитию навыков самоорганизации.

Таким образом, подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод о том, что как студенты, так и преподаватели встретились с проблемами низкой мотивации, снижения качества и эффективности работы, неорганизованности в процессе внедрения смешанного обучения и организации дистанционных встреч в период пандемии, что напрямую связано с недостаточно развитыми soft skills у большинства обучающихся, результатом чего становится значительное снижение уровня продуктивности работы во время занятий и оскудение конечных знаний студентов. Именно поэтому на данный момент мы работаем над созданием рекомендаций для студентов и преподавателей по оптимизации работы и повышению коэффициентов продуктивности. Мы полагаем, что крайне необходимо работать над формированием «гибких» навыков, ведь в конечном итоге это поспособствует улучшению качества обучения и более высоким результатам.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Букейханов Н.Р., Гвоздкова С.И., Бутримова Е.В. Оценка эффективности цифровых технологий преподавания в условиях COVID-19. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-tsifrovyyh-tehnologiy-prepodavaniya-v-usloviyah-sovid-19> (дата обращения: 15.08.2020).

2. Гордиенко Е.П., Гостева С.Р. Проблемы дистанционного обучения в высшем образовании в условиях пандемии. Режим доступа: <https://interactive-plus.ru/e-articles/712/Action712-551567.pdf> (дата обращения: 03.09.2020)

3. Лутфуллаев Г.У., Лутфуллаев У.Л., Кобилова Ш.Ш., Ньматов У.С. Опыт дистанционного обучения в условиях пандемии COVID-19. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-distantsionnogo-obucheniya-v-usloviyah-pandemii-covid-19> (дата обращения: 03.09.2020)

4. Николаева В.И. Актуальные вопросы внедрения смешанного обучения в учебный процесс в период пандемии (на примере СПбПУ Петра Великого). Актуальные проблемы языка и культуры: традиции и инновации. – 2020. – С. 102-108.

5. Nikolaeva V., Novoselova T. The Importance of Developing Soft Skills for Job Placement. 15th International Scientific Conference: Students on their way to science. – Jelgava, 2020. – p. 95 – 96.

**Николаева Владислава Игоревна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Россия, Санкт-Петербург; e-mail: vladislavanik18@gmail.com

**Печинская Лариса Игоревна** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Россия, Санкт-Петербург; e-mail: larisa896@gmail.com

### **THE TOPICAL ISSUES IN THE IMPLEMENTATION OF BLENDED LEARNING INTO THE EDUCATIONAL PROCESS OF THE LINGUISTS DURING THE PANDEMIC**

**Abstract.** *This article examines the current problems of introducing blended learning into the educational process of bachelor linguists Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University case study. The author analyzes the impact of the pandemic on the modern education system and educational process, describes a study conducted to assess the effectiveness of blended learning, as well as detect psychological and technical difficulties faced by students and professors. The paper outlooks the strengths and weaknesses of distance learning, which are conducted within the framework of "hybrid" learning.*

**Key words:** *blended learning, distance learning, pandemic*

**Vladislava I. Nikolaeva** – Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: vladislavanik18@gmail.com

**Larisa I. Pechinskaya** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: larisa896@gmail.com

УДК 81

**Е. О. Ощепкова, Е.Ю. Мамонова**

Пермский национальный исследовательский политехнический университет

### **Маркеры определенности/неопределенности как способы выражения точности в англоязычном банковском дискурсе**

**Аннотация.** *В центре внимания современной лингвистики находятся проблемы институциональной коммуникации, в том числе изучение способов, методов и средств этого вида общения. Банк как важнейший социально-экономический институт играет значимую роль в широком контексте общественной жизни, поэтому данная статья посвящена анализу реализации категории точности речи в логико-семантическом аспекте. В этой работе также определяется специфика банковского документа. На материале англоязычного банковского документа рассматривается понятие текстовых категорий и категории точности речи и выявляются маркеры определенности/неопределённости.*

**Ключевые слова:** *банковский дискурс, банковский документ, категория точности речи, логико-семантический аспект*

Выбор темы и актуальность данной работы обусловлена тем, что изучение институциональных видов общения занимает важное место в социолингвистике, прагмалингвистике и лингвистике текста, вместе с тем банковский дискурс как один из видов институционального общения впервые является объектом лингвистического изучения. Специфика банковского дискурса недостаточно освещена в области лингвистики. Актуальность исследования текстовых категорий является необходимостью для того, чтобы достаточно хорошо разработать методику анализа маркеров определённости/неопределённости как средств выражения категории точности в банковском дискурсе.

Цель состоит в том, чтобы проанализировать реализацию категории точности посредством маркеров определённости/неопределённости в англоязычном банковском дискурсе.

Для достижения данной цели в исследовании были поставлены следующие задачи:

- определить специфику банковского дискурса
- проанализировать текст с помощью текстовой категорией
- выразить отношения определённости/неопределённости относительно категории точности
- рассмотреть точность речи в логико-семантическом аспекте и выразить определённую и неопределённую знания в данном аспекте в рамках документа «Соблюдение неприкосновенности частной жизни» АО КБ Ситибанка
- провести анализ банковского документа посредством маркеров определённости/неопределённости, служащим выделению понятия из группы понятий, маркеров градационного типа связи и акцентуаторов

Решение поставленных в работе задач осуществлялось на основе применения описательного метода, включающего прием сопоставления и обобщения, и анализа дискурса. Кроме того, в исследовании использовался теоретический анализ научной литературы.

Материалом исследования послужил банковский документ «Соблюдение неприкосновенности частной жизни» АО КБ Ситибанка

Научная новизна результатов исследования заключается в том, что был проведен комплексный анализ выражения определенности/неопределенности знания в логико-семантическом аспекте в рамках банковского документа. Теоретическая значимость заключается в создании методики анализа маркеров определённости/неопределённости как средств выражения категории точности в банковском дискурсе. Практическая ценность работы обусловлена тем, что результаты исследования могут быть применены в вузах на курсах теории коммуникации, теории дискурса, социолингвистике и лингвистике текста.

В центре внимания современной лингвистики находятся проблемы институциональной коммуникации, в том числе изучение способов, методов и средств этого вида общения. Повышенный интерес исследователей к данной проблематике обусловлен актуальностью вопросов социального и институционального взаимодействия членов

современного общества и его институтов. Важнейшим элементом современной экономической системы является банковское дело. Банк как важнейший социально-экономический институт играет значимую роль в широком контексте общественной жизни.

Банковский дискурс в системе институционального дискурса представляет собой вербализацию интерактивной деятельности участников общения в координатах статусно-ролевых отношений деятельности банка как института, важнейшими факторами которого являются: участники дискурса - банк как общественно-экономический институт и социопрагматически связанный с ним коммуникант, которые во взаимодействии реализуют различные комбинации статусно-ролевых характеристик; коммуникативные стратегии дискурса, обусловленные характеристиками адресата.

Для анализа англоязычного банковского документа следует рассмотреть понятие текстовых категорий и категории точности (определённости/неопределённости знания). В. В. Одинцов выразил: «Чем полнее, глубже, детально описывать лексико- семантические и грамматические признаки стилей, тем менее ясной становится стилистическая специфика каждого из видов речи» [1, с.16]. Единицы лингвистического анализа получили различные наименования, но чаще всего функционально-смысловое единство в составе текста или класса текстов обозначается на основе общенаучного термина «категория».

В отношениях дополнительности с объемной категорией целостности текста находится столь же объемная категория точности речи научного знания. Знание должно быть точно эксплицировано в соответствии его онтологическому, методологическому и аксиологическому аспектам, а также должно быть конкретным посредством выражения определенности/ неопределенности содержания и объема развиваемых понятий, отношений между ними в процессе характеристики, классификации, обоснования и т.д. М.П. Котюрова считает, что точность речи - это категория, охватывающая все содержание текста, поэтому все рассмотрение требует ограничения. [2, с.122] Более того, она предполагает наличие определений терминированных понятий, которые могут быть даны полностью, частично или вообще никак на данном этапе разработки понятия. С такой вариативностью познавательно-коммуникативной ситуации соотносится зона неопределенности, вернее, определенности/неопределенности выбора языковых единиц для точной характеристики.

Эпистемическое содержание научного текста упорядочивается логическим компонентом речемыслительной деятельности. Чтобы ясно, точно передать логический каркас содержания мысли, следует говорить о логико-семантическом аспекте точности научного текста. Существует 3 группы маркеров определенности/ неопределённости в данном аспекте, первая из которых - выделение понятия из группы понятий (один из, большинство и пр.), вторая - градационный принцип связи (один из, всякий, ..., серийное употребление), а третья – акцентуаторы двух типов: с указанием на предшествующие понятия и контекстуального типа.

По словам С. П. Кушнерука «в официально- деловом стиле документ становится одним из основных объектов исследования; Кроме содержание важными становится его единицы форма, возможные диапозона его изменяемости и классифицирующие признаки». [3, с. 42]. Поэтому чтобы проанализировать реализацию категории точности речи в логико-

семантическом аспекте посредством маркеров определённости/неопределённости, мы взяли банковский документ «Соблюдение неприкосновенности частной жизни» АО КБ Ситибанка. АО КБ «Ситибанк» — один из первых банков с иностранным капиталом, целью которого является сохранение доверия клиентов и уверенности в АО КБ «Ситибанк» при использовании банком персональных данных [4]. Согласно правовому банковскому документу «Соблюдение неприкосновенности частной жизни» АО КБ Ситибанка, «соблюдение сохранности Ваших персональных данных является нашим приоритетом» [5].

В двух отрывках из банковского документа «Соблюдение неприкосновенности частной жизни» в АО КБ Ситибанка нами было выявлено 28 фрагментов, содержащих маркеры определённости/неопределённости, через которые выражается категория точности. 23 из них служат выделению понятия из группы понятий, но мы рассмотрим только по 2 фрагмента из каждой группы, в которых были выявлены маркеры определённости и неопределённости.

for any reason - по каким-либо причинам (неопределенность) a similar system - аналогичной системы (определенность)	As a source of information on price movements, Citibank may use data from Reuters or, if the required data is not available <b>for any reason, a similar system.</b>
Certain - некоторые (неопределенность) e.g. - например (определенность) different – разных (неопределенность)	The Customer understands that <b>certain</b> Bank Card transactions (e.g. transactions in different currencies or transactions involving the use of ATMs or different payment systems and certain other transactions) may result in...

В рассматриваемых нами примерах, мы можем увидеть маркеры неопределённости (for any reason, certain, different) и маркеры определённости (a similar system, e.g.). Таким образом, чтобы точно передать мысль, автор использовал языковые средства, которые выделяют, ограничивают группу понятий.

Ко второй группе (градационному принципу связи) относятся 8 маркеров определённости/неопределённости, 2 из которых встречаются в следующих отрывках:

all accounts – всех счетов (определенность) - certain types of accounts - некоторые виды счетов (неопределенность)	The Banking Services Agreement shall govern the opening and maintenance by Citibank of <b>all accounts</b> to be opened for the Customer... <b>Certain types of accounts</b> , banking services or financial products may be offered by Citibank to the Customer subject to separate agreements...
---	--

<p>certain other transactions - ряд других операций (неопределенность) - such transactions - соответствующие операции (определенность)</p>	<p>The Customer understands that <b>certain</b> Bank Card <b>transactions</b> (e.g. transactions in different currencies or transactions involving the use of ATMs or different payment systems and certain other transactions) may result in the Customer going overdrawn or exceeding his/her credit limit (a “technical overdraft”), including due to applicable foreign exchange rates and/or fees, commissions and charges as may be established by Citibank or other banks, financial institutions and/or payment systems through which <b>such transactions</b> are processed.</p>
--	---

В данной группе маркеры (all accounts, such transactions) выражают определённую и маркеры (certain types of accounts, certain other transactions) выражают неопределённость. Можно заметить, что градационный принцип связи рассматриваемых языковых единиц позволяет расположить их в виде ряда с определенной семантикой: с учетом объема понятия.

И наконец к третьей группе относятся акцентуаторы, 5 из которых были нами выявлены в 28 отрывках документа. Нижеприведенный маркер определённости указывает на предшествующие понятия:

<p>Also – также (определенность)</p>	<p>Citibank may also refuse to make the amount under the Credit Agreement available to the Customer if circumstances clearly indicate that the borrower is unable to repay the credit when due.</p>
--------------------------------------	---

В данном контексте маркер определённости (also) стал средством, указывающим на предшествующее понятие, тем самым выделяющим его.

Всего 2 маркера являются маркерами контекстуального типа, 1 из которых можно увидеть ниже:

<p>one of the following two ways- одним из двух указанных ниже способов (определенность)</p>	<p>The global spot foreign exchange market rate to which a commission/spread will be applied may be determined by Citibank in <b>one of the following two ways:</b> ...</p>
--	---

Маркер определённости (one of the following two ways) является акцентуатором, зависящим от контекста отрывка.

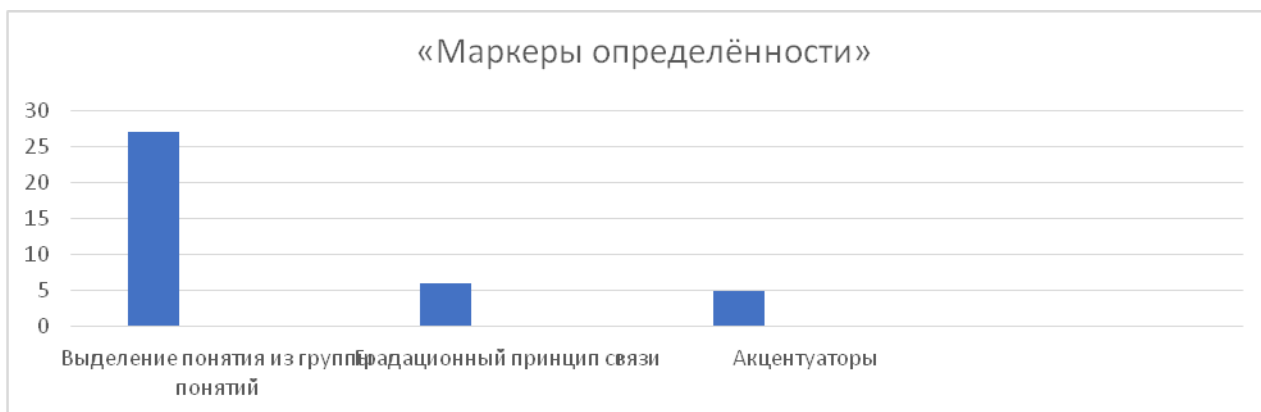


Диаграмма 1. Маркеры определённости.

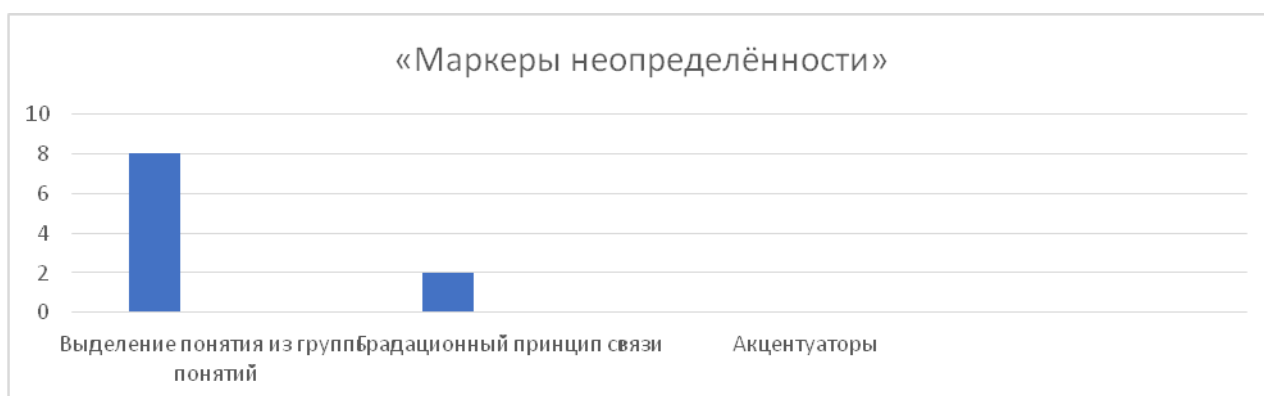


Диаграмма 2. Маркеры неопределённости.

Диаграмма 1 отображает соотношение типов маркеров определённости. На следующей диаграмме можно идентифицировать соотношение маркеров неопределённости.

Нами были рассмотрены маркеры определённости/неопределённости трех групп, через которые выражается категория точности, а также был проанализирован англоязычный банковский документ «Соблюдение неприкосновенности частной жизни» АО КБ Ситибанка. Опираясь на данные диаграммы 1 и 2, мы установили, что маркеров определённости существенно больше, чем маркеров неопределённости. Из этого следует, что в банковском документе знание эксплицируется и является конкретным, точным средством выражения определённости/ неопределённости содержания и объема развиваемых понятий, отношений между ними в процессе характеристики, классификации, обоснования и т.д.

Таким образом, логика семантическая сторона точности речи гармонирует со специфическим содержанием научной речи - научным знанием, основу (каркас) которого составляют понятия о реальных и идеальных предметах и их логических отношениях. Несмотря на то, что поставленная нами цель была выполнена, мы всё-таки считаем нужным продолжить исследование.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.– 299 с.
2. Котюрова М.П. Стилистика научной речи. М.: Академия. – 2010. – Т. 240. – С. 237

3. Кушнерук С.П. Документная лингвистика (русский деловой текст): Учебное пособие. – Волгоградский государственный университет, 1999. 96 с.

4. Соблюдение неприкосновенности частной жизни в АО КБ «Ситибанк» [Электронный ресурс]. Условия банковского обслуживания физических лиц. URL: [https://www.citiselect.ru/russia/pdf/rus/privacy\\_blue\\_rus.pdf](https://www.citiselect.ru/russia/pdf/rus/privacy_blue_rus.pdf) (дата обращения: 19.02.2021)

5. АО КБ «Ситибанк» [Электронный ресурс]. О Ситибанке. URL: <https://www.citibank.ru/russia/citigroup/rus/about.htm> (дата обращения: 23.02.2021)

**Ощепкова Екатерина Олеговна** – студент бакалавриата; кафедра «Лингвистика, перевод и переводоведение», Пермский национальный политехнический университет; Пермь, Россия; e-mail: e-oshchepkova19@mail.ru

**Мамонова Елена Юрьевна** – доцент; кафедра «Лингвистика, перевод и переводоведение», Пермский национальный политехнический университет; Пермь, Россия; e-mail: mamonovael@mail.ru

#### **CERTAINTY / UNCERTAINTY MARKERS AS WAYS OF EXPRESSING ACCURACY IN ENGLISH BANKING DISCOURSE**

**Abstract.** *Modern linguistics is concentrated on the problems of institutional communication, including the study of the ways, methods and means of this type of communication. The Bank, as the most important socio-economic institution, plays a significant role in the broad context of public life, therefore, this article is devoted to the analysis of the implementation of the category of speech accuracy in the logical - semantic aspect. This work also defines the specifics of a banking document. Based on the material of an English-language banking document, the concept of text categories and categories of speech accuracy are considered and markers of certainty / uncertainty are identified.*

**Keywords:** *banking discourse, banking document, speech accuracy category, logical-semantic aspect*

**Ekaterina O. Oshchepkova** - Perm National Polytechnic University, Perm, Russia; e-mail: e-oshchepkova19@mail.ru

**Elena Yu. Mamonova** - Perm National Polytechnic University, Perm, Russia; e-mail: mamonovael@mail.ru

УДК 811.111

**П.Д. Пастернак, М.А. Кузина**

Московский педагогический государственный университет

#### **Словарная статья с прецедентным именем в качестве заголовочного слова: принципы построения**

**Аннотация.** *В статье представлена проблематика изучения прецедентных имен в связи с необходимостью их лексикографического описания в толковых и переводных учебных словарях. Цель проведенного исследования – составление типовой схемы построения словарных статей с прецедентным именем в качестве заголовочного слова в англо-русских и*



англо-английских словарях. Особое внимание уделяется эффективности лексикографического описания, а именно: полноценности дефиниции/перевода, наличию примеров употребления, присутствию этимологического или культурологического комментария.

**Ключевые слова:** прецедентное имя, словарная статья, переводной словарь, толковый словарь

Несмотря на то, что само понятие «прецедентное имя» предполагает отсутствие необходимости разъяснения стоящего за ним значения, благодаря его широкой известности представителям определенного лингвокультурного сообщества [1, с. 9], тем не менее, существует необходимость включения прецедентных имён как в переводные, так и в толковые словари. Во-первых, эта необходимость возникает вследствие того, что достаточно многие прецедентные имена носят значимый характер только для людей, принадлежащих к определенному лингвокультурному сообществу, следовательно, при чтении переводных произведений, содержащих подобные прецедентные имена, трудно говорить о таком же уровне понимания как у реципиентов оригинальной версии произведения. Во-вторых, даже внутри одного лингвокультурного сообщества степень осведомленности о тех или иных прецедентных именах может существенно варьироваться в зависимости от пола, возраста, полученного образования и многих других социологических факторов, что влечет за собой необходимость фиксации данных лексических единиц в толковых словарях.

В настоящей статье делается попытка рассмотрения особенностей построения статей с прецедентным именем в качестве заголовочного слова на материале англо-английских и англо-русских словарей. Подобные статьи можно найти в лингвострановедческих и лингвокультурологических словарях, а также в словарях персоналий и словарях аллюзий. Между аллюзией и прецедентным именем можно провести параллель, так как «приём аллюзии состоит в соотношении предмета общения с ситуацией или событием, описанным в определенном тексте, без упоминания этого текста и без воспроизведения значительной его части, т.е. на содержательном уровне» [2, с. 41]. Из этого следует, что, как и прецедентное имя, аллюзия не требует дополнительных пояснений, ведь предполагается, что её коннотация либо хороша известна реципиенту, либо легко выводима из контекста.

Специфика построения словарных статей с заголовочным словом – прецедентным именем хорошо видна на примере статей о вероятно самом известном вымышленном детективе Шерлоке Холмсе. Прецедентный статус этого имени неоспорим, ведь за свое более, чем столетнее существование лондонский частный сыщик стал «самым экранизируемым литературным героем», что было отмечено в Книге рекордов Гиннеса [3, с. 223]. Большое количество экранизаций, в свою очередь, популяризовало образ Шерлока Холмса далеко за пределами лингвокультурного сообщества Великобритании, для которого этот персонаж стал настолько значим, что включается во многие толковые словари.

Например, в словаре «Oxford Guide to British and American Culture» статья о Холмсе выглядит следующим образом:

«Sherlock **Holmes** /,ʃɜːlɔk 'hɒmz; AmE ʃɜːrlɑːk 'hɒmz/ a private \*detective in the stories of Arthur \*Conan Doyle. Holmes is able to solve crimes and mysteries using his powers of

observation and deduction (=logical thought), sometimes without leaving his flat/apartment in \*Baker Street, and often to the amazement of the police and his friend Dr \*Watson. People often say, 'Elementary, my dear Watson,' when they think that a problem is easy to solve, although Holmes never actually says this in any of the stories. He is often shown wearing a special type of hat called a *deerstalker* and smoking a curved pipe. He also plays the violin and sometimes takes drugs. The Sherlock Holmes stories are still very popular and have been filmed many times: *I'm afraid I'm no Sherlock Holmes* (=I cannot solve the problem, etc.) [4, с. 257].

Эта достаточно подробная словарная статья включает в себя заголовочное слово, фонетическую транскрипцию в британском и американском вариантах произношения и дефиницию, содержащую культурологический комментарий, пример употребления прецедентного имени, дополнительное пояснение вероятного непонятого термина («дедукция»), а также указание на связанные словарные статьи, оформленное графически при помощи типографского знака «звездочка» (\*).

В «Новом словаре культурной грамотности» Э.Д. Хирша статья об этом же литературном герое имеет следующий вид:

«**Holmes, Sherlock** A fictional detective, created by Sir Arthur Conan Doyle. Holmes's extraordinary powers of memory, observation and deduction enable him to solve mysteries and identify criminals in cases that leave all other detectives baffled. His companion is Dr. Watson, who records his exploits. Holmes is often mistakenly quoted as saying, "ELEMENTARY, MY DEAR WATSON." \*Figuratively, any shrewd detective can be called Sherlock Holmes, or simply Sherlock» [5, с. 127]

Если сравнить эту словарную статью, со статьей в оксфордском словаре, то можно увидеть, что в ней отсутствует фонетическая транскрипция, а дефиниция не включает ни описание внешности детектива, ни его привычек. Фраза «Elementary, my dear Watson» поясняется не в этой же словарной статье, а вынесена отдельно, на её существование указывает начертание фразы капителью (малыми заглавными буквами). Вместо примера употребления прецедентного имени в тексте приведен пример ситуации, в которой это имя может быть использовано как нарицательное.

«Оксфордский словарь аллюзий», в отличие от предыдущих словарей, организован не по алфавиту, а тематически. В данном словаре приведено две словарные статьи о Шерлоке Холмсе. Первая статья помещена в раздел «Детективы»:

«**Sherlock Holmes** Sherlock Holmes is an extremely perceptive private detective in a series of stories by Arthur Conan Doyle. Holmes's exceptional powers of observation and deductive reasoning enable him to solve the seemingly impenetrable mysteries that are brought to him by troubled clients. Probably the most famous fictional detective of all, Holmes plays the violin, smokes a pipe, has an opium habit, and wears a deerstalker. He is a master of disguise.

Holmes is assisted by his stalwart associate, Dr Watson, with whom he shares rooms at 221B Baker Street, London. His arch-enemy is the criminal mastermind Professor Moriarty. One story ends with Holmes and Moriarty grappling together above the Reichenbach Falls and the former apparently plunging to his death there. In fact Conan Doyle subsequently resurrected his hero for further adventures.

They were curious. Something was fishy. They tried some amateur Sherlocking by asking the same question twice, expecting us to make a slip.

JACK KEROUAC *On the road*, 1957

At once I took up my pipe, violin and deerstalker like a veritable Sherlock. I have always been an X-marks-the-spot man. 'Let's go and revisit it,' I said briskly.

LAWRENCE DURRELL *Clea*, 1960

You were all right as a jockey. You should give up this pretence of being Sherlock Holmes

DICK FRANCIS *Come to Grief*, 1995» [6, с.105-106]

Статья об этом же персонаже в разделе «Умственные способности» («Intelligence») [там же, с. 217] повторяет первые два предложения из приведенной выше статьи и содержит три других примера употребления этого прецедентного имени в художественной литературе, что является несомненным достоинством данного словаря, так как эти примеры дополнительно доказывают прецедентный характер рассматриваемого имени.

Среди недостатков этого словаря можно отметить отсутствие фонетической транскрипции и отсутствие ссылки на связанную статью о профессоре Мориарти, находящуюся в разделе «Преступники» («Criminals»).

Среди англо-русских словарей, содержащих словарные статьи с этим прецедентным именем в качестве заголовочного слова можно выделить «Англо-русский словарь персоналий» Ермоловича Д.И.:

«**HOLMES, Sherlock** Шёрлок Холмс, в детективных рассказах и повестях А. Конан Дойла частный сыщик. Его «дедуктивный метод» основан на безупречной логике и учете мельчайших деталей дела

\* пронизательный, эрудированный следователь

His eyes were going over mu face line by line..., like *Sherlock Holmes* with his magnifying glass or *Thorndyke* with his pocket lens (*R. Chandleri*)

Он рассматривал каждую деталь у меня на лице..., словно *Шерлок Холмс* с его увеличительным стеклом или *Торндайк* с его карманной лупой.

Is there a link between dying lakes and distant factories? Scientists seek proof in a wilderness. *Sherlock Holmes* was never more inventive than the sleuths now tracking the mystery killer of the Adirondack lakes – acid rain (*US News and World Report*, 1985)

Есть ли связь между гибелью озер и работой заводов, находящихся на значительном удалении? Ученые ищут ответ на этот вопрос, как иголку в тоге сена. *Шерлок Холмс* и тот не был столь изобретателен, как исследователи, пытающиеся напасть на след загадочного убийцы озер в горах Адирондак — кислотного дождя.

'The thing is – what to do next', she said. 'It seems to me we've got three angles of attack'. 'Go on, *Sherlock*.' (*A.Christie*)

«Вопрос в том, как быть дальше, – сказала она. – Мне кажется, можно подойти к делу с трех сторон». – «Продолжайте, *Шерлок*»» [7, с. 165]

Фонетическая транскрипция в данной словарной статье отсутствует, вместо неё дано графическое выделение ударения. Дефиниция заметно сокращена, по сравнению с англо-английскими словарями за счет отсутствия описания атрибутов, прочно ассоциируемых с этим персонажем (трубка, скрипка, головной убор) и пересказа событий романов Конан

Дойла, как в оксфордском словаре аллюзий. Примеры употребления этого прецедентного имени сопровождаются переводом, что позволяет русскоязычному читателю лучше понять контекст употребления этого прецедентного имени.

Анализ вышеуказанных словарей показал, что для англо-английских словарей типовая схема организации словарной статьи с прецедентным именем в качестве заголовочного слова имеет следующий вид:

1. Заголовочное слово;
2. Фонетическая транскрипция (в случае существования отличий между британским и американским вариантами произношения, приводится две транскрипции с обязательной пометой *AmE* для второго варианта);
3. Годы жизни (для реального исторического лица);
4. Дефиниция, включающая в себя род деятельности, источник возникновения (для вымышленных персонажей), наиболее известные творения (для писателей, музыкантов, художников и т.п.), культурологическое значение, стоящее за прецедентным именем, например «shrewd detective» для прецедентного имени «Шерлок Холмс».

В случае наличия связи с другими словарными статьями с прецедентными феноменами, например прецедентными именами (Moriarty) или прецедентными текстами («Elementary, my dear Watson»), ссылки на эти статьи оформляются графически при помощи типографского знака или способа начертания, в зависимости от принципов оформления словаря.

5. Примеры употребления заголовочного слова в художественных и/или публицистических текстах в качестве прецедентного имени с обязательным указанием автора текста-реципиента или источника, где он был издан, а также опционально названия произведения и года издания. Количество примеров может варьироваться от одного до трех.

В англо-русских словарях эта схема будет иметь схожий вид:

1. Заголовочное слово на языке оригинала;
2. Перевод на русский язык с обязательным указанием ударения для многосложного слова;
3. Дефиниция на русском языке организованная по тому же принципу, что и в англо-английских словарях;
4. Примеры употребления заголовочного слова в художественных и/или публицистических текстах на английском языке в качестве прецедентного имени в количестве от одного до трех, сопровождаемые переводом на русский язык. При этом, если цитаты были взяты из опубликованных переводов обязательно указание на переводчиков. Если же перевод выполняется составителем(-ями) словаря, то необходимость в таком указании отсутствует.

Подводя итоги, следует подчеркнуть обязательность пояснительного перевода примеров употребления прецедентного имени в текстах-реципиентах и предпочтительность включения культурной информации о прецедентном имени в дефиницию в толковых словарях, что обеспечит эффективное понимание стоящей за прецедентным именем лингвокультурологической информации. Более корректного понимания этой информации

можно достичь за счет расширения иллюстративной части словарной статьи с одного примера до двух-трех.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Курбакова Ю.В. Национально-прецедентные феномены и единицы с метафорическим значением в СМИ : на материале современных американских журналов : автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 10.02.04 / Моск. пед. гос. ун-т. - Москва, 2006. - 18 с.
2. Слышкин Г.Г. От текста к символу [Текст] : лингвокультур. концепты прецедент. текстов в сознании и дискурсе : [монография]; Моск. гос. лингвист. ун-т. Науч.-учеб. центр яз. и культуры Север. Евразии им. князя Н. С. Трубецкого. - Москва : Academia, 2000. - 125 с.
3. Glenday C. Guinness World Records 2012. London: Guinness World Records, 2011. 287 p.
4. Crowther J., Kavanagh K. Oxford Guide to British and American culture: for learners of English. Hong Kong: Oxford University Press, 1999. 601 p.
5. Hirsch E.D. Jr., Kett J.F., Trefil J. The New Dictionary of Cultural Literacy. New York: Houghton Mifflin Company, 2002. 647 p.
6. Delahunty A., Dignen S., Stock P. The Oxford Dictionary of Allusions. New York: Oxford University Press. 2001. 453 p.
7. Ермолович Д.И. Англо-русский словарь персоналий. — М.: Рус. Яз., 1993 – 336с.

**Пастернак Полина Дмитриевна** – аспирант; кафедра «Фонетика и лексика английского языка», Московский педагогический государственный университет; Москва, Россия; e-mail: pasternak.p.lina@gmail.com

**Кузина Марина Анатольевна** – доцент; кафедра «Фонетика и лексика английского языка», Московский педагогический государственный университет; Москва, Россия; e-mail: kouzina-marina@yandex.ru

#### DICTIONARY ENTRY FOR AN ALLUSION: MAJOR STRUCTURAL PRINCIPLES

**Abstract.** *The article highlights the major issues in the theory of the allusion in the light of the need of systematizing the major principles of the dictionary entries for allusions in bilingual and monolingual English learners' dictionaries. The aim of the undertaken research is to outline a typical scheme of a dictionary article with an allusion as the headword. A special emphasis is made on the sufficiency of the definition of the translation given, illustrative examples and etymological/cultural commentary.*

**Key words:** *allusion, dictionary entry, bilingual dictionary, monolingual dictionary*

**Polina D. Pasternak** – Moscow Pedagogical State University; Moscow, Russia; e-mail: pasternak.p.lina@gmail.com

**Marina A. Kuzina** – Moscow Pedagogical State University; Moscow, Russia; e-mail: kouzina-marina@yandex.ru

**Функциональные особенности использования терминологической лексики в романе А. Хейли “The Final Diagnosis”**

**Аннотация.** Настоящая статья посвящена исследованию функциональных особенностей использования терминологических единиц в художественном произведении на современном английском языке. Рассматриваются понятие термина и производственного романа. Анализируется специфика использования и функционирования терминологических единиц в контексте производственного романа А. Хейли “The Final Diagnosis”. Статья раскрывает специальные функции терминов вне традиционной научной среды – функцию создания научного колорита и образную функцию. Актуальность работы обусловлена растущим интересом к феномену функционирования терминологической лексики в художественном тексте. Материалом для работы явилось произведение “The Final Diagnosis” (Артур Хейли). Во время работы были использованы следующие методы исследования: метод реферирования теоретической литературы по проблематике и контент-анализ.

**Ключевые слова:** термин, художественный текст, производственный роман

На сегодняшний день нельзя утверждать, что существует единое и универсальное определение понятия «термин». Большое количество исследований в современном языкознании и терминоведении свидетельствует о различных подходах к определению термина ввиду «многогранности и многоаспектности данного лингвистического явления» [1, с.1]. Б.Н. Головин и Р.Ю. Кобрин определяют термин как «слово или подчинительное словосочетание, имеющее специальное значение, выражающее и формирующее профессиональное понятие и применяемое в процессе познания и освоения научных и профессионально-технических объектов и отношений между ними» [2, с.5].

К термину традиционно выдвигается ряд определенных требований, которые обуславливают его функциональность в той или иной среде. Среди таких требований обычно выделяют «однозначность, точность, краткость, системность, эмоционально-экспрессивная нейтральность, отсутствие модальной и стилистической функции, безразличие к контексту, конвенциональность, отсутствие синонимов и омонимов в пределах одной терминосистемы и т.д.» [1, с. 1]. Стоит отметить, что термины не всегда возникают в языке на основании ранее упомянутых требований. В частности, наличие синонимов и омонимов порождает различные языковые проблемы, связанные с интерпретацией и определением термина. Однако некоторые ученые придерживаются мнения о том, что «все случаи отклонения от моносемичности термина описываются как явления его неверного употребления, а отнюдь не как возможно его свойство (полисемичность)» [3, с. 80].

Функционирование терминологических единиц уже давно не ограничивается исключительно специальной литературой. На протяжении последних десятилетий термины все чаще используются в совершенно нетрадиционной среде, а именно – в художественной

литературе. «Термины употребляются в литературе, как в авторской речи, так и в речи героев, во внутренних монологах и публицистических отступлениях. Широкий ввод терминов в ткань художественного произведения характерен именно для литературы нашего столетия [4]. Художественный текст раскрывает потенциал терминологической лексики, которая не просто называет конкретные предметы и явления, но и выполняет ряд стилистических функций, необходимых для раскрытия образов героев, а также развития сюжета. Однако «далеко не все термины специальной сферы использования входят в литературный язык, а лишь те немногие, которые выражают понятия, преодолевшие профессиональную ограниченность и приобретшие с течением времени общечеловеческую значимость» [3, с.111].

Невозможно рассматривать термины вне традиционной сферы употребления согласно выдвинутым требованиям. Выход за рамки привычного функционирования обеспечивает расширение возможных границ применения и интерпретации терминологических единиц, потенциал которых расширяется при подобных обстоятельствах. То есть использование терминов в художественном тексте крайне продуктивно, так как «эти тексты обладают большим терминологическим потенциалом, позволяющим проработать данный вид лексики, обсудить нетипичное употребление терминов <...>, повысить осведомленность о различных культурах» [5, с. 6].

Отметим, что в сфере реального функционирования, в особенности в художественном тексте, в качестве терминов могут выступать не только имена существительные, но и слова других частей речи; что в устной или письменной речи действует принцип лексической экономии и многословные термины в процессе их функционирования подвергаются различным типам трансформации [4].

Поскольку «знакомство с терминологической лексикой происходит более эффективно в процессе анализа ее функционирования в языковой среде, то есть в тексте» [6, с.3], целесообразно рассматривать и анализировать термины в контексте определенного художественного произведения. Обратимся к творчеству канадского писателя А. Хейли и, в частности, к его роману “The Final Diagnosis”, в котором термины являются ключевым инструментом повествования.

Стоит отметить, что произведения А. Хейли написаны в жанре производственного романа, который можно определить, как «литературное произведение, для которого характерен органичный синтез терминологической лексики, узкопрофессиональных понятий (в зависимости от описываемой сферы деятельности) и художественного текста, а также использование всего спектра средств языковой выразительности» [6, с.285]. А. Хейли является популяризатором жанра, поскольку он активно работал в данном направлении и достиг наивысшей точки его развития.

Роман “The Final Diagnosis” повествует о жизни внутри одной клиники, следовательно содержит большое количество медицинских терминов, обеспечивающих органичное, логичное развитие сюжета, и на примере использования терминологической лексики «можно проследить, как автор использует разные стили, и как термины “вживляются” в чужую ткань художественного произведения» [5, с. 3].

Первая и основная функция терминов во всех произведениях А. Хейли, в том числе в “The Final Diagnosis” – это средство создания научного, медицинского колорита. В этом случае термины как бы вкрапляются в повествование посредством диалогических или монологических высказываний персонажей или описаний, которые дают объективную оценку событиям. Важно отметить, что в большинстве случаев значение используемых терминов не уточняется, даже если термин является узкопрофильным и незнакомым для читателя, так как подобные объяснения «способствуют разрушению художественной ткани повествования» [4, с. 252]. Рассмотрим пример:

“Together the *intern* and *scrub nurse* draped the patient with a *sterile* green sheet until only the *operative portion* of the leg remained exposed. Lucy then began the final prepping, painting the *surgical area* with alcoholic *zephiran*” [7]. Большинство терминов, использованных автором в данном отрывке, являются общеупотребительными и известными для читателя, например, “intern”, “nurse”, “sterile”. Автор описывает процесс подготовки к ампутации конечности, поэтому в данном случае термины нацелены исключительно на создание необходимой обстановки. Повествование ведется от третьего лица, поэтому термины сохраняют свойственную им безэмоциональность, точность и краткость, исключительно «оживляя» описание, делая его более реалистичным.

Следующий пример логически и сюжетно продолжает первый отрывок.

“The *stump* of her thigh was healing well; there was still some *localized pain* and inevitable *soreness*, but the big and overwhelming *agony* of the first two days of *recovery* had eased, and yesterday *Dr. Grainger*, with Vivian’s knowledge and agreement, had withdrawn the order for *injections* of *Demerol* which had helped dim the pain over the worst period, now behind” [7]. Здесь автор описывает состояние пациентки после ампутации ноги. Описание также дается от третьего лица и не содержит субъективных оценочных высказываний. Чтобы уведомить читателя о состоянии героини после операции, автор приводит конкретные факты о ее самочувствии и использует для этого такие термины, как “stump”, “soreness”, “recovery”, “injection”, “demerol”.

Заслуживает внимания еще один пример использования терминов, как средства создания научного колорита, где автор задействует сразу 11 терминологических единиц:

“When the *tumor* was exposed, he would remove it for *examination* by the *hospital’s pathologist*, *Dr. Joseph Pearson*. The *pathologist* would then make two studies of the *tissue*. First, working in a small *lab* adjoining the *operating room*, and with the *patient* still under *anesthetic*, he would freeze a small portion of *tissue* and *examine* it under a *microscope*” [7]. Данный отрывок иллюстрирует, как органично термины могут создавать научный колорит, если это необходимо для развития сюжета. Автор описывает привычный порядок действий для патологоанатома в случае необходимости проведения исследования опухоли. Такие термины как “tumor”, “examination”, “operating room”, “lab”, “microscope” позволяют читателю, во-первых, окунуться в атмосферу медицинского учреждения, в котором разворачиваются события, а во-вторых, оценить серьезность подобного исследования. Стоит отметить, что некоторые термины использованы более одного раза, например, “tissue” и “pathologist”, чтобы акцентировать внимание на тех деталях, которые играют важное значение.



Поскольку «действие или сюжет в «производственном романе» развивается под влиянием определенного фактора, которым становится, как правило, решение производственной задачи, кризиса и наряду с этим – укрощение человеческой стихии» [6, с. 286], автор прибегает к использованию терминов не только в качестве создания атмосферы медицинского учреждения, но и как к одному из средств речевой, образной характеристики героев.

“But it didn’t have to be **osteogenic sarcoma**. It could be a harmless **bone tumor**. The chances either way were fifty-fifty—odds even, the same chance you got with the spin of a single coin. Mike Seddons felt himself sweating at the thought of, how much—both for himself and Vivian—was riding on the **biopsy** result” [7]. В приведенном отрывке можно увидеть, как даже незначительное количество терминов способствует яркой портретной характеристики героя. Один из главных персонажей романа, Майк Седдонс, испытывает привязанность к молодой медсестре Вивьен, у которой наблюдаются симптомы смертельно опасной болезни. Термины “osteogenic sarcoma”, “bone tumor” и “biopsy” добавляют большей эмоциональности и драматичности, так как раскрывают героя с еще неизвестной для читателя стороны. Он пытается убедить себя в том, что диагноз может быть некорректен, что шансы для юной девушки еще есть. Таким образом, благодаря в том числе использованию терминологии, автору удается постепенно раскрыть образ героя.

Это касается и других врачей клиники, которые обеспокоены здоровьем девушки. Повышенный интерес к ее состоянию обусловлен не только медицинскими побуждениями, но и тем, что врачи испытывают подлинное сочувствие по отношению к ней. Например: “What about the girl, Lucy? What’s the story so far?” In a few words she summed up the case history, her tentative *diagnosis*, and the *biopsy*. O’Donnell nodded. He asked, “Is there any problem with *Pathology*? Has Joe Pearson come through promptly?” [7].

В следующем отрывке, который также связан с персонажем Вивьен, можно снова отметить эмоциональность сцены и озабоченность главного патологоанатома будущим девушки: “I know! I know!” Joe Pearson was beating a bulky fist into his palm, uncertainty around him like a mantle. “If it is *malignant*, the leg has to be *amputated* quickly; otherwise we’ll be too late.” He turned to face Coleman directly. “But the girl’s nineteen. If she were fifty, I’d say *malignant* and never turn a hair. But nineteen! – and maybe have your leg off when you didn’t need to.” [7]. Автор использует всего две терминологические единицы, которые выступают предвестниками негативного исхода. Отметим, что термин “malignant” употреблен здесь дважды, чтобы подчеркнуть всю тяжесть решения, лежащего на плечах главного патологоанатома.

Приведённый ниже отрывок иллюстрирует начало операции по спасению преждевременно родившегося ребенка, которому был поставлен неверный диагноз из-за неосмотрительности главного патологоанатома. Следует отметить, что при подобных описаниях термин может терять свои основные признаки, а именно: системность, однозначность, эмоционально-экспрессивную нейтральность [4]. Автор передает мрачное, напряженное настроение с помощью терминов, которые наряду с созданием медицинской атмосферы описывают образ одного из докторов, искренне болеющего за жизнь ребенка. Он воспринимает ситуация не только с профессиональной точки зрения, но и гуманной, боясь

совершить малейшую ошибку и упустить лишнюю секунду: “An *intern* had joined Dornberger. The intern asked, “Do you intend to go ahead with an *exchange transfusion*—even if you don’t have *the Coombs test* result?” “Yes,” Dornberger answered. “We’ve lost enough time already and I don’t want to add to it.” He considered, then went on, “In any case, the *anemia* in the child now is sufficiently marked to justify a *blood exchange* even without the test” [7].

Таким образом, проанализированные примеры из романа А. Хейли доказывают, что функционирование термина в художественном тексте не ограничивается исключительно номинацией предметов и явлений в той или иной профессиональной среде. В романе “The Final Diagnosis” термины являются средством создания научного(медицинского) колорита, достигаемого за счет грамотного, органичного включения их в повествование. Помимо этого, термины служат вспомогательным средством создания образов и могут косвенно дополнять речевые или портретные характеристики в художественном тексте.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Бычкова О.Н. Свойства и функции терминов. Когнитивно-дискурсивное пространство в современном гуманитарном знании: сб. науч. тр. Краснодар: КубГУ. – 2017. – С. 53 – 59.
2. Головин, Б.Н. Лингвистические основы учения о терминах / Б. Н. Головин, Р. Ю. Кобрин. – М.: Высш. шк., 1987. – 104 с.
3. Авербух К. Я. Общая теория термина. М. Изд. МГОУ, 2006. – 252 с.
4. Немыка А.А., Пешков А.Н. Термины в языке художественной литературы: теоретический, функциональный и лингводидактический аспекты. ИСОМ. – 2015. – Т.7. – №5-2. – С. 250 – 253.
5. Varlamova V.N., Alexandrova D.S. Literary Texts in Teaching Terminological Vocabulary to Non-linguistic Students. Integrating Engineering Education and Humanities for Global Intercultural Perspectives. 2020. – Vol. 131. P. 100 – 109.
6. Московская Н.Л., Мацаева М.А. К вопросу о жанровой специфике производственного романа (на материале произведений Артура Хейли). Вестник ЮУрГГПУ. – 2013. – №3. – С. 282 – 291.
7. Hailey A. The Final Diagnosis. [Электронный ресурс]. URL: <https://novel12.com/241268/the-final-diagnosis.htm> (просмотрено: 26.02.2021)

**Полищук Елизавета Александровна** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: elizavetaruchyova@mail.ru

**Варламова Вера Николаевна** — доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: varlamova7@yandex.ru

#### FUNCTIONAL FEATURES OF THE USE OF TERMINOLOGICAL VOCABULARY IN THE NOVEL “THE FINAL DIAGNOSIS” BY A. HALEY

**Abstract.** *The article is devoted to the study of the functional features of the use of terminological units in a work of fiction in modern English. The concept of a term and a production novel is considered. The specificity of the use and functioning of terminological units in the context of A. Haley's production novel "The Final Diagnosis" is analyzed. The article reveals the special functions of terms outside the traditional scientific environment - the function of creating scientific color and the figurative function. The relevance of the work is due to the growing interest in the phenomenon of the functioning of terminological vocabulary in a literary text.*

**Key words:** *term, fictional text, production novel*

**Elizaveta A. Polischuk** — Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: elizavetaruchyova@mail.ru

**Vera N. Varlamova** — Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: varlamova7@yandex.ru

УДК 655.5

**П. П. Пушина, Н. В. Анисина**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

#### **Анализ структуры пользовательской инструкции на базе ГОСТов**

**Аннотация.** *Статья посвящена особенностям построения структуры пользовательской инструкции на базе ГОСТов. На сегодняшний день пользовательская документация проникает во все сферы жизни общества и существует ряд проблем, связанных с ее составлением. В связи с этим появляется необходимость создания единой системы требования для построения структуры, при которой пользовательская инструкция будет единообразна, доступна, удобна и понятна пользователю вне зависимости от его уровня знаний о функционировании того или иного устройства.*

**Ключевые слова:** *пользовательская инструкция, техническая документация, ГОСТ*

Техническая коммуникация – это средство или среда для передачи какой-либо технической информации. Она взаимодействует с аудиторией с помощью определенных каналов коммуникации. Техническая документация является своего рода списком или алгоритмом конкретных систем и действий, которые содержат в себе информацию о том, как правильно использовать тот или иной продукт. Иными словами, инструкция – это документ, который помогает пользователю понять и разобраться в том, как работает определенный продукт, для чего он предназначен, а также, как он безопасно используется, обслуживается, утилизируется. Вопросам составления пользовательской документации в России уделяется внимание, а также существует множество ГОСТов, которые содержат в себе различную информацию данного характера, однако на данный момент не существует единой системы требования для построения структуры пользовательских инструкции. Таким образом, актуальность нашего исследования обусловлена недостаточным вниманием к единообразной структуре руководства пользователя.

Цель работы заключается в выявлении единой системы для построения структуры пользовательской инструкции доступной широкому кругу людей. Поставленная цель

предполагает решение следующих задач: выявить понятие пользовательской инструкции; изучить ГОСТ 34 «Руководство пользователя», рассмотреть ГОСТ 19 «Руководство оператора», проанализировать ГОСТ 2.601-95 «Основные требования по оформлению эксплуатационных документов», изучить ГОСТ 2.105-95 «Правила по составлению текстовых видов документации».

Для решения поставленных задач были использованы следующие методы исследования: анализ, систематизация, обобщение, описание, индукция, дедукция.

В широком смысле под речевым жанром инструкций понимается документация, которая содержит в себе информацию о правилах, которые определяют порядок и методы выполнения действий [1]. На сегодняшний день существует множество толкований термина «инструкция» в зависимости от адресата и области, в которой он используется. По принципу предполагаемого адресата инструкции разделяют на руководства для специалистов и эксплуатационную документацию для широкого круга потребителей. Это означает, что инструкции делятся на производственные и пользовательские. Рассмотрим подробнее каждый из видов инструкции.

В. Ф. Янковая дает следующее толкование производственно-технической инструкции: «это нормативный документ конкретной организации, утверждаемый руководителем учреждения и обязательный для всех сотрудников. Другими словами, это основная нормативно-методическая документация, которая определяет и устанавливает единый порядок создания и исполнения производственной документации и работы с ней в организации» [2].

У. А. Ульянова предлагает следующее определение инструкции пользователя: «это документ, основным назначением которого является предоставление пошагового руководства о том, как использовать какое-либо устройство; данные инструкции предназначены для пользователей с разным уровнем образования» [3].

Ю. В. Кагарлицкий отмечает, что текст инструкции строится определенным образом, а именно, он говорит о том, что в основную часть руководства по эксплуатации обязательно включается такая информация, как основное назначение приспособления, его технические характеристики, последовательное описание его использования с графическим сопровождением, техническое обслуживание, уход и правила техники безопасности [4]. То есть без данных разделов инструкция не будет являться таковой. Далее мы рассмотрим строение инструкции на базе основных ГОСТов.

Нами были проанализирован ГОСТ 34 «Руководство пользователя», а именно интересующий нас подраздел «Структура и содержание документа». Документ должен состоять из следующих разделов [5]:

1. Введение. В данном разделе должна содержаться информация об области применения прибора и его возможностях, приведен перечень эксплуатационной документации, а также должен быть указан уровень подготовки пользователя.

2. Назначение и применение прибора. Здесь должна содержаться информация о видах деятельности, функциях устройства и его составных частей.

3. Подготовка к работе. В данном разделе располагается информация о порядке первого включения, настройки устройства, проверке работоспособности.

4. Описание операций. Здесь необходимо описать все функции прибора, задачи и процедуры, которые он выполняет. Также необходимо включить описание самого процесса выполняемых функций.

5. Аварийные ситуации. Раздел содержит информацию о действиях, которые необходимо предпринять в случае несоблюдения условия эксплуатации, также описать действия для альтернативных аварийных ситуаций, восстановлении работоспособности.

6. Рекомендации к освоению. Здесь могут содержаться советы или рекомендации от производителя по использованию того или иного устройства.

Далее мы изучили ГОСТ 19 «Руководство оператора». Структурная часть инструкции и ее оформление устанавливаются в соответствии с ГОСТ 19.105-78 [6]. Составление и добавление таких разделов как аннотация и содержание – являются обязательными для инструкции бытового назначения. В рамках данной работы «оператор» будет заменен на «потребитель». Таким образом, руководство пользователя должно содержать следующие разделы:

1. Назначение и цель устройства.
2. Условия, при которых осуществляется выполнение функции устройства.
3. Порядок работы с программами прибора и его составляющими.
4. Оповещения, сообщения для потребителя (покупателя).

В разделе «Назначение и цель устройства» описывается информация о назначении и функциях прибора в период его эксплуатации.

В разделе «Условия, при которых осуществляется выполнение функции устройства» должны быть указаны условия, которые необходимы для выполнения этапов работ прибора.

В разделе «Порядок работы с программами прибора и его составляющими» указывается информация об алгоритме действий потребителя, которые обеспечивают запуск, выполнение и завершение работы прибора. Также в данном разделе приводится описание функций, возможных вариантов команд, с помощью которых потребитель осуществляет эксплуатацию прибора.

В разделе «Оповещения, сообщения для потребителя (покупателя)» располагается информация о текстах сообщений, которые отображаются на устройстве (если имеется соответствующий дисплей) в ходе выполнения программы. Также должна приводиться информация о действиях, которые должен предпринять потребитель в связи тем или иным сообщением.

Нами также были рассмотрены ГОСТ 2.601-95 «Основные требования по оформлению эксплуатационных документов» [7], ГОСТ 2.105-95 «Правила по составлению текстовых видов документации» [8], в которых содержится информация по оформлению и составлению эксплуатационных видов документов. В этих ГОСТах нас интересовал раздел, посвященный требованиям к построению, содержанию и изложению документов.

Таким образом, на базе рассмотренных нами принципов составления инструкции и ее структуры в ГОСТ 34 «Руководство пользователя» [4], ГОСТ 19 «Руководство оператора» [6], ГОСТ 2.601-95 «Основные требования по оформлению эксплуатационных документов» [7], ГОСТ 2.105-95 «Правила по составлению текстовых видов документации» [8], мы можем

сделать вывод о том, что инструкция пользователя должна состоять из следующих основных разделов:

1. Введение. Данный раздел содержит сведения о назначении и составе инструкции; другие сведения (при необходимости). Если изделие может представлять опасность для жизнедеятельности человека или его здоровья, то во введении обязательно должна приводиться информация об этом.

2. Описание и работа прибора. В данный раздел помещаются сведения о назначении прибора, его составляющих; технических характеристиках, составных частях изделия; маркировке и пломбирование; упаковке.

3. Использование прибора по назначению. В данном разделе содержится информация о возможных вариантах использования устройства, а также об эксплуатационных ограничениях, первичной подготовке изделия к использованию и дальнейшем использовании прибора.

4. Техническое обслуживание. Данный раздел содержит сведения о техническом обслуживании прибора. Также может присутствовать информация о гарантии, гарантийный талон, адреса официальных сервисных центров, контактных данных производителя.

5. Ремонт устройства. Раздел содержит информацию о проведении ремонта прибора, в ситуациях, возникающих при эксплуатации. Здесь также необходимо указывать степень подготовленности потребителя и возможные меры безопасности.

6. Хранение устройства. В разделе содержится информация об осуществлении правильного хранения прибора, которое не повлечет за собой поломку или сбой устройства. Также здесь целесообразно указывать составные части изделия и их особенности постановки на хранение; сроки хранения прибора и его составных частей; меры безопасности; способы утилизации; иную важную информацию о температурных режимах при хранении.

7. Транспортировка устройства. В разделе содержится информация об алгоритме транспортирования изделия и условиям, при которых оно должно осуществляться. Также данный раздел должен содержать этапы подготовки устройства для перевозки, особенности транспорта для перевозки, температурные режимы, крепление устройства при движении транспорта, порядок осуществления погрузки и выгрузки прибора.

8. Утилизация. В разделе содержится информация о мерах безопасности; методы утилизации и меры безопасности, если изделие представляет опасность для жизнедеятельности человека.

Для выяснения особенностей построения инструкции мы провели анализ 100 инструкции к бытовой технике российских и иностранных производителей, как известных брендов, так и мало известных компании. Проведенный анализ показал, что известные крупные компании обычно соблюдают требования ГОСТов, что касается небольших компании, которые продают свои товары через интернет-магазины, то они не всегда соблюдают данные требования, что приводит к непониманию пользователей особенностей подготовки прибора, его использования, устранения неполадок, хранения, ухода, транспортировки, утилизации. Это свидетельствует об актуальности разрабатываемой нами проблемы и необходимости создания инструкции для технического писателя и технического переводчика при работе с пользовательскими инструкциями.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Perelman L. The Mayfield Handbook of Technical and Scientific Writing [Электронный ресурс]. — McGraw-Hill Companies, Incorporated, 1997. — 456 с. — Режим доступа: [https://books.google.ru/books/about/The\\_Mayfield\\_Handbook\\_of\\_Technical\\_and\\_S.html?id=102APQAACAAJ&redir\\_esc](https://books.google.ru/books/about/The_Mayfield_Handbook_of_Technical_and_S.html?id=102APQAACAAJ&redir_esc) (дата обращения: 04.02.2021)
2. Янковая В.Ф. Основные виды организационно-распорядительных документов. Инструкция. Справочник секретаря и офис-менеджера [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.sekretariat.ru/discuss/138757/>. (дата обращения 04.02.2021).
3. Ульянова У.А. Missing Manual как разновидность инструкции по эксплуатации: к определению понятия. Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2013. — No 3-1 (21). — С. 178-181.
4. Кагарлицкий Ю.В. Техническая коммуникация: к постановке проблемы, 2001 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://philosoft-services.com/techcomm.zhhtml> (дата обращения: 02.02.2021).
5. ГОСТ 34. Руководство пользователя [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.swrit.ru/gost-34.html> (дата обращения: 05.02.2021).
6. ГОСТ 19. Руководство оператора [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.rugost.com/index.php?option=com\\_content&view=category&id=19&Itemid=50](http://www.rugost.com/index.php?option=com_content&view=category&id=19&Itemid=50) (дата обращения: 11.02.2021).
7. ГОСТ 2.601-95. Основные требования по оформлению эксплуатационных документов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/gost-2-601-95> (дата обращения: 11.02.2021).
8. ГОСТ 2.105-95. Правила по составлению текстовых видов документации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/gost-2-105-95-eskd> (дата обращения: 11.02.2021).

**Пушина Полина Павловна** — студент магистратуры; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [KotPolly@yandex.ru](mailto:KotPolly@yandex.ru).

**Анисина Наталья Викторовна** — доцент; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [anisinat@mail.ru](mailto:anisinat@mail.ru)

#### **ANALYSIS OF THE STRUCTURE OF A USER INSTRUCTION BASED ON GOSTS**

**Abstract.** *The article is devoted to the peculiarities of constructing the structure of a user instruction on the basis of GOSTs. Today, user documentation penetrates into all spheres of society and there are a number of problems associated with its compilation. In this regard, it becomes necessary to create a unified system of requirements for building a structure in which the user instruction will be uniform, accessible, convenient and understandable to the user, regardless of his level of knowledge about the operation of a particular device.*

**Key words:** *user manual, technical documentation, GOST*

**Polina Pav. Pushina** — Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: KotPolly@yandex.ru

**Natalia Vik. Anisina** — Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: anisinat@mail.ru

УДК 81

**А.А. Рау, М.С. Нечипоренко**

Южно-Уральский государственный  
гуманитарно-педагогический университет  
Челябинск

### **Императив и вежливость: аye or пaу**

**Аннотация.** *Статья посвящена вопросу использования маркеров вежливости в англоязычной литературе в контексте межкультурной парадигмы и использования стратегий вежливости в иноязычном дискурсе на примере серий литературных произведений (Дж. Роулинг и С. Майер). Проблематика межкультурной коммуникации, распространенность диалогического вида речи на фоне культурно обусловленной специфики использования речевых стратегий обуславливает актуальность многофакторного исследования речевых единиц и их использования. В статье представлены результаты сопоставительного исследования маркеров вежливости и иных средств стратегии вежливости.*

**Ключевые слова:** *речевая стратегия вежливости, маркеры вежливости, коммуникативная стратегия коммуникации, прямое повелительное высказывание, косвенное побуждение, интонация, императив*

Вежливость, как предмет лингвистического изучения, неоднократно привлекала к себе внимание. Различные подходы исследуют «вежливость» в языковой теории и практике, в соотношении с нормативными рамками поведения, культурноспецифическими факторами и фактором ситуации. Представления о вежливости в русско- и англоговорящих культурах имеют различия, но в общем все опрошенные сходятся во мнении, что она представляет собой уважение и внимание к другому человеку [1]. Целью применения вежливости является гармоничное, эффективное, бесконфликтное взаимодействие и успешная реализация коммуникативных намерений. Достигается эта цель при помощи разнообразных стратегий, выбор которых зависит от многих факторов – ситуативных, психологических, социальных, культурных.

Коммуникативная стратегия всегда отличается гибкостью и динамичностью, в процессе общения она подвергается постоянной корректировке [2, с. 194]. Коммуникативная стратегия предполагает соотнесение коммуникативных действий с целью коммуникации. На речевом уровне коммуникативная стратегия подразумевает соотнесение речевых действий с целью коммуникации и конвенциональными языковыми средствами, при помощи которых она реализуется, в том числе и в художественных произведениях – культурных артефактах, отражающих особенности дискурса [3]. В процессе общения коммуниканты стараются сохранить свое лицо, другими словами, позитивный общественный облик, которым



стремится обладать каждая личность [4]. При этом сохранение лица – это не цель коммуникации, а условие, без выполнения которого невозможно нормальное, доброжелательное общение. Различается также имплицитная и эксплицитная вежливость, различающиеся способами использования языковых средств. Поскольку вежливость в нашем понимании охватывает все стили речи, в ней, в соответствии с данной структурой, можно выделить высокий, средний и низкий уровни вежливости, или, соответственно, формальную, нейтральную и неформальную вежливости.

В представленной работе представлен сравнительно-сопоставительный анализ языковых средств, в той или иной степени связанных с применением стратегии вежливости: языковые средства, используемые для прямого или косвенного побуждения другого человека к действию. В представленной таблице [1, с. 254] отражена частотность употребления языковых средств при различной степени вежливости в английском языке (Табл.1):

Таблица 1.

Частотность языковых средств и степень соответствующей им вежливости

	Степень вежливости, %		
	Низкая	Средняя	Высокая
Побудительные высказывания: Императив, прямой декларатив (I need)	34,3	3,1	0
Вопросительные высказывания (всего)	62,5	84,4	71,9
1) Вопрос о желании адресата совершить действие (Would you...?)	0	6,3	18,8
2) Вопрос о возможности адресата совершить действие	62,5	78,2	53,1
Can you...?	53,1	48,4	28,1
Could you...?	9,4	29,7	25

Согласно этой таблице, прямые побудительные высказывания по большей части относятся к низкой степени вежливости, в то время как вопросительные высказывания, построенные не так категорично, больше относятся к средней и высокой степени вежливости.

Прямое побуждение к действию реализуется посредством прямых повелительных высказываний. В соответствии с правилами английского языка, прямые повелительные высказывания имеют следующие особенности: 1) специальная грамматическая форма наклонения – к прямому императиву относится лишь индикатив, тогда как все остальные являются вариантами косвенного; 2) нормативное отсутствие подлежащего; 3) определенная модальность, которая считывается пользователями языка как категоричная, невежливая, прямая [5]; 4) существуют специальные единицы, которые могут модифицировать вежливость/модальность прямого повелительного высказывания, но смягченный императив ассоциируется с фамильярностью и неформальным дискурсом [6]. Императив может быть смягчен конечным формативом (willyou / wouldyou / right / allright), который в высказываниях этого типа утратил значение вопроса и стал маркером вежливости, приблизившись по значению к слову “please”.

Сравнение моделей выражения прямого и косвенного побуждений в английском и в русском языках показывает, что в английском вопросительные высказывания почти в 3 раз

популярнее, чем в русском, в то время как в русском прямой императив используется примерно в 18,5 раз чаще, нежели в английском (Табл.2) [1, с. 254]. Популярность прямых императивов в русском объяснима – в нашем случае, слово «пожалуйста» сильно меняет семантику предложения, делая его более мягким и вежливым, чего не происходит в английском языке в аналогичных фразах.

Таблица 2.

Модели выражения прямого и косвенного побуждения

Реквезитивные модели	Английский язык	Русский язык
Императив	3,1	58,25
Вопросительные высказывания:	91,9	37,22
1) Объектно-ориентированные (вопрос-побуждение)	55,6	31,07
2) Субъектно-ориентированные (вопрос-разрешение)	36,3	6,15
Другие модели	5	4,53

Анализ маркеров вежливости в прямых побудительных высказываниях был осуществлен на материале серии художественных произведений американской писательницы С. Майер «Сумерки. Сага» (4 книги). В общем корпусе текстов было выявлено 1805 прямых повелительных высказывания, из которых лишь 149 содержали маркеры вежливости, что составляет порядка 8% от общего количества (Рис. 1).



Рисунок 1. Распределение маркеров вежливости в прямых побудительных высказываниях

Анализ также показывает, что маркер вежливости редко отделен от основного высказывания. Отделение маркера вежливости (в 8% высказываний) сопровождается повторением этого маркера (в 2% высказываний) и создает более сильный коммуникативный эффект (Рис. 2).



Рисунок 2. Выделением маркеров вежливости (прямое побуждение)

Сами маркеры вежливости немногочисленны и самым популярным из них является «please» – в выборке он используется в 68% случаев. Все остальные маркеры вежливости являются конечными формативами, использующимися с последующим вопросительным знаком – это «okay» (21%), «allright/right» (7%), «willyou/won'tyou/shallwe» (4%) (Рис.3).



Рисунок 3. Типы маркеров вежливости (прямое побуждение)

Выражение косвенного побуждения связано с речевой стратегией вежливости. Одной из коммуникативных стратегий вежливости является снижение категоричности высказывания. Эта тенденция, детерминированная максимами вежливости, постоянно существует в кооперативной коммуникации, предполагающей социально приемлемое, нормативно-адекватное поведение участников коммуникации, и вынуждает адресанта снижать интенсивность вербализации оценочной интенции: 1) употребление косвенных директивных высказываний объясняется их исключительной емкостью и экономностью, а также тем, что они способствуют созданию приятной, вежливой атмосферы; 2) косвенное волеизъявление может быть выражено эксплицитно и имплицитно: косвенным имплицитным средством выражения директивов чаще всего является вопросительные конструкции с использованием глаголов will/would/can/could/may.

Материалом для сравнительно-сопоставительного анализа моделей косвенного побуждения как средств выполнения стратегии вежливости послужили художественные

тексты Дж. К. Роулинг и их аудиоварианты, прочитанные актерами речевого жанра. Материал компьютерного анализа – высказывания, выражающие косвенное побуждение и содержащие просодические маркеры вежливости, которые были определены на основании сравнения просодических характеристик прямых повелительных высказываний и высказываний, выражающих косвенное побуждение. Выборки исследования включают 140 прямых повелительных и 140 косвенных повелительных высказываний соответственно.

Исходя из результатов исследования, мы можем сделать вывод, что прямые повелительные предложения встречаются гораздо чаще, чем косвенные повелительные предложения, прямые – 2147 высказываний, косвенные – 140 высказываний. Проведенный анализ просодических характеристик позволил сделать следующие выводы о просодических маркерах вежливости в высказываниях, выражающих косвенное побуждение: 1) несмотря на меньшую представленность в тексте, косвенные высказывания являются более распространенными, содержат больше слогов, чем прямые, так же, для косвенных высказываний характерно отсутствие продолжительных пауз [7]; 2) для прямых повелительных предложений свойственен нисходящий терминальный тон, интонационный контур высказываний, выражающих косвенное побуждение характеризуется восходящим тональным движением; 3) более того, для косвенных высказываний характерен более сложный интонационный рисунок, когда в пределах одного слога происходит более одного вида тонального движения, что представляет собой 4) отличительную черту высказываний, выражающих косвенное побуждение – слоги, содержащие сложные тональные движения: их количество варьируется от 1 до 6, в то время как для прямых повелительных высказываний их количество ограничивается 4 движениями в пределах одного слога; 5) в прямых повелительных высказываниях сложные слоги со сложным тональным движением находятся в начале высказывания: там, где расположена повелительная форма глагола, а у высказываний, выражающих косвенное побуждение, эти слоги расположены в середине или в конце интонационного контура, что соответствует распределению просодических характеристик в нейтральном высказывании.

Полученные результаты позволяют сделать следующие выводы о средствах реализации стратегии вежливости в англоязычном дискурсе, роли и распространенности этих средств, а также о лингвокультурной специфике их применения. Прямое императивное высказывание выполняет собственную роль в дискурсе, обусловленную его иллокутивной силой. Как средство стратегии вежливости прямое императивное высказывание неэффективно, и может быть лишь незначительно модифицировано при помощи маркеров вежливости, что отражается в низкой частотности маркеров вежливости в прямых императивных высказываниях. Задача прямого императива не в создании вежливой атмосферы, а в выполнении коммуникативного задания: передачи побуждения, приказа. Следовательно, реализация стратегии вежливости должна осуществляться иными средствами, для этого может быть использовано высказывание, выражающее косвенное побуждение, характеризующееся маркерами вежливости иного вида, например просодическими. Высказывания с косвенной побудительностью предназначены для реализации стратегии вежливости, что отражено в их просодических характеристиках: 1) большем количестве слогов, распространенности высказывания; 2) характере тонального

движения, отражающем некатегоричность высказывания, предоставление адресату сообщения выбора способа реакции на сообщение; 3) наличие сложных восходяще-нисходящих и восходяще-нисходящих тональных движений, которые регулярно соотносятся с выражением персональной вовлеченности, участия в коммуникации, в интонационном контуре высказывания, что способствует созданию атмосферы вежливого общения.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. – М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2013. – 512 с.
2. Макаров М. Л. Основы теории дискурса.— М.: ИТДГК «Гнозис», 2003.— 280 с.
3. Ненашева Ю.А. Художественный текст как материал исследования интонационной организации повседневной речи: новые возможности. Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. № 11-3 (53). – С.156-159.
4. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М., Ин-т языкознания РАН, 1992. - 330 с.
5. Гусев В.Ю. Типология императива – М.: Языки славянской культуры, 2013. – 336 с.
6. Психолингвистические проблемы массовой коммуникации / отв. ред. А.А. Леонтьев. – М.: Наука, 1974. – 147 с.
7. Nenasheva Yu.A. Cognitive and Prosodic Aspects of Speech Chunking in Read-Aloud Imperatives: To Pause or not to Pause. Russian Linguistic Bulletin. – 2020. – № 2(22). – С. 83-88.

**Рау Александра Александровна** – студент специалитета; Факультет иностранных языков, Южно-Уральский Государственный гуманитарно-педагогический университет; Челябинск, Россия; e-mail: alexdeamalfi@gmail.com

**Нечипоренко Марина Сергеевна** – студент специалитета; Факультет иностранных языков, Южно-Уральский Государственный гуманитарно-педагогический университет; Челябинск, Россия; e-mail: alexdeamalfi@gmail.com

#### IMPERATIVE AND POLITENESS: AYE OR NAY

**Abstract.** *The article is devoted to the usage of discourse politeness markers in English fiction texts. The correct usage of these markers is important in the framework of politeness strategies and the intercultural communication. The intercultural communication and the dialogical speech in the context of culturally specific speech strategies explain the necessity of the multifactorial research of speech units and their usage. The analysis represented in the paper is made on the series of fiction texts (J.K. Rowling and S. Mayer). Politeness markers of different types and their usage in discourse are compared as the means of the discourse politeness strategy in this paper.*

**Keywords:** *discourse politeness strategy, politeness markers, communication strategy, direct imperatives, indirect imperatives, intonation, imperative*

**Alexandra A. Rau** - South Ural State Humanitarian Pedagogical University; Chelyabinsk, Russia; e-mail: alexdeamalfi@gmail.com

**Marina S. Nechiporenko** - South Ural State Humanitarian Pedagogical University; Chelyabinsk, Russia; e-mail: alexdeamalfi@gmail.com

УДК 81.42

**С.С. Редина, М.В. Абакумова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

**Дискурс-анализ как перспективное направление изучения деловых коммуникаций в контексте проведения кросс-культурных исследований: на примере бизнес-корреспонденции на английском и немецком языках**

**Аннотация.** *Статья посвящена исследованию понятия «дискурс» и обзору существующих интерпретаций его концептуального понимания. На основании результатов дескриптивно-аналитического и контекстуального анализа деловых писем, составленных на английском и немецком языках, были выделены сходства и различия, а также намечены перспективы проведения дискурсивных исследований в кросс-культурной среде. Кроме того, при обращении к структурно-типологической организации деловой корреспонденции были обозначены особенности реализации этики профессионального общения и проанализированы особенности выражения модальности и интенции адресанта.*

**Ключевые слова:** *деловой дискурс, деловые коммуникации, модальность, интенция, адресант*

В настоящее время в условиях интернационализации и глобализации экономики повышение эффективности коммуникации в кросс-культурной среде приобретает особую значимость. Безусловно, установление и поддержание международных контактов в подавляющем большинстве случаев строится на английском языке как *lingua franca*, однако все возрастающая тенденция к формированию культурной толерантности свидетельствует о необходимости изучать особенности культуры других стран. Важен учет нелинейных экстралингвистических факторов (прагматических, социальных и психологических), которые обуславливают контекст коммуникации. Деловое общение, в частности, несмотря на его четкую структуру и конвенциональность, нельзя рассматривать изолированно, в рамках одной социально-культурной парадигмы. По этой причине дискурсивный анализ, позволяющий изучить аспекты речевой среды на макрокультурном и микрокультурном уровнях, представляет собой **актуальное** и перспективное направление исследований культуры делового общения в разных странах, тем самым способствуя стратегическому прогнозированию международных отношений и повышая эффективность взаимодействия бизнес-партнеров.

Изучение межкультурного делового дискурса предполагает всесторонний и многокомпонентный анализ различных внешне- и внутри текстовых характеристик речи: обращение к конститутивным, жанрово-стилистическим, семантико-прагматическим и формально-структурным категориям, учет психолингвистических аспектов речевой деятельности [1]. Для сужения исследовательского поля мы обратились к рассмотрению письменной формы делового дискурса, поскольку бизнес-корреспонденция не только

представляет собой важнейший компонент статусно-детерминированного взаимодействия партнеров по деловой коммуникации, но и позволяет рассмотреть языковую репрезентацию этики делового общения в нелинейной перспективе. Выбор писем был произведен на основе их предметно-содержательной составляющей: запрос информации (англ. Request for Information; нем. Anfrage—Ersuchen um Spezialpreisangabe), предложение о сотрудничестве и/или оказании помощи (англ. Request for Cooperation or Assistance; нем. Erkundigung über Gründung einer Produktionsanlage im Ausland), отказ в рассмотрении кандидатуры соискателя на заявленную должность (англ. Rejection of Application; нем. Negative Antwort auf Bewerbung). Источниками послужили следующие пособия: Webster's New World Letter Writing Handbook (R. Bly, 2004), Business Letters for Busy People (J. Carey, J. Dugger, 2002), How to Write Effective Business English: The Essential Toolkit for Composing Powerful Letters, E-mails and More, for Today's Business Needs (Better Business English) (F. Talbot, 2009), German Business Correspondence (P. Hartley, G. Robins, 2005).

*Целью работы* является обоснование перспективности проведения дискурсивных исследований в контексте кросс-культурного анализа менеджмента деловых коммуникаций и составление сравнительной характеристики деловой корреспонденции на английском и немецком языках.

*Методы исследования* – анализ научной литературы, дескриптивно-аналитический метод и метод контекстуального анализа.

Прежде всего, отметим, что под деловыми коммуникациями следует понимать все коммуникативные акты в профессиональной среде организации, направленные на решение конкретных задач в контексте организации и оптимизации определенного вида предметной деятельности. Менеджмент деловых коммуникаций представляет собой комплекс мероприятий (деловое общение, деловая беседа, переговоры, совещание и т.д.) и их функциональную организацию [2].

С позиции изучения роли социальных и контекстуально обусловленных факторов, влияющих на эффективность и результативность делового общения, целесообразно выделить ряд подходов к определению делового дискурса. Существуют различные работы по изучению делового дискурса, в частности, F. Bargiela-Chiappini, C. Nickerson, & V. Planken (2007), E. Darics (2015), Е.П. Казаковой (2012), О.С. Сыщикова (2000), О.М. Кутяевой (2006), Д.С. Храмченко (2015), Т.А. Ширяевой (2008, 2014). Классическое концептуальное понимание дискурса как связного текста, рассматриваемого в событийном аспекте, в совокупности со всеми экстралингвистическими, прагматическими и другими факторами, представлено в «Словаре лингвистических терминов» О.С. Ахмановой [3]. Н.Н. Миронова определяет дискурс как цельнооформленную единицу информации, представляющую собой совокупность текстов, имеющих схожие принципы построения, то есть одинаковые прагматические параметры [4]. Понимание дискурса необходимо для изучения широкого коммуникативного контекста, то есть лингвистические аспекты общения расцениваются как составляющая культурного кода, а коммуникативное событие – как один из смыслообразующих компонентов сверхтекста. В стилистическом энциклопедическом словаре русского языка «сверхтекст» определяется как «совокупность высказываний или текстов, объединенных содержательно и ситуативно» [5, с. 374]. Т.А. Анисимова указывает

на коммуникативно-риторический и жанровый подходы к моделированию делового дискурса, при этом деловой дискурс рассматривается как совокупность риторических жанров деловой речи [6].

Методологической основой для проведения дискурсивного исследования в данной работе послужили исследования F. Bargiela-Chiappini (1998) и S. Taylor (2012) [7], [8]. Риторический (rhetorical analysis) и организационный (organisational discourse analysis) принципы построения дискурс-анализа были выбраны в качестве ведущих моделей. Мы проследили, как данные контекстуальные особенности отражаются на примере выбранных писем, выделили характерологические особенности, качественные сходства и различия; результаты исследования представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Анализ особенностей деловой корреспонденции на английском и немецком языках

Предмет письма			
	Запрос информации	Предложение о сотрудничестве и\или оказании помощи	Отказ в рассмотрении кандидатуры соискателя на заявленную должность
Специфика функционирования лексико-грамматических особенностей			
Англ. яз.	Лексика стилистически нейтральна, в качестве иллюстрации можно привести такие выражения, как <i>“with leading expertise in this area”</i> , <i>“award a company for the design and implementation of”</i> .	Использование инфинитивных конструкций указывает на принадлежность к формальному стилю речи и ориентированность на фактической составляющей сообщения: <i>“declined to support this business”</i> , <i>“has plans to introduce these products”</i> .	Категория модальности ( <i>“may we”</i> ) и сослагательное наклонение ( <i>“should any”</i> ) приобретают особое стилистическое значение, выступая в качестве средств выражения одобрения и доброжелательности.
Нем. яз.	Сослагательное наклонение позволяет подчеркнуть пожелания адресанта и избежать категоричности: <i>“Sollte es möglich sein”</i>	Сослагательное наклонение является средством выражения категории вежливости: <i>“Wir wären Ihnen dankbar für”</i>	Модальный глагол <i>möchten</i> в данном сообщении выражает субъективное отношение не эксплицитно, а имплицитно.
Средства выражения интенции адресанта			
Англ. яз.	Выражение заинтересованности в предложении оформлено сослагательным наклонением: <i>“we would be very interested in the concession you propose &lt;...&gt;.”</i>	Повелительное наклонение сведено к минимуму, побуждение передается в мягкой форме: <i>“Please advise if your department can help coordinate this business”</i> , <i>“we would appreciate your help”</i> , <i>“please advise if &lt;...&gt;”</i>	Принципы тактичности и деликатности максимально полно представлены в рассматриваемом письме за счет подчеркнуто индивидуального характера обращения к адресату.
Нем.	Ключевой выступает	Есть элемент	Присутствуют элементы



яз.	форма вспомогательного глагола <i>warden</i> в Konjunktiv II, функционирующая в качестве мотивированного интенсификатора: <i>“würden wir gerne Ihren Rabatt für einen Auftrag dieser Größenordnung erhalten.”</i>	дополнительного пояснения и имплицитного выражения надежды на эффективное сотрудничество и оказание необходимой помощи: <i>“Da dies unser erstes Geschäftsprojekt in Deutschland ist, wäre &lt;...&gt;.”</i>	выражения благодарности и надежды на успешное построение карьеры за счет использования клише <i>“vielen Dank für Ihr Interesse an &lt;...&gt; und unsere besten Wünsche für &lt;...&gt;.”</i>
-----	---	--	---

На основе проведенного дескриптивно-аналитического и контекстуального анализа нам удалось отметить ряд *сходств и различий*. Так, во всех типах писем намечается ярко выраженная тенденция к исключению второстепенных деталей и повторов. «Дистанцированность», как соблюдение сугубо профессиональных границ взаимодействия, достигается за счет использования номинативных предложений, где ядром выступает существительное, что особенно характерно для немецкого языка. Тем не менее, интенция адресанта получает достаточно отчетливое отражение на уровне грамматики: преимущественно в формах сослагательного наклонения. Актуализация концепта надежды и благодарности также прослеживается во всех рассмотренных письмах. Адресант выражает уважение к своему собеседнику и надежду на то, что тот сможет отреагировать на полученное сообщение. Complиментарные высказывания не дублируются. В текстах деловых писем на английском языке смысловые оттенки иногда смещаются в сторону выделения действия и маркированности глагольных конструкций. Кроме того, отсутствие обезличенности в некоторых текстах английских писем не только сокращает дистанцию между коммуникантами, но и выражает направленность обеих сторон на эффективное сотрудничество, что позволяет оптимизировать деловое взаимодействие.

Подводя итог вышесказанному, мы можем сделать следующие выводы. *Во-первых*, перспективность проведения дискурсивных исследований в контексте кросс-культурного анализа менеджмента деловых коммуникаций обусловлена возможностью декодировать культурный код и, в частности, общепринятые нормы социального поведения в широком контексте, где один элемент статусно-ориентированного общения может свидетельствовать о наиболее распространенных тенденциях в деловом институциональном дискурсе. Исследования макросреды определяют актуальность обращения к межкультурному деловому дискурсу. *Во-вторых*, риторический и организационный подходы к проведению дискурсивного анализа деловых писем на английском и немецком языках позволяют наметить линии исследования межличностного корпоративного взаимодействия, что затрагивает такие значимые элементы успешного сотрудничества, как взаимопонимание, согласование и координацию. Их соотношение и особенности реализации на уровне языка могут служить отправной точкой для определения этикетных требований и, что не менее значимо, принципов организации культуры делового общения. Так, профессиональная этика передается не только за счет перцептивной составляющей (ответной реакции и отсылки к

предыдущему контакту), отраженной в начале основной части письма, но и за счет инициации, направленности на согласование и объединение усилий. В-третьих, несмотря на точки пересечения в структурно-типологической организации деловой корреспонденции, особенности выражения модальности и интенции адресанта представляют собой особый интерес как перспективное направление исследований.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты: сб. науч. тр. / Волгогр. гос. пед. ун-т. Н.-и. лаб. "Яз. и личность", Саратов. гос. ун-т. НИИ рус. яз. и лит. редкол: проф. В. И. Карасик (отв. ред.) и др. - Волгоград ; Саратов : Перемена, 1998. - 232 с.
2. Большаков, С. Н. Бизнес-коммуникации: учеб. пособие / С. Н. Большаков, М. О. Потоколова — СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, филол. ф-т, 2012. — 137 с.
3. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов - 2-е изд., стер. - М. : УРСС, 2004. – 569 с.
4. Миронова, Н.Н. Структура оценочного дискурса: Дис. ... док. филол. наук/ Н.Н. Миронова. – М., 1998. – 355 с.
5. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной; члены редколлегии: Е.А. Баженова, М.П. Котюрова, А.П. Сковородников. – 2-е изд., испр. и доп. – М. Флинта : Наука, 2006. – 696 с.
6. Анисимова Т. А. Типология жанров деловой речи (риторический аспект): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. - Краснодар, 2000. - 41 с.
7. Bargiela-Chiappini F. The Handbook of Business Discourse. – Edinburgh University Press, 2009.
8. Taylor S. What is Discourse Analysis? - Bloomsbury Publishing, 2013.

**Редина София Сергеевна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: redsofia25@gmail.com

**Абакумова Мария Владимировна** – старший преподаватель; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики; Россия, Санкт-Петербург; e-mail: bramantero@mail.ru

#### **DISCOURSE ANALYSIS AS AN ADVANCED WAY OF APPROACHING BUSINESS COMMUNICATIONS WITHIN THE CONTEXT OF CONDUCTING CROSS- CULTURAL STUDIES: ON THE EXAMPLE OF ENGLISH AND GERMAN BUSINESS CORRESPONDENCE**

**Abstract.** *This paper focuses on the concept of "discourse" and reviews the existing approaches to understanding its essence. Descriptive and contextual analysis of English and German business letters resulted in identifying the main similarities and differences, as well as prospects of carrying out a discourse analysis in the cross-cultural context. In addition, when referring to the structural and principal characteristics of business correspondence, the features of*

*implementing the ethics of professional communication and the peculiarities of expressing the modality and intention of the addressee were highlighted.*

**Key words:** *business discourse, business communications, modality, intention, addressee*

**Sofia S. Redina** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: redsofia25@gmail.com

**Maria V. Abakumova** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: bramantero@mail.ru

УДК 002.2

**П.А. Ружникова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Гайдбук как вид издания**

**Аннотация.** *Статья посвящена определению гайдбука как вида издания, его задач и целей. Исследование проводится на основании изданий, смежных с рассматриваемым изданием по концепции, однако полностью не отвечающих потребностям потребителей, удовлетворяемые гайдбуком. Современная отечественная трактовка целей и задач издания, по нашему мнению, хотя и будучи уже внедренной в той или иной форме на рынок, не сформулирована, имея, однако, весь необходимый для этого потенциал. Новизна гайдбука как формата издания определяет специфику отбора литературы: для его изучения как необходимо обращение к материалам, содержащим методическую информацию по формированию концепции издания.*

**Ключевые слова:** *концепция издания, издательское дело, гайдбук, артбук, энциклопедия*

С развитием информационных технологий и необходимостью потребителей с как можно большей скоростью усваивать информацию, появился особый сегмент изданий, концепция которых ориентирована на продвижение других продуктов – брендов, сериалов, фильмов, игр и т.п. Одним из таких изданий является гайдбук, приблизительная концепция которого в отечественной практике была позаимствована у иностранного книжного дела, однако все еще не адаптирована в России на уровне регламента, что делает тему текущей статьи крайне актуальной.

Для предпринимаемого исследования природы гайдбука как вида издания и его характеристики необходимо было провести обзор отечественной и зарубежной научной литературы по теме издания гайдбуков; изучить понятия справочного и рекламного изданий, их разновидностей; вывести определение гайдбука на основе характеристик и особенностей изданий, смежных по назначению.

Объектом работы является гайдбук как формат издания, *предметом* – его состав и организация.

В процессе работы были использованы следующие *методы исследования*: анализ научной литературы, синтез определений.

Данная статья является результатом собрания и систематизации главной информации по рассматриваемой теме, включая различные точки зрения отечественных и зарубежных исследователей. Также ожидается возможность использования её результатов в образовательных целях, как методический материал по подготовке гайдбука.

Чтобы отсечь понятия, не соотносящиеся с искомым, нами было выведено предварительное определение гайдбука как массового справочного издания, назначение которого – навигация читателя по воображаемым авторским мирам и продвижение основанных на них медиа.

Оксфордский словарь дает определение: *guidebook* – книга, которая предоставляет информацию для туристов о месте, которое они посещают, например, город или страна [1]. В этом случае имеется в виду привычный массовому читателю путеводитель. Такое определение подразумевает навигацию читателя по реальным, а не воображаемым местам, а также не занимается продвижением других медиа.

В дизайнерской практике гайдбук — документ, в котором прописываются правила построения и использования элементов фирменного стиля [2]. В нем расписываются принципы расположения логотипа, построения коммерческой полиграфии и пр. технические решения. Этот гайдбук не имеет четкой структуры и точного перечня входящих в него элементов [3]. Такое определение, взаимозаменяемое понятиями «брендбук» и «гайдлайн» не соотносятся с искомым нами определением гайдбука из-за его узкоспециализированной природы, что несовместимо с ожидаемым нами массовым характером гайдбука.

В отечественной издательской практике концепт гайдбука как издания, дополняющего выход произведения авторской вселенной, еще не прижился до конца, и вместо него используются следующие замещающие определения: кинороман, путеводитель, гид, артбук, подарочное издание и пр. Типичные названия обычно включают в себя слова вселенная [произведения], игровые миры, мир [произведения], и т.п.

Нами изначально было предположено, что ни один из вышеперечисленных видов издания не соответствует концепции гайдбука, что мотивирует отделение данного вида издания от ассоциируемых с ним.

Для выведения определения гайдбука нами были рассмотрены вышеперечисленные виды издания на предмет смежных характеристик: рекламные (артбук, кинороман) и справочные (энциклопедия, словарь, справочник).

Рекламное издание содержит изложенные в привлекающей внимание форме сведения о товарах, услугах с целью создания спроса на них, и потому схоже по своим целям с гайдбуком. Среди жанров рекламного материала выделим следующие: рецензия, очерк, консультация и статья, поскольку они наиболее близки к формату изложения, ожидаемого от гайдбука.

Рецензия призывает потребителя к действию, в данном случае – ознакомиться с одним из источников, отражающих авторский мир (например, в гайдбуке «Великолепный век: Все тайны знаменитого сериала» необходимость ознакомиться с оригинальным произведением заявлена непосредственно в рецензии и в первой главе).

Приемы рекламной консультации используются в гайдбуке, когда художественный мир сложен и обширен, и с какими-либо источниками необходимо ознакомиться в

определенном порядке (такой прием отмечается нами в обоих томах гайдбука «*Dragon Age: Мир Тедаса*», что связано с предложением проходить эти видеоигры в определенном порядке. Также упоминаются отдельные комиксы и новеллы, рекомендуемые к ознакомлению читателям, что в свою очередь провоцирует потребителя приобрести и эти издания).

Рекламная статья и рекламный очерк [3] также узнаваемы в статьях и очерках об авторском мире. Читателю может быть предложено, к примеру, аналитическое исследование истоков авторского художественного мира (гайдбук «*Мир Гарри Поттера. Неофициальный гид коллекционера*» затрагивает в одном из разделов влияние личной жизни автора цикла на появление цикла романов, что формирует позитивный образ товара за счет симпатии к их создательнице); на пике популярности исходного произведения уместна также апелляция к количеству его потребителей и их отзывам (гайдбук «*Очень странные дела. Иллюстрированная история города Хокинса и его обратной стороны*»); уместен и даже желателен публицистический материал, упоминание реальных событий, раскрытых в яркой художественной форме (гайдбук «*Друзья. Больше, чем просто сериал. История создания самого популярного ситкома в истории*», где автор регулярно обращается к историям из жизни актеров сериала на съемках и вне их). После ознакомления с рекламой читатель должен совершить какое-либо действие, и необходимо убеждать читателя [4] действовать немедленно (установить для своего предложения ограниченный срок акции или ограничить количество товара и т.п.), что является убеждающей рекламой. В контексте гайдбука мы адаптируем это как призыв читателя ознакомиться, к примеру, с новым сезоном сериала, на основе которого выпущен гайдбук.

В отношении гайдбука стимулирующую функцию можно интерпретировать как поддержание интереса уже имеющих потребителей оригинального продукта (шоу, фильма, игры и т.п.) с помощью выпуска такого издания, поскольку оно отражает уже имеющуюся информацию об исходном произведении и дополняет ее для поддержания интереса.

Среди рекламных изданий выделим артбук, как издание, чье название часто замещает гайдбук. Артбук (от англ. *artbook*) — коллекция изображений и иллюстраций, собранная в виде альбома. В гайдбуке по фильму или игре такими иллюстрациями являются кадры из рекламируемых медиа, чаще – концепт-арт, предназначенный для визуальной передачи идеи произведения: циклы иллюстраций, создаваемых для проработки персонажей, предметов и локаций художественного авторского мира [5].

Также артбук – это сделанная своими руками книга, собственноручно проиллюстрированная. Создать подобным способом гайдбук возможно, однако в промышленном масштабе такой подход неприменим, в связи с чем в рамках данного исследования далее не рассматривался.

Для текущего исследования необходимо было также рассмотреть понятие киноромана. Такие издания подобны гайдбуку в своей продвижения авторского мира и продуктов медиа, в которых он отображается. Такой подход к подготовке издания уникален для гайдбуков и кинороманов. Кинороманы так же, как и гайдбуки, являются частью рекламной компании для продвижения авторского мира, а не первоисточником. Кинороман, однако, не может являться копией своего первоисточника из-за различия в каналах передачи

информации. В этом они также схожи с гайдбуком: работа над текстом писателя или редактора, творческое его дополнение и адаптация необходимы для обоих видов изданий. Как и кинороман, в гайдбуках зачастую дословно воспроизводятся элементы, присутствующие в оригинальном произведении: диалоги, письма, цитаты и т.п.

Важное различие заключается в том, что если целью издания киноромана является только ознакомление читателя с оригинальным произведением, то гайдбук призван этот материал категоризировать и дополнять, а значит изменять оригинальную структуру, обращаясь к отдельным элементам, что для киноромана недопустимо.

Обратимся к справочным изданиям.

ГОСТ 7.60-90 определяет справочные издания как «издания, содержащие краткие сведения научного или прикладного характера, расположенные в порядке, удобном для их быстрого отыскания, не предназначенные для сплошного чтения» [6]. А.Э. Мильчин и составители энциклопедии «Книга», видят главное социально-функциональное назначение справочных изданий [7]. При подготовке справочных изданий выявляется и суммируется значительное число фактических данных, а характер их использования – многократность обращения к изданию справками [8].

Традиционно среди справочных изданий выделяют три подвида: энциклопедии, словари, справочники.

По ГОСТ 7.60-2003, [9] «энциклопедия – это справочное издание, содержащее в обобщенном виде основные сведения по отраслям знаний и практической деятельности, изложенные в виде статей, расположенных в систематическом порядке». В зависимости от включенных сведений различают универсальную, специализированную, региональную энциклопедии».

Гайдбук не может быть близок к универсальным и отраслевым энциклопедиям в силу их чрезмерной обширности. Однако гайдбук, который посвящается теме авторского мира – это энциклопедия, являющаяся сводом знаний в какой-либо одной отрасли [10]. По этой причине гайдбук следует сравнивать со специализированной тематической энциклопедией: автор может сам выбрать логику расположения и систематизации материала, не ограничиваясь только алфавитным, предметным или хронологическим порядком [11].

По ГОСТ 7.60-2003, словарь – справочное издание, содержащее упорядоченный перечень языковых единиц, снабженных относящимися к ним справочными данными [9]. Несмотря на то, что характерные черты словаря могут присутствовать в гайдбуке (к примеру, предоставление терминов в алфавитном порядке с указанием их значения в виде комментария), они относятся скорее к числу элементов аппарата этого издания; само издание при этом характеризовать как словарь затруднительно по нескольким причинам: для словаря иллюстративный материал обычно не требуется, поскольку его наличие замедляет поиск материала; словари используют не допускающий разночтений научный язык терминов, что в случае гайдбука может не вписываться в концепцию издания.

По ГОСТу 7.60 справочник – справочное издание, носящее прикладной, практический характер, имеющее систематическую структуру. Справочники разделяют на научные, массово-политические, производственно-практические, учебные, популярные и бытовые [9]. Их организация схожа со словарями: термин или понятие приводятся в составе издания с

пояснением его значения в кратком, содержательном виде, предметы справок организуются в оптимально подходящем для области применения порядке.

После рассмотрения изданий, схожих с гайдбуком по методу организации и отбора материала, целевому и функциональному назначению, мы можем определить следующее его характеристики.

По периодичности – непериодическое, реже – сериальное (продолжающееся) издание, поскольку выход гайдбука напрямую соотносится с выходом тех медиа, на которых он основан. Так, если у фильма, сериала, игры или любого другого произведения, на основе которого составляется гайдбук, не выходит продолжение, нуждающееся в сопровождающем издании, то первое издание, посвященное этому миру, в дополнении не нуждается.

По знаковой природе гайдбук – текстовое издание, дополняемое при необходимости иллюстрациями и схемами.

По целевому назначению гайдбук можно охарактеризовать как справочное издание по методу организации информации и устройству аппарата, как рекламное издание, по смежности целей: продвижение продукта медиа, а также удержание внимания потребителей, и художественное, поскольку может содержать любой художественный литературный материал: отрывки из новелл, письма от лица персонажей, историю мира и т.д.

По читательскому адресу – массовое издание, оно должно привлекать новых потенциальных потребителей медиа, на котором основывается гайдбук. Его также следует считать популярным, поскольку, приобретая гайдбук, потребители также рассчитывают расширить свои познания в рамках описываемой авторской вселенной.

По характеру информации как справочное издание, гайдбук содержит в себе элементы энциклопедии, словаря и популярного справочника.

На основе вышеперечисленных характеристик выведем следующее определение:

Гайдбук (*от англ. guidebook*) – популярное справочное издание массового характера, выполняющее рекламную функцию в продвижении предшествующих его созданию видеоигры, фильма, сериала или любого другого авторского произведения и их художественного мира, предоставляя сведения о нем в формате путеводителя. В зависимости от того, дополняется ли впоследствии репрезентация этого мира другими медийными произведениями, такое издание может быть включено в состав серии подобных ему, содержащих обновленную информацию об авторском мире.

Как и было предположено нами в начале исследования, ассоциируемые с гайдбуком и номинально приравненные к нему на книжном рынке издания, не соответствуют ему всесторонне. Будучи своеобразным гибридом научной и публицистической литературы, дополненный справочным и иллюстративным материалом, гайдбук удовлетворяет потребности большого количества людей.

Реализация потенциала гайдбука как вида книжного издания на рынке, который уже реализуется зарубежными издательствами в настоящий момент из-за различий, связанных с соотношением этого типа изданий с какой-либо из групп, уже имеющихся на рынке, происходит в несколько замедленном темпе. На основе проведенного нами исследования закономерно заключить, что несмотря на то, что гайдбук многое позаимствовал у других типов изданий, именно его способность объединить в себе их элементы гармонично и

последовательно может являться основанием для выделения его как отдельного типа издания.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. [Электронный ресурс] Oxford English Dictionary. Oxford University Press <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>
2. [Электронный ресурс] <http://profilbiz.ru/publikatsii/36-breeding-dizajn-kopirajting/233-chto-takoe-brendbuk-i-gajdbuk/> (Дата обращения: 05.01.2021)
3. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. – М., 1998. – 328 с.
4. Кромптон А. Мастерская рекламного текста. – М., 1998. – 243 с.
5. Scott Robertson. How to design: Concept Design Process, Styling, Inspiration, and Methodology. — Titan Books, 2014. — 176 с.
6. ГОСТ 7.60-90 «Издания. Основные виды. Термины и определения».
7. Мильчин А.Э. Издательский словарь-справочник. — Изд. 3-е, испр. и доп., Электронное — М.: ОЛМА-Пресс, 2006.
8. Призмент Э.Л. О сущности, составе и терминологии справочного аппарата книжных изданий. Предметизационные системы и аппарат книги (теория и практика). М.: Студия, 1999. С. 210.
9. ГОСТ 7.60-2003 «Издания. Основные виды. Термины и определения»
10. Энциклопедия / Редкол.: Баренбаум И.Е., К 53 Беловицкая А.А., Говоров А.А. и др. — М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. — 800 с.
11. Махов А.Е. Тематическая энциклопедия: жанр или тип мышления // Литературоведческий журнал. Номер 27. – М., 2010. – с. 153-154.

**Ружникова Полина Александровна** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, направление «Издательское дело», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: polis665@yandex.ru

#### GUIDEBOOK AS A PUBLISHING CONCEPT

**Abstract.** *This article follows the rising success of a specific book concept, which shares some of its elements, their using and placement with many others: artbooks, encyclopedias, film-adaptation novels etc., but still comes out as its own publishing concept - guidebooks. This article is an attempt to come up with a basis for this term as a compilation of the others books traits. To help solve this task, it is necessary to reference materials containing methodological information on the concept of book publication, refer to authors who deduce and comment on a specific usage of advertising, illustrating and compelling information to achieve certain response from a consumer. Those steps are bringing us to the concept of a guidebook as a form of publishing.*

**Key words:** *publishing, guidebook, artbook, book concept, advertising*

**Polina A. Ruzhnikova** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: polis665@yandex.ru



### **Периодические издания как средство распространения национальной культуры на примере журналов о Южной Корее**

**Аннотация.** *Роль периодических изданий в развитии и популяризации культуры велика. Сохранение традиционных народных ценностей, а также развитие современной культуры невозможно без её репрезентации в пространстве рынка массовой информации. Данная статья посвящена особенностям национально-тематических журнальных изданий, которые в условиях экспансии «корейской волны» предоставляют площадку для распространения и развития новых ветвей современной культуры Южной Кореи. Сформулированные выводы могут быть использованы в процессе подготовки периодических изданий об иной национальной культуре.*

**Ключевые слова:** *Южная Корея, корейская волна, периодические издания, журналы, современная культура*

Процесс проникновения культурного фактора в медиасферу особенно нагляден в сегменте журнальных изданий. Это связано с глобальностью журнального рынка и масштабностью его влияния на аудиторию. Материалы журнала охватывают широкий круг сфер жизнедеятельности общества, политика редакции служит продвижением определенных смыслов и идей, а изображения и дизайн способствуют развитию эстетических ценностей. Специализированные тематические журналы, посвященные рассмотрению традиций, стиля жизни и опыта определенного народа и направленные как к массовой, так и к элитарной аудитории, помогают избежать изолированности национальной культуры и её мумификации [1].

На данный момент по всему миру можно наблюдать процесс экспансии «халлю» или «корейской волны»: открытие инновационных технологий, экономическое лидерство, большая популярность корейской музыки, моды, кинофильмов стали причиной пристального внимания мирового сообщества к Южной Корее. Именно такая активная и быстро развивающаяся культура, наиболее подготовленная для глобального распространения, побудила к созданию некоторых периодических изданий, которые в свою очередь стали средством расширения «корейской волны» по новым каналам взаимодействия с потенциальной аудиторией.

Цель исследования — рассмотреть способы репрезентации национальной культуры в журналах о Южной Корее, чтобы выявить наиболее эффективные из них и сформулировать общие возможности периодических изданий в распространении культуры. В задачи исследования входит отбор и анализ зарубежных журналов.

Актуальность исследования обуславливается недостаточным количеством изучения изданий национально-культурной направленности, а также отсутствием в условиях распространения «корейской волны» по всему миру популярного журнала о Южной Корее на российском рынке. Результаты анализа периодических изданий могут быть использованы

в процессе подготовки концепции и модели периодического издания об иной культуре, а также при подготовки учебных материалов для специалистов редакционно-издательской деятельности. Методами исследования стали обзор научной литературы, а также редакторский анализ содержания и оформления журнальных изданий.

В современном мире особо актуальна проблема межкультурного диалога, который позволяет понять ценности других культур, жизненные принципы и традиции тех людей, которые их представляют. Материалы СМИ имеют возможность представить творческий принцип репрезентации национального сознания при помощи выраженной позиции, то есть концепции. Журналы и газеты о культуре какого-либо народа отражают взвешенный и обдуманый подбор материалов, свидетельствующий о стремлении к выработке объективности в позиции журнала. Оформление и содержание таких изданий направлено на многомерное отражение этнокультуры, реализацию идеи межнационального взаимодействия, толерантности как мировоззрения [2]. Данные особенности значительно усиливают коммуникативное значение изданий о культуре и ставят перед редактором большое количество задач, которые необходимо решить в редакционно-издательском процессе работы.

Рассматривать национально-тематические журналы представляется возможным через репрезентацию культуры Южной Кореи. Активно развивающееся явление «корейской волны» (на корейском языке звучит как «hanryu» или «halryu» (한류 — «халлю»), что в переводе означает «корейское течение» или «корейская волна») свидетельствует о развитии признания южнокорейской культуры в мире. Если изначально «корейская волна» в основном состояла из двух форм — распространении популярных телесериалов и поп-музыки — то на данный момент явление стало комплексным подходом и продвижением корейского языка, культурной системы, образа жизни и мировоззрения. Поэтому «халлю» сейчас используется как символ самобытности корейской культуры в мире и играет важную роль в активном взаимодействии с другими странами [3].

Национальная идентичность тесно связана с теми вещами, которые наиболее значимы, то есть язык, история, ценности, а также определенный предмет в качестве признака для выражения своей идентичности. Именно распространение репрезентации осуществляет функцию диалога, в рамках которого происходит распространение культурного кода [4]. Так как на данный момент можно наблюдать особое продвижение таких сфер Кореи, как туризм, экспорт кинематографа и индустрии развлечений, популяризация моды, дизайна и традиций, то и все предметы-символы непосредственно связаны с ними. Важно отметить одну особенность аудитории «корейской волны». Люди из разных стран могут не очень хорошо знать историю, экономику и политику Южной Кореи, но они будут заинтересованы в физических объектах, знаках, смыслах и идеях: будь то слова на корейском языке, изображения флага и национальных цветов, образ жизни, еда и напитки, кумиры и культура коллекционирования предметов и многое другое.

Посредниками между предметом-символом и потенциальной аудиторией могут быть массовые издания и журналы. Электронные и печатные книги и периодические издания способны не только удовлетворить желание поклонников в получении необходимой

информации о популярных сферах культуры, но и расширить их знания и интересы. Именно такие задачи выполняют журналы о Южной Корее.

Большинство людей впервые обнаружили корейскую популярную культуру в Интернете. С ростом популярности «халлю» стали появляться многочисленные сайты, предоставляющие информацию о корейском культурном содержании и новостях для носителей английского языка (а затем и многих других). Например, сайт Allkpop стал одним из самых посещаемых во всем мире и сыграл главную роль в распространении «корейской волны» в Северной Америке [5]. После в зарубежной практике стали появляться журнальные издания, которые в большей степени предоставляли поклонникам изображения знаменитостей в физической форме, которые в дальнейшем использовались в целях собирательства, украшения интерьера и др. Такое взаимодействие со СМИ является заимствованием из корейской практики, где существуют отдельные журналы с эксклюзивными фотографиями исполнителей, актеров; физические альбомы музыкантов с фотобуками в нескольких версиях (что побуждает фанатов покупать каждую версию для коллекции) и с дополнительными элементами (карточками, открытками, плакатами, автографами). Стоит отметить, что репрезентация корейской культуры существует и в нетематических мировых интеллектуальных и гляцевых журналах. Это достигается за счёт специальных выпусков, посвященных тем или иным областям популярной культуры. Например, американские журналы Time, Esquire, Paper, Billboard, индийский Rolling Stone, японский GQ помещали на свои обложки известную корейскую поп-группу BTS и публиковали статьи о корейской музыке в целом.

Ознакомимся с несколькими примерами журналов, репрезентующих корейскую культуру. Для анализа периодических изданий был проведен отбор, критериями которого стали тематическая направленность (рассмотрение корейской культуры целиком или отдельной её части), наличие у журналов сайта или социальной сети (для выявления активности аудитории, а также для получения иной полезной информации) и частей выпуска в открытом доступе для оценки внутреннего содержания и рубрикации.

Онлайн-журнал KJOU был создан в начале 2020 года в Великобритании. Основными рубриками являются мода, красота, стиль жизни, музыка [6]. Особенностью журнала являются эксклюзивные интервью с новыми корейскими исполнителями поп-музыки, которые помогают поддерживать молодые таланты и расширять их аудиторию за пределы Кореи. Статьи о моде и красоте являются рекламой тех или иных корейских брендов. Это побуждает читателей чаще обращаться к продуктам и компаниям Кореи, что развивает экономику страны. Кроме того, обзоры брендов украшений и одежды позволяют больше узнать о тенденциях корейской моды, популяризируют дизайнеров. Так, раскрытие популярных сфер культуры происходит через знакомство с непопулярными её представителями. Это позволяет избежать однотипности информации и создаёт условия для расширения читательского адреса, поэтому помимо материалов об уже известных символах культуры Кореи, журнал предоставляет свежий взгляд на их современное развитие.

Журнал The Kraze (США) функционирует как онлайн-издание, а также имеет цифровые и физические выпуски [7]. Широкий круг тем (от истории и традиций до новинок k-pop музыки), рассмотрение всех изменений и тенденций в сфере развлечений Кореи

эффективно достигается за счёт материалов молодых писателей и редакторов, которые сами входят во многие фан-клубы популярной корейской культуры. На сайте журнала выражена политика редакции — активный набор студентов университетов и колледжей для предоставления им практики в написании публикаций, дизайне и маркетинге. Поскольку большей частью аудитории «корейской волны» являются молодежь, поиском информации и подачей материалов должны также заниматься люди, умеющие разбираться в современных корейских трендах. Стоит отметить способы подачи материалов: у журнала развиты социальные сети, сайт, существует собственный подкаст, канал на YouTube. Поклонники «корейской волны» являются активными пользователями всех видов коммуникаций в интернете, за счёт чего происходит широкое распространение актуальных новостей и тенденций культуры.

Существуют периодические издания, обращенные к подростковой аудитории, включающие в себя информацию о личной жизни корейских знаменитостей, а также плакаты и красочное оформление статей. К данной категории журналов можно отнести издание «Sparkling magazine» (Филиппины) о развлечениях и образе жизни. В нем представлены все самые популярные артисты k-pop (популярная корейская музыка), а также статьи о корейских сериалах и фильмах, путешествиях, моде и красоте. Похожую концепцию имеют журналы «K-pop Life» (Франция), «Kpop superstars» (Англия), «K\*bang» (Германия), «United K-pop» (Великобритания), «Hallyu» (США). Можно отметить журнал «K\*bang» [8]. В комплект с журналом входят плакаты, карточки и открытки с изображением корейских исполнителей. Журнал выходит в двух вариантах: с дополнениями и без них. Такая особенность не только повторяет формулу корейского контента (выступать средством коллекционирования), но предоставляет для аудитории необходимые физические предметы-символы Южной Кореи. Они связаны с наиболее распространяющимися объединенными сферами культуры — музыкой и образом жизни, то есть наличием кумиров.

Более серьезные издания, существующие, например, при поддержке правительства Кореи, глубже рассматривают проблемы туризма, истории и экономики страны и рассчитаны на взрослую аудиторию. Например, ежемесячный рекламный журнал «Korea», который издаётся Корейской культурно-информационной службой при министерстве культуры, спорта и туризма, включает в себя статьи об искусстве (антиквариате), кухне, путешествиях и политике, музыкальных новинках и мероприятиях, связанных с Кореей по всему миру [9]. Некоторые заголовки материалов дублируются на корейском языке, что одновременно является элементом украшения и репрезентацией корейского языка. Другим примером может служить журнал «Koreana» — ежеквартальное издание Корейского фонда [10]. Обложками данного издания часто выступают иллюстрации корейских художников, как традиционные, так и современные. Таким образом, происходит популяризация корейского искусства.

В целом, можно выделить несколько основных средств распространения национальной культуры в журналах о Южной Корее: наличие рубрик, раскрывающих популярные сферы культуры (искусство, дизайн, традиции, мода и развлечения, события, еда и путешествия, обязательный обзор музыкальных и сериальных новинок, эксклюзивные интервью со знаменитостями), продвижение новых представителей культуры, использование

в оформлении национальных символов (корейского языка, а также приставок «k-» в названиях журналов от «korean» (KJOU, K\*bang, The Kraze). Такой приём знаком поклонникам «корейской волны» — многие популярные сферы в медиа называются «k-поп», «k-beauty», «k-drama», «k-fashion»), предоставление физических предметов-символов (открыток, плакатов), развитие коммуникации с читателями на различных современных платформах и подача информации в виде интерактивных элементов (ролики на YouTube, подкасты).

Для каждой культуры необходимо выбирать особые средства распространения, которые могут качественно охарактеризовать страну. В данном случае наиболее эффективными являлись периодические издания с высокой активностью в Интернете, их различная форма существования (онлайн-издание с цифровыми и физическими выпусками), оформление и название журналов, отсылающих к корейским символам и ассоциациям с ними. Редактор при работе с национально-направленными периодическими изданиями должен учитывать особенности репрезентации страны в мировом сообществе и использовать помимо площадки журнала или газеты иные активные каналы распространения информации, сопряженные с редакцией.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Тузова-Щекина С. М. Роль журналов в презентации культуры обских угров. Вестник угроведения. 2013. №1 (12) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-zhurnalov-v-prezentatsii-kultury-obskih-ugrov> (дата обращения: 07.03.2021).
2. Рева Е. К. Особенности отражения национальной культуры в чеченском журнале «Нана»: приемы творческого самовыражения. Вопросы теории и практики журналистики. 2015. №1 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-otrazheniya-natsionalnoy-kultury-v-chechenskom-zhurnale-nana-priemy-tvorcheskogo-samovyrazheniya> (дата обращения: 07.03.2021).
3. Rahmiati L. The impact of Korean wave to the acceptance of korean culture and product among Indonesian [Электронный ресурс]. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/213853306.pdf> (дата обращения: 07.03.2021).
4. Задворная Е. С. Репрезентации национальной идентичности в культурной политике стран Северо-Восточной Азии. Коммуникология. 2019. №3 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/representatsii-natsionalnoy-identichnosti-v-kulturnoy-politike-stran-severo-vostochnoy-azii> (дата обращения: 07.03.2021).
5. Allkpop, Korean pop blog [Электронный ресурс]. URL: <https://www.allkpop.com/> (дата обращения: 07.03.2021).
6. KJOU magazine [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kjou.co.uk/> (дата обращения: 07.03.2021).
7. The Kraze magazine [Электронный ресурс]. URL: <http://www.thekrazemagazine.com/> (дата обращения: 07.03.2021).
8. K\*bang magazine [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/kbangstyle/> (дата обращения: 07.03.2021).
9. Korea magazine [Электронный ресурс]. URL: <https://www.korea.net/Resources/Publications/KOREA-Magazines> (дата обращения: 07.03.2021).

10. Koreana magazine [Электронный ресурс]. URL: <https://www.koreana.or.kr/> (дата обращения: 07.03.2021).

**Рязанцева Елизавета Игоревна** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, направление подготовки «Издательское дело», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: lizaveta.ryazanceva12@mail.ru

#### **PERIODICALS AS A MEANS OF DISTRIBUTION NATIONAL CULTURE ON THE EXAMPLE OF MAGAZINES ABOUT SOUTH KOREA**

**Abstract.** *The role of periodicals in the development and popularization of culture is great. The preservation of traditional folk values, as well as the development of modern culture, is impossible without its representation in the space of the mass media market. This article is devoted to the peculiarities of nationally thematic magazines, which in the context of the expansion of the "Korean wave" provide a platform for the dissemination and development of new branches of modern culture in South Korea. The formulated conclusions can be used in the process of preparing periodicals about a different national culture.*

**Key words:** *South Korea, korean wave, periodicals, magazines, modern culture*

**Elizaveta Ig. Ryazanceva** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: lizaveta.ryazanceva12@mail.ru

УДК 373

**Н.С. Савельева**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

#### **Психолого-педагогическое сопровождение процесса адаптации к дошкольному образовательному учреждению детей раннего возраста**

**Аннотация.** *Статья посвящена проблеме организации психолого-педагогического сопровождения процесса адаптации к дошкольному образовательному учреждению детей раннего возраста в условиях пандемии, что предполагает активное использование цифровой образовательной среды. В основу программы положены результаты исследования типа привязанности в диаде «мать – ребенок раннего возраста», готовности детей к поступлению в дошкольное образовательное учреждение, а также изучение запросов родителей на организацию психолого-педагогического сопровождения адаптации детей к ДОУ.*

**Ключевые слова:** *психолого-педагогическое сопровождение, ранний возраст, адаптация детей раннего возраста, тип привязанности, цифровая образовательная среда*

В современную Россию возвращается тенденция приема детей в сады-ясли, начиная с двухмесячного возраста, что подкрепляется приказом №373 от 31 июля 2020 Министерства Просвещения РФ «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной

деятельности по ООП ДО» [1]. Это ставит перед образовательными учреждениями задачу организации работы с детьми раннего детства, особенно в период адаптации к ДОУ.

Адаптация детей раннего детства к дошкольному учебному заведению сопряжена с решением ряда специфических проблем, что делает необходимым разработку специальных программ психолого-педагогического сопровождения этого процесса.

Недостаточность разработки данных программ обуславливает запрос ДОУ на их создание и внедрение. Кроме того, в условиях пандемии родители оказались исключены из процесса адаптации. Именно этот фактор выступил ведущим при общении педагогических работников с ребенком и его семьей на основе информационных платформ, когда традиционные программы работы ДОУ невозможно было применить. Это определило актуальность исследования.

Цель исследования заключалась в разработке и апробации программы психолого – педагогического сопровождения процесса адаптации к ДОУ детей раннего возраста.

В отечественной педагогике большое внимание уделяется изучению процессов педагогического воздействия на социальные взаимодействия человека во все возрастные периоды жизни. Приоритетными направлениями являются исследования в области социального развития, социальной адаптации детей, социализации в условиях дошкольных учебных заведений. Особенности медико-биологической адаптации представлены в исследованиях Р.М. Баевского, А.А. Солнцева, Р.В. Танковой-Ямпольской и других.

Г.М. Андреева, Л.И. Божович, Л.С. Выготский, Л.Я. Дорфман, А.А.Налчаджян, А.В. Петровский, С.Л. Рубинштейн, Д.Б. Эльконин изучали психологические основы адаптации ребенка младшего дошкольного детства. С точки зрения социологии и педагогики адаптация рассмотрена в трудах зарубежных и российских исследователей Дж. Г.Мид, Т. Парсонс, Р.К. Айсиной, Н.М. Аксариной, Л.Н. Галигузовой, М.А. Галагузовой, О.И. Давыдовой, А.В. Иванов, С.Л. Новоселовой и других.

Однако следует отметить, что остались нерешенными вопросы адаптации детей раннего дошкольного возраста к условиям ДОУ, особенно в период пандемии, когда сотрудничество родителей и педагогических работников было затруднено и стало необходимым использование цифровых технологий для налаживания этого взаимодействия. Таким образом, не только встала проблема адаптации детей к ДОУ, но и адаптации других субъектов образовательного процесса к новым условиям.

Дошкольное образовательное учреждение является новым, значимым этапом в жизни ребенка, представляя собой самый первый опыт коллективного общения. Смена обстановки, встреча с большим количеством новых незнакомых людей, жизнь по новым четким правилам сопровождаются определенными реакциями со стороны малыша. Поэтому многие психологи и известные педагоги уделяют значительное внимание изучению процессов адаптации детей раннего дошкольного возраста [2]. Под адаптацией большинство исследователей понимают процесс и результат качественных изменений состояния детской психики к изменившемуся образу жизни и деятельности, к новому социальной среде. Каждый ребенок проходит процесс адаптации по-своему, в зависимости от типа привязанности к матери (надежной или ненадежной) [3], то есть, в диаде вырабатывается определенный тип привязанности ребенка к матери, что влияет на психическое развитие малыша. Следовательно, необходим учет типа

привязанности при разработке психолого-педагогического сопровождения ребенка в период адаптации, которая должна содержать специфические упражнения для детей раннего детства и включать группу сотрудничества с родителями детей раннего детства с применением цифровой образовательной среды.

Психолого-педагогическая поддержка детей раннего детства в период адаптации к дошкольному образованию было определено как комплексный процесс взаимодействия всех участников поддержки, направленный на создание условий для развития детей раннего детства, сопровождение в сложных жизненных ситуациях, а именно, в период адаптации к условиям дошкольного образования, поскольку именно такой подход способствует адекватной, безболезненной адаптации детей к новым условиям, сохранению и укреплению их психического здоровья [4]. Также современная организация психолого-педагогического сопровождения детей раннего детства должна учитывать разный уровень готовности детей к поступлению в дошкольные учреждения, а также тип привязанности ребенка.

В качестве основных форм психолого-педагогической поддержки детей раннего детства являются консультации и диагностика. Но в настоящее время существующая диагностика содержит недостаточное количество методик, например, не диагностируется тип привязанности. Отсюда актуальным становится разработка новых программ, которые бы учитывали и отсутствие методик диагностирования типов привязанности, и особенности работы дошкольных учреждений в условиях пандемии.

Программа психолого-педагогического сопровождения должна включать в себя разнообразные формы взаимодействия педагогов с малышами раннего детства и их родителями, в том числе как непосредственное общение, так и возможность общения в онлайн формате. Применение цифровой образовательной среды в процессе сопровождения позволяет более успешно организовать деятельность в соответствии с психолого-педагогическими требованиями для дальнейшего эффективного развития ребенка, размещать статьи, дидактические материалы, проводить индивидуальные консультации и интернет-информирование, что будет способствовать повышению уровня психолого-педагогической и воспитательно-образовательной компетенции родителей.

На основе анализа отечественной и зарубежной литературы был подобран диагностический аппарат исследования - методика «Психолого-педагогические параметры определения готовности поступления ребенка в дошкольное учреждение» (К.Л. Печора); карта наблюдения за ребенком в период адаптации; авторская анкета «Изучение запросов родителей на организацию психолого-педагогического сопровождения адаптации детей к ДОУ»; методика «Диагностика развития общения ребенка со взрослым» (Смирнова О.Е.); структурированный метод оценки привязанности «Незнакомая ситуация» (М. Эйнсворт) [5].

Исследование проходило на базе ГБДОУ для детей раннего возраста Колпинского района. В нем приняли участие 42 ребенка (от 9 месяцев до 1.5 года) и 21 родитель. Были выделены две группы детей: экспериментальная и контрольная, в каждой по 21 ребенку.

Результаты исследования запросов родителей на организацию психолого-педагогической поддержки адаптации детей к дошкольной организации показали, что родители нуждаются в психолого-педагогическом сопровождении в период адаптации к ДОУ. 52% родителей отметили необходимость организации психолого-педагогического



сопровождения их детей в период адаптации, 14% - отметили частичную необходимость в сопровождении, и только треть родителей отказались от организации ППС. Кроме того, большинство родителей готовы получать помощь в офлайн-общении и социальной сети в VKontakte как от воспитателей, так и от педагога-психолога 1 -2 раза в неделю.

Результаты исследования на начальном этапе опытно-экспериментальной работы по методике Смирновой О.Е. показали, что в первой группе у 76 % детей наблюдается низкий уровень общения, у 24 % малышей – средний. Во второй группе наблюдается у одного ребенка высокий уровень общения со взрослым, у 33 % детей – средний, у 67 % – низкий. Таким образом, дети демонстрируют недостаточное развитие инициативности, чувствительности, вовлеченности в общение со взрослым, «бедный набор» средств и форм общения.

Наблюдение за детьми на начальном этапе эксперимента, в соответствии с картой наблюдения, показало, что в экспериментальной группе 38% детей имели проблемы в адаптации к ДОУ по таким критериям как: настроение, общение со взрослым и сверстником, активность. В контрольной группе 43% детей имели проблемы с настроением, аппетитом, со сном. При этом, статистически значимых различий по всем показателям для контрольной и экспериментальной групп получено не было.

Кроме того, в экспериментальной группе было проведено исследование по методике М. Эйнсворт, которое показало, что только 47 % диад «мать – ребенок раннего возраста» могут быть отнесены к безопасному типу привязанности, а 53% - к тревожному типу, что свидетельствует о нарушениях в диадах эмоциональной связи между ребенком и матерью, низкой степенью безопасности и ненадежности.

Результаты констатирующего эксперимента подтвердили необходимость организации психолого-педагогической поддержки детей раннего детства в процесс их адаптации в ДОУ и помогли разработать программу психолого-педагогического сопровождения. Специфическими чертами программы являлись: организация сотрудничества с родителями с использованием цифровой среды (VKontakte); индивидуальный подход к ребенку, включающий в себя учет различных уровней готовности детей к поступлению в ДОУ, тип привязанности малыша; проведение специфических упражнений в период адаптации; диагностика успехов и проблем малыша в ходе адаптации и их активное обсуждение с родителями. В контрольной группе адаптация строилась на традиционных принципах.

Результаты контрольного исследования по методике Печоры К.Л. показало, что в экспериментальной группе успешно прошли процесс адаптации и готовы к вступлению в новую социальную группу 62% малышей, условно готовы - 38%, среди которых 19 % детей пока не прошли еще адаптацию в связи с частыми болезнями, жизненными обстоятельствами и домашним режимом. В контрольной группе 43% детей готовы к поступлению в ДОУ, а 57 % – условно готовы. Получены статистически значимы различия по ряду показателей методики. Это позволяет говорить о том, что апробация программы прошла успешно, а ее эффективность нашла свое подтверждение.

Таким образом, программа психолого-педагогического сопровождения процесса адаптации детей раннего детства к дошкольному образованию способствовала адекватной, безболезненной адаптации детей к новым условиям, сохранению и укреплению их

психического здоровья. Ключевыми педагогическими условиями выступали: учет типа привязанности ребенка, включение вариации игровых упражнений и техник расслабления во время адаптации и сотрудничество с родителями как в офлайн общении, так и в онлайн.

На сегодняшний день продолжают работы по реализации разработанной программы психолого-педагогической поддержки детей раннего детства в период адаптации к дошкольному образованию, так как еще не для всех детей, участвовавших в эксперименте, процесс адаптации успешно завершен.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования: Приказы и письма Минобрнауки РФ. - М.: ТЦ Сфера, 2016. - 96 с.
2. Григорьева Т. Ю. Адаптация к детскому саду: условия, методы, средства. Молодой ученый. - 2017. - № 47.1 (181.1). - С. 50-53.
3. Bowlby J. Attachment and loss. Vol. 1. Attachment. 2nd ed. New York: Basic Books, 1982/1969. - 402 p.
4. Барсукова О. В. Модель психолого-педагогического сопровождения детей раннего возраста в условиях групп кратковременного пребывания в рамках ФГОС./ Психологические науки: теория и практика: материалы IV Международной научной конференции (г. Москва, ноябрь 2015 г.). – М.: Буки-Веди, 2015. - С. 3-6.
5. Ainsworth, M.D. Salter, Wittig B.A. Attachment and Exploratory Behaviour of One-year-olds in a Strange Situation / Foss B.M. (ed.). Determinants of Infant Behaviour. London: Methuen; New York: Barnes & Noble. Vol. 4, 1969. - 454 p.

**Савельева Надежда Сергеевна** – студент магистратуры; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Россия, Санкт-Петербург; e-mail: nadysha1296@mail.ru

#### **PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL SUPPORT OF ADAPTATION TO A PRESCHOOL EDUCATIONAL INSTITUTION OF YOUNG CHILDREN**

**Abstract.** *The article is devoted to the problem of organizing psychological and pedagogical support of the process of adaptation to a preschool educational institution of young children in a pandemic, which involves the active use of the digital educational environment. The program is based on the results of a study of the type of attachment in the "mother - young child" dyad, the readiness of children to enter a preschool educational institution, as well as the study of parents' requests for the organization of psychological and pedagogical support for the adaptation of children to preschool educational institutions.*

**Key words:** *psychological and pedagogical support, early age, adaptation of young children, type of attachment, digital educational environment*

**Nadezhda S. Saveleva** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg; Russia; e-mail: nadysha1296@mail.ru

**Взаимосвязь личностных характеристик матери с типом привязанности к ребенку**

**Аннотация.** *Статья посвящена описанию исследования особенностей личностных характеристик матери с разным типом привязанности к ребенку раннего возраста и их сопряженности с типом привязанности. В ее основу положены результаты исследования определения типа привязанности в диаде «мать – ребенок раннего возраста» и личностных характеристик матерей раннего возраста, сравнения личностных характеристик матерей с разным типом привязанности к ребенку раннего возраста и выявления взаимосвязи с личностными характеристиками матерей.*

**Ключевые слова:** *привязанность, тип привязанности, ранний возраст, личностные особенности матери*

Изучение отношений в диаде «мать - ребенок» считается одним из основных направлений возрастной и экспериментальной психологии на протяжении последних десятков лет. Тип привязанности (Attachment theory), сформированный в первые годы жизни ребенка, по мнению исследователей таких, как Н.Н. Авдеева [1], Г.В. Бурменская [2], Р.Ж. Мухамедрахимов [3], Е.О. Смирнова [4], влияет на дальнейшее развитие личности, психическое, физическое состояние на протяжении всей жизни. Ранняя диагностика типа привязанности позволяет провести своевременную и эффективную консультационно – коррекционную работу по гармонизации взаимоотношений в диаде «мать – ребенок раннего возраста».

Психическое развитие детей в раннем возрасте многогранно, что проявляется в формировании целого ряда значимых новообразований: активная речь; первые представления ребенка о себе и окружающем его мире; выделение способа действий с предметом и его назначения; произвольное поведение; формирование потребности в общении и совместной деятельности со взрослым; проявление первичного самосознания и самостоятельности [5]. Закладывается фундамент взаимоотношений в диаде «мать - ребенок», который оказывает влияние на дальнейшее становление и развитие личности ребенка.

Взаимоотношение в диаде «мать - ребенок» рассматривается рядом исследователей в контексте теории привязанности, авторами которой считаются Д.Боулби [6] и М. Эйнсворт. При этом, привязанность понимается как тесная эмоциональная связь между ребенком и матерью (замещающим взрослым), которая характеризуется степенью безопасности и надежности. Выделяют 5 типов привязанности ребенка к матери: тип А: ненадежный (тревожно – избегающий); тип В: надежный (безопасный); тип С: ненадежный (тревожно – амбивалентный); тип D: ненадежный (дезорганизованный); тип Е: ненадежный( симбиотический (смешанный)) [7].

В основе теории привязанности лежат взаимоотношения между ребенком и взрослым, которые определяют психологическую структуру личности: развитие способности к эмпатии, отношение к себе и к социуму; развитие познавательных способностей.

В анализируемых концепциях различных авторов таких, как Д. Стивенсон-Хайнд, М. Симсон, А.С. Спиваковская, Р.Ж. Мухамедрахимов и других, многоаспектные личностные особенности матери рассматриваются как факторы, влияющие на формирование определенного типа привязанности. В частности, такими личностными характеристиками выступают: уровень самоактуализации, степень уверенности в себе, воспитание, темперамент. Важно отметить, что в изучении личностных особенностей учитывается культурный и социальный статус матери, ее личная психическая история до и после рождения ребенка. Направленность устремлений матери, модели поведения, которые она использует при решении жизненных и семейных проблем, ее социальная активность, установки в общении с окружающими находят свое отражение в ее взаимодействии с ребенком. И именно личностные особенности играют большую значимость в формировании типа привязанности в диаде «мать – ребенок раннего возраста».

Цель исследования заключалась в анализе взаимосвязи личностных характеристик матери с типом привязанности к ребенку.

На основе анализа отечественной и зарубежной научной литературы был подобран диагностический аппарат, который включал лабораторный структурированный метод «Незнакомая ситуация» М. Эйнсворт [8]. Метод позволяет определить тип привязанности в диаде «мать – ребенок раннего возраста». Главным критерием качества привязанности является реакция ребенка на приход и уход матери, и его познавательная активность в новой среде.

Исследование проходило на базе ГБДОУ для детей раннего возраста, а также в центре раннего развития ребенка в трех группах раннего развития. В нем приняли участие тридцать одна диада «мать–ребенок раннего возраста». Возраст детей составляет от одного года до двух лет, из них 18 мальчиков и 13 девочек. Возраст женщин состоит в диапазоне от 27 до 30 лет.

Исследование по методике Эйнсворт показало, что 58% изученных диад относятся к безопасному типу привязанности, а 42% изученных диад «мать – ребенок раннего возраста» относятся к тревожному типу привязанности, что свидетельствует о нарушениях в этих диадах эмоциональной связи между ребенком и матерью, низкой степенью ее безопасности и надежности.

Для проведения дальнейшего исследования личностных особенностей матерей с разным типом привязанности к ребенку были выделены 4 группы респондентов:

- матери с безопасным типом;
- матери с тревожно-амбивалентным типом;
- матери с тревожно-избегающим типом;
- матери с симбиотическим типом привязанности к ребенку.

Для выявления личностных характеристик матерей с разным типом привязанности к ребенку была применена методика «Биографический опросник ВIV» Р.С. Ягер, С. Лишер, которая позволяет получить стандартизированную информацию о биографии, ситуации

окружающей среды и актуальном психическом состоянии как важной предпосылки для социально-психологической адаптации личности.

Таблица 1. Результаты различий по шкалам биографического опросника

Название шкалы	Средний ранг			
	Тип А	Тип В	Тип С	Тип Е
Семейная ситуация	5,00	15,33	26,50	14,86
Сила «Я»	16,25	15,22	17,00	17,36
Социальное положение	18,25	14,19	18,63	18,50
Воспитание (стиль)	13,00	14,36	21,25	18,07
Нейротизм	17,25	16,17	20,75	12,50
Социальная активность	19,25	15,33	19,25	16,64
Психофизическая конституция	19,25	14,69	23,75	14,00
Экстраверсия	11,00	16,28	16,25	16,57

В таблице 1 представлены восемь шкал, по каждой из которых выделены средние показатели для 4 типов привязанности. Необходимо отметить, что высокие показатели по первым семи шкалам свидетельствуют о наличии соответствующей проблемы. Большинство показателей данной выборки лежат в области средних значений.

По шкале «Семейная ситуация» наиболее негативно свои отношения с родителями оценивают матери с тревожно-амбивалентным типом привязанности. Они склонны воспринимать свою семью как недостаточно адекватную и не оказывающую на них влияния в детстве и юности.

Мы можем отметить, что достоверно чаще субъективное восприятие семейной ситуации как положительной наблюдается у матерей с тревожно-избегающим типом привязанности. Кроме того, они оценивают стиль воспитания в семье как благоприятный и способствующий их развитию.

Матери с типом В и Е оценивают влияние со стороны семьи в детстве и юности как благоприятное. Также для них свойственно воспринимать взаимоотношения с родителями, как положительные. Матери с безопасным типом привязанности высоко оценивают стиль воспитания в семье, рассматривая его как способствующий их развитию.

Немаловажным фактором, влияющим на развитие ребенка, является социальный статус (положение) семьи, который отображает адаптированность семьи к воспитанию ребенка на разных этапах его развития. Матери с типом А, Е и С имеют трудности в социальной адаптированности, а также в разрешении личных и социальных ситуаций. У матерей с надежным типом привязанности наблюдается благоприятная оценка своего социального положения, которая характеризуется незначительными ситуационными трудностями в социальном взаимодействии.

По шкале «Сила «Я»» мы можем отметить, что матери с симбиотическим и тревожно – амбивалентным типом проявляют низкую степень самостоятельности, способности преодолевать проблемы, связанные с внешними факторами, что нельзя сказать о надежном и ненадежном (тревожно-избегающем) типе. Такие матери уверены в себе, это обусловлено тем, что уверенность проистекает из доверия к социуму и чувства защищенности в отношениях с людьми. Также у них выраженная сила «Я».

Также значимые различия зафиксированы у матерей по уровню социальной активности. Хорошая способность устанавливать и поддерживать контакты, отсутствие робости в раскрытии себя перед другими присуща матерям с надежным и симбиотическим типом, в то время как для матерей с тревожно–избегающим и с тревожно–амбивалентным типом характерны сложности с установлением и поддержанием взаимоотношений, с самораскрытием. Стоит отметить, что матери с тревожно–избегающим типом не способны к спонтанному общению. Они, прежде всего, ориентированы на свой внутренний мир. В то время как матери с типом В, С и Е наоборот не имеют сложностей в способности поддерживать социальные контакты, они общительны, импульсивны, социабельны и демонстрируют уверенное самопрезентационное поведение.

По шкалам «Нейротизм» и «Психофизическая конституция» мы наблюдали у матерей с типом А и С повышенную тревожность, возбудимость, чувствительность и сильные эмоциональные реакции, склонность реагировать соматически на стрессовые нагрузки. А матери с надежным и симбиотическим типом характеризовались эмоциональной уравновешенностью и умеренными эмоциональными реакциями, положительным психическим состоянием.

Вышеупомянутые результаты были приведены для выявления взаимосвязи личностных характеристик матери с типом привязанности к ребенку, что позволило составить таблицу сопряженности типа привязанности со шкалами биографического опросника при помощи коэффициента  $\chi^2$  Пирсона.

Таблица 2. Результаты сопряженности типа привязанности со шкалами биографического опросника

	Семейная ситуация		Сила «Я»		Социальное положение		Воспитание (стиль)		Нейротизм		Социальная активность		Психофизическая конституция		Экстраверсия	
	зн.	ст.св.	зн.	ст.св.	зн.	ст.св.	зн.	ст.св.	зн.	ст.св.	зн.	ст.св.	зн.	ст.св.	зн.	ст.св.
Тип привязанности: 1, 2, 3, 4	<b>32,9</b>	18	<b>29,4</b>	18	<b>21,9</b>	15	<b>20,0</b>	12	20,3	18	7,2	15	<b>23,1</b>	15	16,2	18

\*зн. – значение.

\* ст.св. – степень свободы (количество независимых слагаемых в сумме).

\*1 – Надежный (безопасный) тип;

2 - Симбиотический тип;

3 – Тревожно - избегающий тип;

4 – Тревожно - амбивалентный тип.

Результаты из таблицы 2 говорят нам о статистически значимой взаимосвязи между типом привязанности с личностными характеристиками матерей по шкалам биографического опросника: «Семейная ситуация», «Сила «Я», «Социальное положение» «Воспитание

(стиль)», «Психофизическая конституция». По шкалам «Нейротизм», «Социальная активность», «Экстраверсия» сопряженности с типом привязанности не обнаружено.

Матери с надежным типом привязанности более уверены в себе, менее напряжены, тревожны, намного позитивнее оценивают свою семью и родительское воспитание. Они менее предрасположены к соматическим нарушениям, более устойчивы к стрессовым нагрузкам.

Матери с тревожным типом привязанности чаще дают негативные оценки своему социальному положению, силе «Я». Они более нейротичны, тревожны и склонны к соматическим нарушениям.

Таким образом, можно сделать вывод, что тип привязанности взаимосвязан с особенностями построения отношений матери со своими родителями, с ее оценкой родительского воспитания, со степенью самоуверенности матери и ее способностью добиваться поставленных целей, со степенью напряженности в личных и социальных ситуациях.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Авдеева Н.Н. Развитие образа себя и привязанностей у детей от рождения до трех лет в семье и доме ребенка. – М.: Смысл, 2003.- 152 с.
2. Бурменская Г.В. Проблемы онто и филогенеза привязанности к матери в теории Джона Боулби. М.: Гардарики, 2003. – 288 с.
3. Мухамедрахимов Р.Ж. Мать и младенец. СПб.: Изд-во Санкт-Петербург ун-та, 2001. – 288 с.
4. Смирнова Е.О. Теория привязанности: концепция и эксперимент. Вопросы психологии.- М.: Школа-Пресс, 1995. - №3. С. 139-150.
5. Оленникова М.В. Возрастная психология. Конспект лекций. — СПб, 2000. -126с. (24)
6. Боулби Дж. Привязанность. М.: Гардарики, 2003.- 477 с.
7. Ainsworth M.D. Patters of attachment: a psychological study of the strange situation: учеб. пособ. /V. Ainsworth, M. Blehar, E. Waters, S. Walls; – N.J, 1978. 318 с.
8. Ainsworth M.D. Salter, Wittig B.A. Attachment and Exploratory Behaviour of One-yearolds in a Strange Situation. Foss B.M. (ed.). Determinants of Infant Behaviour. London:Methuen; New York: Barnes & Noble. Vol. 4, 1969. - 454 p.

**Савельева Надежда Сергеевна** – студент магистратуры; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Россия, Санкт-Петербург; e-mail: nadysha1296@mail.ru

**Гулк Елена Борисовна** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Россия, Санкт-Петербург; e-mail: elenaborisovnagulk@gmail.com

#### **THE RELATIONSHIP BETWEEN THE PERSONAL CHARACTERISTICS OF THE MOTHER AND THE TYPE OF ATTACHMENT TO THE CHILD**

**Abstract.** *The article describes the study of the features of the personal characteristics of a mother with a different type of attachment to an early child and their correlation with the type of attachment. It is based on the results of the study of determining the type of attachment in the dyad "mother-child of early age" and the personal characteristics of young mothers, comparing the personal characteristics of mothers with different types of attachment to an early child and identifying the relationship with the personal characteristics of mothers.*

**Key words:** *attachment, type of attachment, early age, personality of the mother*

**Nadezhda S. Saveleva** - Peter the Great Saint-Petersburg Polytechnic University; Russia, Saint-Petersburg; e-mail: nadysha1296@mail.ru

**Elena B. Gulk** – Peter the Great Saint-Petersburg Polytechnic University; Russia, Saint-Petersburg; e-mail: elenaborisovnagulk@gmail.com

УДК 8.1751

**М.А. Савутина, Н.Г. Ферсман**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Путеводитель как особый тип межкультурного дискурса**

**Аннотация.** *В данной работе раскрыто понятие туристического и межкультурного дискурсов, приведены основные характеристики и особенности текстов путеводителей, а также путем сравнительного анализа проанализированы примеры, иллюстрирующие данные особенности туристических текстов путеводителей на русском и английском языках. Результаты исследования показали, что путеводитель содержит ряд универсальных характеристик, присущих текстам межкультурного дискурса. Среди таких характеристик: наличие лакун, которые являются барьерами в процессе диалога культур, а также сочетание черт функционального стиля рекламы, публицистического и научного стилей.*

**Ключевые слова:** *межкультурная коммуникация, диалог культур, межкультурный дискурс, туристический дискурс, лингвистические/экстралингвистические факторы, путеводитель, безэквивалентная лексика*

В настоящее время в связи с глобализацией туризм все более активно развивается, соответственно, повышается и спрос на различные туристические услуги, с помощью которых в полной мере может быть обеспечен процесс эффективной межкультурной коммуникации [1].

Цель данной работы – определить ключевые особенности текстов туристического дискурса, опираясь на анализ литературы по данной теме.

Теоретико-методологическую основу представленной работы составляют труды таких исследователей, как: Ю.В. Таратухина, С.Н. Безус, Н.Д. Арутюнова, В.И. Карасик, В.В. Красных, Л.В. Куликова, Н.А. Тюленева, Н.В. Филатова и др. Применяемый метод исследования включает сравнительный анализ туристических текстов на русском и английском языках.



Межкультурная коммуникация представляет собой диалог культур. Данный диалог может осуществляться с помощью письменных текстов дискурса [2]. Для дальнейшего рассмотрения особенностей путеводителя как типа текста в межкультурной коммуникации обратимся к понятию дискурса.

На данный момент существует множество взглядов различных исследователей на определение дискурса. Проанализируем некоторые его определения.

Н.Д. Арутюнова рассматривает дискурс, как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах) [3].

По мнению В.И. Карасика, дискурс представляет собой явление промежуточного порядка между речью, общением, языковым поведением, с одной стороны, и фиксируемым текстом, остающимся в «сухом остатке» общения, с другой стороны [4].

В.В. Красных определяет дискурс как вербализованную речемыслительную деятельность, взятую во всей совокупности лингвистических и экстралингвистических факторов и закрепленную в форме текстов (устных и письменных) [5].

Изучив различные подходы к определению понятия дискурса, можно сделать вывод, что дискурс представляет собой устный или письменный текст, включающий лингвистические и экстралингвистические факторы и являющийся компонентом социального взаимодействия.

Из вышеизложенных определений дискурса можно сделать вывод о культурной обусловленности дискурса. В дискурсе, как в коммуникативном процессе, проявляется его национально-культурная особенность, изучение которой позволяет выявить его национально-специфические составляющие в процессе межкультурного общения.

Обратимся к понятию межкультурного дискурса.

По мнению Л.В. Куликовой, межкультурный дискурс является межличностным общением между представителями различных культурно-языковых групп, в процессе которого имплицитно или эксплицитно проявляется чужеродность партнеров по коммуникации, влияющая на результат дискурсивного взаимодействия [6].

Межкультурный и туристический дискурсы находятся в тесной взаимосвязи, что обусловлено наличием в текстах данных типов дискурсов языковых кодов, характерных для представителей разных культур. Дискурсивная специфика в разных языках и культурах обусловлена именно особенностями национальных коммуникативных стилей.

Обратимся к детальному анализу туристического дискурса.

Н.А. Тюленева определяет туристический дискурс как особый подвид рекламного дискурса, объединяющий различные виды рекламы туризма и нацеленный на позиционирование и продвижение туристических услуг с помощью стратегий аргументации, которые имеют лингвокогнитивный характер [7].

Далее рассмотрим понятие путеводителя.

Н.В. Филатова определяет путеводитель как сложный жанр туристического дискурса, так как сочетает в себе в разной степени черты функционального стиля рекламы, публицистического и научного стилей [8].

Путеводитель помогает выстраивать социокультурные отношения между туристами и страной посещения, являясь посредником в диалоге культур. Выделяют следующие стратегии, влияющие на восприятие туристами посещаемой страны:

- употребление специфических (эмотивных) слов, нацеленных на обращение к туристическим ожиданиям;
- использование слов языка, отражающих местный колорит;
- цитирование авторитетных путешественников, современных авторов, подтверждающих сведения из текстов путеводителя;
- описание и подбор соответствующих сравнений и метафор, позволяющих сократить дистанцию между культурой страны пребывания и культурой туристов [9].

Согласно Н.В. Филатовой, научный стиль в путеводителе проявляется в широком использовании терминов и большом количестве числительных, а также в сочетании информативности с лаконизмом, которое выражается в большом числе конвенциональных сокращений единиц измерения, терминов, наименований языков, временных интервалов и аббревиатур. Особенность, присущая путеводителю как представителю публицистического стиля – это стандарт, который проявляется в частом употреблении клише [8].

В путеводителе присутствуют определенные базовые элементы этнолингвистической специфики, которые затрудняют понимание некоторой информации представителями инокультурных сообществ [2].

Таковыми барьерами при межкультурной коммуникации являются лакуны или безэквивалентная лексика. С безэквивалентной лексикой сталкиваются при диалоге культур посредством взаимодействия с текстом, написанным на языке другого лингвокультурного сообщества.

Лакуны могут быть:

- лексическими (например, реалии);
- грамматическими (артикли, видо-временные категории в языке);
- стилистическими (например, пассивный залог в английском языке стилистически нейтрален, а в русском относится к книжному стилю);
- связаны с интонацией, ритмикой и паузацией речи;
- этикетными, то есть они связаны с определенными характеристиками общения и распределением коммуникативных ролей [2].

Воспринимая текст, принадлежащий к чужой культуре, представитель другой культуры интерпретирует информацию в образах и понятиях родной культуры. Понимание текста зависит от культурологической дистанции между отдельными культурами, а также от знаний реципиентов, их потребностей и целей восприятия текста. Лакуны, отражающие специфику той или иной культуры, как правило, препятствуют взаимопониманию носителей различных культур [10].

Рассмотрим представленные лакуны подробнее.

Реалии представляют собой слова и словосочетания, которые называют объекты, предметы, явления, свойственные культуре и истории определенного народа. При переводе такую лексику необходимо адаптировать, чтобы они стали понятны читателю, так как для носителей одного языка реалии ничем не отличаются от общечеловеческих понятий, в то время как для представителя чужой культуры присутствующие в путеводителе реалии представляют собой уникальную лексику, которая затрудняет восприятие текста [11].

Помимо реалий, особой лексикой путеводителя являются термины, которые придают тексту черты научного стиля. В путеводителе термин исполняет, прежде всего, поставленную стилистическую задачу, но не теряет при этом своего предметного значения [11].

Еще одной особенностью путеводителя как жанра туристического дискурса являются фразеологизмы. Их наличие обусловлено публицистическим стилем путеводителя и рекламой, а также образностью с одной стороны и шаблонностью с другой [8].

В рамках данного исследования проведем анализ путеводителя как типа межкультурного дискурса на материале путеводителя “Arrival Guides. A lonely planet company” по Санкт-Петербургу. Выбор путеводителя по данному городу обусловлен тем, что Санкт-Петербург в последнее время становится все более важным в контексте международных связей. Также он является одним из важнейших центров культурного наследия России.

Рассмотрим имена собственные, обозначающие городские топографические объекты. Данная лексика передается с помощью транслитерации или прямого заимствования. Так “река Мойка” представлена в аутентичных текстах путеводителей по Санкт-Петербургу на английском языке как “the Мойка”; а “Кунсткамера” – “Kunstkamera”. В текстах путеводителей на английском языке распространено явление гибридного образования, например, “Bolshoi Theatre”, “Vaganova ballet school”, “Yusupov Palace”, “The Dostoevsky Museum”. Такое преобразование состоит из собственно номинации и второго элемента, который способствует актуализации значения первого.

При использовании транслитерации иногда требуется описательный перевод. Например, “Стрелка (Васильевского острова)” хоть и имеет прямой аналог в английском языке “spit”, передается с помощью прямого заимствования “strelka” и сопровождается описательным оборотом “the ‘tongue of land’ that is the tip of Vasilevsky Island”. То же самое происходит и с такими лакунами как “Kotelnaya Kamchatka” – “former boiler station”, “Pushkin” – “The town of Pushkin, which surrounds the Tsarskoe Selo estates”.

Как было отмечено выше, одной из особенностей путеводителя является его рекламный характер, то есть он прямо информирует читателя о том, что собой представляет тот или иной объект. Также в нем присутствуют и элементы эмоциональной рекламы. Рассмотрим варианты описания Кунсткамеры в русском тексте и аутентичном английском:

«Кунсткамера в Санкт-Петербурге – это один из старейших музеев Северной столицы и всей России. Он был создан по указу Петра Первого с целью коллекционирования и исследования раритетов, рожденных как природой, так и руками человека. В настоящее время собрание Музея антропологии и этнографии им. Петра Великого – Кунсткамера

Российской академии наук является одним из наиболее полных и интересных музеев в мире. В нем собрано более миллиона экспонатов. Более ста лет они служили исследователям в области археологии, анатомии и медицины».

«Kunstkamera – Peter the Great Museum of Anthropology and Ethnography – was the first museum in Russia. It has a unique collection of antiques, revealing the history and way of life of many people. But for many people this museum is known for the collection of “freaks” – anatomical curiosities and anomalies».

В сравнении можно заметить, что английский текст более эмоционально окрашен, выполняет рекламную функцию и даже содержит такой термин как “freaks” (уродцы). В то время как текст на русском языке более сдержанный и направлен на ознакомление с историческими событиями создания объекта.

В процессе данного исследования мы рассмотрели литературу на указанную тему и провели сравнительный анализ путеводителей по Санкт-Петербургу на русском и английском языках для выявления особенностей путеводителя как типа межкультурного дискурса.

Как показало исследование, путеводитель действительно обладает рядом признаков, характерных для текстов туристического, следовательно, и межкультурного дискурса. Тексты путеводителей отличаются сочетанием черт функционального стиля рекламы, публицистического и научного стилей, а также наличием лакун, или безэквивалентной лексики, которые являются барьерами в процессе диалога культур.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Кабакчи В.В. Основы англоязычной межкультурной коммуникации. – СПб., 1998. – 231 с.
2. Таратухина Ю.В., Безус С.Н. Теория межкультурной коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. Ю.В. Таратухиной и С.Н. Безус. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – Серия: Бакалавр. Академический курс. – 265 с.
3. Арутюнова Н.Д. Дискурс. Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Сов. энцикл., 1990. – 688 с.
4. Карасик В.И. Язык социального статуса. – М.: Ин-т языкозн. – РАН, 1992. – 495 с.
5. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
6. Куликова Л.В. Межкультурная коммуникация: теоретические и прикладные аспекты. На материале русской и немецкой лингвокультур.: моногр. – Красноярск: РИО КГПУ, 2004. – 196 с.
7. Тюленева Н.А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе: автореф. дис. канд. филол. наук. – Омск, 2008. – 19 с.
8. Филатова Н.В. Жанровое пространство туристического дискурса // Филологические науки, 2012. – № 2. – С. 76 – 82.
9. Киселева Л.Н. Путеводитель как семиотический объект: к постановке проблемы (на примере путеводителей по Эстонии 19 в.). Сборник статей «Репрезентация Эстонии в

иноязычных путеводителях XIX–XXI вв.: риторика и идеология. – Тарту: Тартуский государственный университет, 2008. – 321 с.

10. Успенская А. А. Учебные ситуации как способ обучения адекватному восприятию культурно-специфической лексики английской политической речи. Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2008. – С. 209 – 214.

11. Митягина В.А. Текст авторского путеводителя: «система паролей» к инокультурному пространству. Вестник Волгоградского государственного университета. – 2011. – № 1. – С. 123 – 130.

**Савутина Мария Александровна** – студентка бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: arihara8@mail.ru.

**Ферсман Наталия Геннадиевна** – доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: natdia@list.ru.

#### **GUIDEBOOK AS A SPECIAL TYPE OF CROSS-CULTURAL DISCOURSE**

**Abstract.** *This article reveals the concept of tourist and intercultural discourses, provides the main characteristics and features of the texts of travel guides, and also analyzes the examples illustrating these features of travel texts of guide books in Russian and English languages. The results of the study showed that the guidebook contains a number of characteristics inherent in the texts of intercultural discourse. Among these characteristics: the presence of special words that are barriers in the process of cultural dialogue, as well as a combination of features of the functional style of advertising, journalistic and scientific styles.*

**Key words:** *cross-cultural communication, dialogue of cultures, cross-cultural discourse, tourist discourse, linguistic/extralinguistic factors, travel guide, non-equivalent vocabulary*

**Mariya A. Savutina** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: arihara8@mail.ru

**Nataliia G. Fersman** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: natdia@list.ru

УДК 655.5

**Д.С. Семенова, А.А. Шакуров**

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики

#### **Особенности типографики конструктивистских изданий**

**(на примере оформления поэмы А. И. Безыменского «Комсомолия»)**

**Аннотация.** *Целью научной публикации является выявление особенностей типографики конструктивистских изданий на примере оформления поэмы «Комсомолия»*

1928 года. В работе рассматривается формирование конструктивистской типографики и ее основные художественные особенности, а также проводится анализ художественных приемов в оформлении конструктивистского издания А. И. Безыменского «Комсомолия». Результатом исследования можно считать выявление основных особенностей изданий конструктивистского периода, отраженных в оформлении поэмы «Комсомолия». В настоящее время научных исследований на эту тему недостаточно, что делает данную публикацию актуальной и востребованной.

**Ключевые слова:** конструктивистская типографика, конструктивистская книга, книжное оформление, конструктивизм

Стилистика оформления современных изданий имеет достаточное разнообразие от минималистичного дизайна обложек, классических материалов и верстки текста до нестандартных решений на протяжении всего печатного издания. Сложившиеся на сегодняшний день тенденции книжного оформления произошли в результате постоянного исторического преобразования типографики в результате появления новых технических средств и изменяющейся, в зависимости от временного периода, эстетики. Наиболее революционное влияние на книжную графику оказали течения искусства XX века, в том числе и конструктивизм, представители которого продвигали принципиально новые идеи книжного оформления.

Конструктивизм повлиял на всех многие пласты культуры, но в большей степени идеи конструктивистского течения нашли отражение в области книжного оформления, данной теме посвящен ряд исследовательских работ. Тем не менее, подавляющее количество научных трудов обращается к анализу литературных произведений, а не к их печатному оформлению, поэтому тема особенностей типографики конструктивистских изданий раскрыта недостаточно полно. Влияние данного культурного течения на отечественную издательскую деятельность неоспоримо и требует более углубленного анализа для изучения механизма формирования российской культуры, поэтому данная научная публикация является актуальной.

Цель научной статьи состоит в рассмотрении особенностей типографики конструктивистских изданий на примере поэмы «Комсомолия» в оформлении Телингатера С. Б. Для достижения данной цели нужно рассмотреть специфику конструктивизма как культурного течения, изучить особенности конструктивистской типографики и проанализировать издание «Комсомолия» 1928 года.

Теоретическая составляющая публикации основана на работах выдающихся научных деятелей в области искусствоведения, истории и книговедения Бобринской Е. А., Фомина Д. В., Бычкова В. В., Россомахина А. А., а также энциклопедиях и сборниках, посвященных конструктивизму.

Конструктивизм представляет собой направление в архитектуре, изобразительном искусстве и фотографии первой половины XX века, основанное на функционализме и целесообразности произведений. Тенденции данного авангардного течения также нашли отражение в области театра, музыки и литературы.

Предпосылками формирования конструктивизма послужили индустриальное развитие и массовая производственная деятельность, которые требовали упрощения форм и стандартизации продукции и культурных единиц. Исходя из этого ключевыми идеями данного направления выступили целесообразность, лаконичность и утилитарность произведений. Идеология «функционального искусства» [1, с. 33] существенно повлияла на издательскую деятельность, отразившись на графической составляющей издания, заключающейся в удобстве чтения и восприятия печатной продукции.

В процессе поиска средств выражения новой эстетики конструктивисты подхватили революционную настроенность предшествующих авангардных направлений, в частности, футуризма, и обратились к изменению традиционного облика изданий. Представители течения разработали новые типы конструкционного построения, которые прослеживались на протяжении всей книги, создавая единое стилистическое произведение искусства.

Особенности оформления конструктивистских изданий в первую очередь включали в себя использование «цветных геометрических плашек» [2, с. 9], квадратов и линеек, выступающих как отдельный графический элемент или формирующих целую наборную композицию. Для иллюстрирования книжной продукции конструктивисты зачастую обращались к средствам наборной кассы, стремясь воспроизвести эффект таких способов печати как литография, линогравюра и ксилография. Таким образом представителям направления удалось найти новые технологии иллюстрирования книг при сохранении прежнего стиля изображения.

Представители конструктивизма начали активно использовать в оформлении издания «коллажную технику и фотомонтаж» [3, с. 110]. Ранее коллаж в книжной графике начали использовать футуристы, в частности, Ольга Розанова, которая создавала бумажные комбинации на обложках изданий. Конструктивисты переняли данный способ оформления и, ввиду технического развития, внедрили в издательское производство использование фотографий и композиций из них.

В качестве текстовых новшеств типографики издания выступило асимметричное построение разворота, при котором слова, абзацы и предложения произведения могли располагаться по вертикали, диагонали или с оборотом на 180 градусов. На смежных страницах издания размещались отличные друг от друга комбинации расположения текста, что помогало создавать динамичное построение наборной полосы, но сохраняя при этом ее монументальность.

При оформлении издания использовались рисованные надписи, «крупные и сверхкрупные гротескные шрифты» [2, с. 9], различные вариации размеров литер. Отдельно взятое слово и предложение могло выделяться полужирным или курсивным образом, набираться вразрядку, растягиваться в форме элементарных геометрических единиц. При наборе текста конструктивисты зачастую использовали «ступенчато-флаговый набор в качестве метода пробельно-композиционного выделения» [1, с. 34], с помощью чего задавали ритм чтения произведения.

Тем не менее, экспериментируя с оформлением изданий, конструктивисты придерживались ключевых идей направления, поэтому художественность произведения сочеталась с рационализмом. Таким образом выбор способа верстки текста, используемых

шрифтов, кегля и иллюстрационно-графических составляющих издания базировался на облегчении восприятия литературного произведения. Кроме того, конструктивистская типографика объединила текстовые и иллюстрационные пласты издания, образуя стилистическое единство книги.

Таким образом за короткий промежуток времени конструктивисты создали новый стиль оформления периодических и непериодических изданий, подходящий под специфику тенденций данного направления. Конструктивистская типографика господствовала в издательской сфере в 1920—1930-х годах и оставила после себя ряд графических памятником, в число которых входит «шедевр конструктивизма» [4, с. 8] — поэма «Комсомолия» Безыменского А. И. и Телингатера С. Б.

Рассматриваемое издание было подготовлено к десятилетию ВЛКСМ в 1928 году. Суммарно с 1924 по 1934 год поэма выпускалась десять раз, но монтаж и оформление Соломона Телингатера придало «Комсомолии» наибольшую известность среди конструктивистских книг.

Данное издание состоит из двух характерных пластов конструктивистского оформления: типографики и монтажа. Основную иллюстрационную роль выполняют фотографии, которые представлены как единично, так и в сочетании с другими изображениями. Некоторые из фотографий расположены на цветных плашках, обрезаны по контуру или используются фрагментарно, но в совокупности они создают единый визуальный ряд, напоминающий монтажную работу с кинолентой. Кроме того, в книге представлен метод «конструктивистской фотоинсценировки» [4, с. 10], которая наиболее часто использовалась в изданиях 1920-х годов.

Фотомонтаж в книге используется в сочетании с текстом, геометрическими вставками и цветными выделениями. Наиболее ярко данные техники отражаются на 18-й странице «Комсомолии», где расположены обставленная фотография Ленина, расположенная на черной плашке, его портрет с наложенной красной подписью «Ленин» повышенного кегля и фрагмент изображения лица человека [4, с. 18].

Наряду с фотомонтажной техникой как иллюстрационный элемент «Комсомолии» выступает наборная графика. Используя единицы наборной кассы, Соломон Телингатер создает изображения, связанные напрямую со смыслом произведения. Таким образом в «Комсомолии» отпечатаны иллюстрации сапога и винтовки, при создании которых задействованы только линейки [4, с.9; 13]. Отдельные элементы набора использовались единично и помогали создать эффект ксилографии, как в случае полнотипажной печати снопа колосьев и указующей кисти руки [4, с.13].

Обложка «Комсомолии» также выполнена в характерном конструктивистском стиле минимализма и сочетании красного, черного и серого цветов. Текст, располагающийся на переплете, набран акцидентным шрифтом повышенного кегля и помещен на квадратную плашку, при этом часть согласных букв в названии произведения — прописные и выделенные теньвым эффектом.

Кроме того, акцидентный шрифт и динамичная комбинация цветов встречается на протяжении всего издания. На развороте издания используется ассиметричный набор, встречается верстка текста в две, три колонки, но в совокупности с незапечатанным



пространством и пробельными элементами создается гармоничное сочетание элементов полосы. Представители конструктивизма считали, что «нейтральный фон должен становиться таким же активным в композиции и являться таким же действенным элементом, как и наборный текст» [5, с.71], и данная тенденция ярко прослеживается при оформлении «Комсомолии» Соломоном Телингатером.

Основными шрифтами при печати издания выступают брусковый газетный и рубленый жирный. Текст произведения набран ступенчато-флаговым методом, с фрагментарным использованием разрядки, изменением размера кегля и цвета печати отдельно взятых букв. Некоторые части предложений повернуты на 45 и 90 градусов и набраны без пробелов. Так, например, слово «раскрашенных» набрано чередованием букв красного и черного цвета, что напрямую отражает смысл данного слова, а предложение «Машет буфетик хвостом своим длинным» [4, с.20] заверстано в форме волны и без пробельных элементов. По мнению конструктивистов и самого Телингатера С. подобного рода текстовые выделения служат «приемом акцентирования» [6, с.24] внимания читателя на определенные единицы произведения.

Использование большого количества типографских приемов оформления и элементов выделения имеют свое обоснование. Поэма «Комсомолия» первоначально рассчитана ее на публичное прочтение группе слушателей, поэтому зрительное восприятие произведения в данном случае безусловно важно. При помощи увеличения кегля, полужирного шрифта и цветового выделения оратору указывали части предложения, которые требовали экспрессии или приглушенности голоса, изменения скорости произнесения. Например, предложение «Огненный кнут щелкнул по руке» [4, с.13] набрано диагонально, «ломанным» образом, а каждое входящее в него слово расположено на отдельной строке, что означает отрывистое и быстрое прочтение. Фраза «...рот шевелящийся коготь» [4, с.13] выделяется из основного массива текста волнообразным набором, указывающим на необходимость медленного и растянутого произнесения.

В издании «Комсомолия» используется ступенчатая, каскадная и блочная верстка, а также набор в несколько колонок. Зачастую способ двухколоночного набора задействуется для показания симультативности сцен, как при описании «Лица братвы» [4, с.20]. Для того, чтобы задать последовательность прочтения произведения и акцентирования внимания на параллельности действий персонажей поэмы, Соломон Телингатер использует линейки как элемент графического разделения смысловых частей произведения.

Несмотря на многообразие типографских приемов, используемых в оформлении «Комсомолии», Телингатеру С. удалось создать стилистически единое издание с органичным сочетанием его текстовой и художественной составляющих, к которым стремился конструктивизм и предшествующие авангардные течения. Кроме того, данное издание соединило в себе особенности верстки, шрифтовых решений, техник иллюстрирования и печати такого направления в искусстве как конструктивизм.

«Комсомолия» 1928 года стала вехой книжного конструктивистского оформления, «во всем блеске демонстрирующей возможности этого стиля и в то же время свидетельствующей об исчерпанности этого приема» [7, с.239]. Данное издание одним из

наиболее выразительных памятником искусства в области издательского дела, а также документом, отражающим художественно специфику данной эпохи.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Бобринская Е. А. Русский авангард: границы искусства. — М.: Новое литературное обозрение, 2006. — 304 с.
2. Книжное искусство СССР: в 2 т. — М.: Книга, 1983. — 275 с.
3. Маяковский — Родченко. Классика конструктивизма. — М.: Фортуна Эл, 2004. — 120 с.
4. Комсомолия Телингатера / Безыменского: Шедевр конструктивизма и запрещенный бестселлер. Репринтное издание. Комментарии и исследования. Сост. Росомахин А.А. — СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2018. — 128 с.
5. Кузвесова Н.Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко. Учебное пособие для среднего профессионального образования. 2-е изд., испр. и доп. — М.: Юрайт, 2020. — 203 с.
6. Бычков В.В. Эстетика: Учебник. — М.: Гардарики, 2004. — 304 с.
7. Фомин Д.В. Искусство книги в контексте культуры 1920-х годов. — М., 2015. — 799 с.

**Семенова Дарья Сергеевна** — молодой специалист; Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: sema.sem9898@icloud.com

**Шакуров Андрей Алексеевич** — доцент; кафедра «Реклама и связи с общественностью», Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: shakurov\_86@mail.ru

#### FEATURES OF TYPOGRAPHY OF CONSTRUCTIVIST PUBLICATIONS

**Abstract.** *The purpose of scientific publication is to identify the features of typography of constructivist publications on the example of the design of the poem "Komsomolia" in 1928. The work considers the formation by the constructivist of typography and its main artistic features, as well as analyses artistic techniques in the design of the constructivist publication of A. I. Bezymensky "Komsomolia." The result of the study can be considered the identification of the main features of publications of the constructivist period, reflected in the design of the poem "Komsomolia." Currently, scientific research on this topic is not enough, which makes this publication relevant and in demand.*

**Key words:** *constructivist typography, constructivist book, book design, constructivism*

**Daria S. Semenova** — Saint Petersburg University of Management Technologies and Economics; Saint Petersburg, Russia; e-mail: sema.sem9898@icloud.com

**Andrei A. Shakurov** — Saint Petersburg University of Technology and Economics; Saint Petersburg, Russia; e-mail: shakurov\_86@mail.ru

### Гендерная проблематика в лингвистике

**Аннотация.** *Статья посвящена гендерной проблематике в лингвистике. В 20 веке началось активное движение сторонников феминизма, что стало началом формирования гендерной лингвистики как самостоятельного направления. Многие авторы на протяжении десятков лет рассматривали этот феномен с разных сторон. Опираясь на теоретическую базу и эмпирическое исследование, в статье был сделан вывод о современных изменениях и тенденциях в феминистической лингвистике.*

**Ключевые слова:** *гендер, гендерная лингвистика, феминистическая лингвистика, гендерно-нейтральная лексика*

Гендерная лингвистика возникла в результате активного роста популярности феминистического движения в США и стала одним из способов борьбы за свои права для женщин. Эта наука занимается переосмыслением языковых норм с целью уравнивать права мужчин и женщин на уровне языка. Несмотря на то, что гендерная лингвистика появилась в конце 19 века, изучение данного феномена и языковая трансформация не достигла своей кульминации. Поэтому данная тема является актуальным вопросом для современных авторов. В данной статье мы постараемся проанализировать языковые трансформации в гендерной лингвистике, а именно использование гендерно-корректных форм в современных медиатекстах.

Сегодня мы можем наблюдать целый ряд научных работ и исследований разных ученых, посвященных описанию и изучению языковых практик, основанных на различии природного пола людей. В теоретической части данного исследования рассматривается исторический путь развития данного направления и выделяются основные вопросы, рассматриваемые авторами в своих работах.

Основная фигура, связанная с началом развития феминистической лингвистикой, - это Робин Лакофф, чья научная работа «Язык и место женщины», опубликованная в 1973 году, сыграла решающую роль в превращении изучения языка и пола в лингвистическое направление [1]. Тем не менее, эта новаторская книга была широко раскритикована как феминистками, так и нефеминистскими лингвистами по ряду теоретических, политических и методологических оснований [2]. Главным объектом критики являлись привилегии мужских языковых норм и обесценивание языковой практики женщин. На самом деле, Лакофф не поддерживает, а просто описывает общекультурную идеологию, которая презирает и упрощает и женщин, и женскую манеру говорить. Ее работа послужила началом новой отрасли благодаря новаторской характеристике «женского языка» как совокупности идейно насыщенных языковых практик и факта ограничения возможностей женщин обладать полноценными правами наравне с мужчинами [1].

Еще одним из ярких представителей феминистического подхода конца 20 века является Дебора Таннен, чья книга-бестселлер «Ты меня не понимаешь», вышедшая в 1996 году, вывела изучение языка и гендера на международный уровень. Основное утверждение Таннен как в этой популярной работе, так и в других ее научных трудах о гендерной проблематике заключается в том, что женщины и мужчины зачастую испытывают коммуникативные провалы из-за различий в гендерных стилях взаимодействия. Она предполагает, что женщины в своей речи склонны к взаимопониманию, а также к общению, ориентированному на установление связи с собеседником, в то время как мужчины предпочитают соревновательный тип общения и контроль над ситуацией [3].

Практически во всех социолингвистических исследованиях, включающих выборку мужчин и женщин, есть свидетельства разницы между языковым поведением мужчин и женщин. Некоторые объясняют такие различия разной социализацией групп: женщины/девочки и мужчины/мальчики [4]. В 1983 году, на основе модели «двух культур», Мальц и Боркер разработали подход, основанный на культурных различиях, в отношении коммуникативных провалов между мужчинами и женщинами [5]. Авторы утверждали, что трудности, вызванные в общении между мужчинами и женщинами, - это различия культур мальчиков и девочек, а не социального статуса или уровня власти. Они предположили, что разные разговорные модели берут начало в детстве (в возрасте от 5 до 15 лет), когда мальчики и девочки учатся использовать язык по-разному, общаясь преимущественно в однополых группах сверстников. Они также признают, что пол - только одно из многих культурных влияний на использование языка.

Современные авторы, опираясь на исследования конца 20 века, начали переосмысливать их идеи и выводить прикладные направления в феминистической лингвистике, рассматривая тем самым их более детально.

В двухтысячных годах в Великобритании точка зрения Мальца и Брокера о различиях была пересмотрена в нескольких исследованиях, среди которых была работа Дженнифер Коутс. Она считала, что помимо детей, участвующих в гендерно-ориентированных субкультурах с различными стилями взаимодействия между девочками и мальчиками, различные способы социализации женщин и мужчин происходят через взрослых. Предоставляя детям различные лингвистические модели, разговаривая с детьми по-разному в зависимости от пола, имея разные предубеждения о мальчиках и девочках, и по-разному реагируя на лингвистическую стратегию, используемую одинаково мальчиками и девочками, взрослые передают свой опыт и формируют отличия в языковом поведении между девочками и мальчиками. Коутс утверждала, что стили взаимодействия женщин и мужчин отражают именно эти различия [6].

Помимо изучения гендерной проблематики в английском языке, данный вопрос изучается и других языках, например в испанском. В 2015 году своей работе «К проблеме языкового сексизма в современном испанском языке» Котеняткина И.Б. сделала акцент на категорию рода при номинации лиц по профессии и виду деятельности в испанском языке, где основным вопросом ставится средства выражения рода существительных, которые обозначают лица женского пола [7].

Одним из основных исследований асимметрии пола в лингвистике можно считать работу профессора Оксфордского университета Сьюзан Романи, которая с помощью корпуса провела изучение современной английской речи и методом выборки она высчитала, сколько раз в тексте для исследования были использованы местоимения *he* и *she*. Результат показал, что на 3 миллиона слов *he* встретилось 652,547 раз, а *she* — 352,239 раз [8].

Как мы видим, становление феминистической лингвистики прошло длительный путь развития и её различные проблемы стали объектами изучения для многих, в том числе и современных авторов. При этом практически не найти исследований, посвященных изучению положения дел данного направления в настоящий момент, в частности использования гендерно-нейтральной лексики в средствах массовой информации. Таким образом, основной целью данного исследования будет изучение современных статей в части использования гендерно-корректных языковых форм для нивелирования гендерной асимметрии.

Для проведения исследования был использован метод произвольной выборки из статей международного новостного сайта Euronews.com для иллюстрации использования гендерно-корректных языковых форм и их последующего анализа.

*She accepted the one from AirX. She had to move cities for the job - VIP flight attendants are on call a lot, so she had to be ready to fly at short notice.*

В данной выдержке из новостной статьи заметно, что автор употребляет словосочетание *flight attendants* вместо *stewards* или *stewardesses*. Это делается для гендерной нейтрализации текста.

*Marzuki Darusman, an Indonesian lawyer and former chair of the Fact-Finding Mission that Sidoti joined, said he believes the spiralling, brutal violence against protesters has shaken ASEAN's stance that the crisis is purely an internal matter.*

В данном отрывке можно отметить использование слова *chair* вместо *chairman* или даже *chairperson*. Автор сокращает слово до его корня для того, чтобы сохранить максимальную политкорректность.

*Mx has been added as an alternative to Mr, Mrs, Ms etc. for those who wish to avoid specifying their gender or those who prefer not to identify as male or female.*

Данная статья, отрывок из которой представлен выше, повествует о новых словах, появившихся в английском языке. Среди них появляется новое обращение *Mx* вместо *Mr*, *Mrs* или *Ms*, которое используется для намеренного опущения пола либо для тех, кто не относит себя ни к какому полу.

*So, on a chilly, late winter afternoon people got their shorts under a heated, bright yellow tent festooned with balloons. Neighbors munched on sandwiches, sipped drinks and stopped talk to the doctors, nurses and firefighters on hand.*

*Firefighter* является заменой слов *fireman* или *firewoman*. Используя данную замену, автор придерживается гендерной нейтральности в тексте.

*France has one of the highest life expectancy rates across the European Union. In 2018, a French person could expect to live 82.9, putting the country in third position behind Spain and Italy, and on par with the UK and Cyprus, according to the data from Eurostat.*

В приведенном отрывке можно найти словосочетание *French person*, которое используется вместо *Frenchman*. Данная замена является еще одним примером нейтрализации гендера.

*Veran said that he has «now considers, as of today, that all the vaccines we have in France, AstraZeneca, Pfizer and Moderna are remarkably effective». He added that extending the use of the two-dose AstraZeneca vaccine will make it possible to reach «2.5 million French people».*

В предыдущем отрывке уже была замена *Frenchman* на *French person* в форме единственного числа. Здесь появляется выражение *French people* вместо *Frenchmen*, что снова характеризует данный отрывок, как пример гендерной нейтральности.

Таким образом, на основании эмпирического исследования, можно сделать вывод, что современному медиатексту присуще использование гендерно-нейтральной лексики.

Сегодня гендерная лингвистика является популярным и привлекательным направлением для ученых-лингвистов и филологов. В 21 веке вопрос о равноправии мужчин и женщин не только в жизни, но и в языке является одним из главных и наиболее важных проблем общества. В данной статье было приведено несколько примеров научных работ ученых в данной сфере, от начала становления гендерной лингвистики как направления до современных исследований в этой области. Описание работ ученых-лингвистов в теоретической части исследования помогло сделать следующий вывод: современные авторы рассматривают гендерную лингвистику более узко, в отличие от авторов 20 века, которые обращались к более общим проблемам ущемления женщин в языке.

В практической части работы были представлены выдержки из современных англоязычных новостных СМИ. Основываясь на примерах можно заметить, что гендерная лингвистика в 21 веке претерпевает изменения и склонна к употреблению гендерно-нейтральной лексики вместо гендерно направленной. Можно предположить, что такая тенденция развилась из-за большого внимания и защиты прав гендерных меньшинств.

Таким образом, гендерная лингвистика оказала большое влияние на общество, поменяв сознание людей и их отношение к роду в языке. Это доказывает тот факт, что в современных публицистических текстах отдаются предпочтение гендерно-нейтральной лексике.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Lakoff R. Language and Woman's Place. Language in Society. – 1973. Vol. 2, N 1. P. 45 – 80.
2. Bucholtz M., Hall K. Introduction: Twenty Years after Language and Woman's Place. Language in Society. – 1999. Vol. 28, N 5. – P. 301 – 304.
3. Таннен Д. Ты меня не понимаешь. – М.: «Вече Персей АСТ», 1996. – 432 с.
4. Gumpertz J.J. Language in Social Groups. Language in Society. – 1975. Vol. 4, N 1. P. 84 – 89.
5. Maltz D.N., Borker R.A. A cultural approach to male–female miscommunication. Language and Social Identity. – 1983. – P. 196 – 216.
6. Коутс Д., Таннен Д. Гендер и язык. – М.: «Антология», 2005. – 830 с.

7. Котеняткина И.Б. К проблеме языкового сексизма в современном испанском языке. Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2015. — №1. — С. 149 – 154.

8. Romsine S., Communicating Gender. Psychology Press, 1998. P. 109

**Стужина Гера Николаевна** – студент магистратуры; кафедра «Лингвистика и перевод», Российский государственный социальный университет; Москва, Россия; email: gera-stuzhina@yandex.ru

### **GENDER PERSPECTIVE IN LINGUISTICS**

**Abstract.** *The article is devoted to gender issues in linguistics. In the 20th century, an active movement of feminism supporters began, which played a key role the beginning of the formation of gender linguistics as an independent direction. Over the course of decades, many authors have considered this phenomenon from different angles. Based on the theoretical base and empirical research, the article concluded about modern changes and trends in feminist linguistics.*

**Key words:** *gender, gender linguistics, feminist linguistics, gender-neutral vocabulary*

**Gera N. Stuzhina** - Russian State Social University; Moscow, Russia; email: gera-stuzhina@yandex.ru

УДК 81-26

**Г.Н. Стужина, Л.И. Тарарина**

Российский государственный социальный университет  
Москва

### **Актуальные проблемы перевода на материале новостной статьи**

**Аннотация.** *Перевод медиатекста относится к актуальным проблемам переводоведения в 21 веке. Переводческие трансформации, выявленные и описанные учеными-лингвистами, являются основой для работы переводчика над текстом. Тем не менее, ошибки при переводе, субъективное восприятие текста, межкультурные особенности, социальный статус и т.д. усложняют процесс перевода. В данной статье был проведен количественный анализ переводческих трансформаций и выявлены закономерности использования этих трансформаций в медиатексте.*

**Ключевые слова:** *медиатекст, перевод, переводческие трансформации, лексические трансформации, грамматические трансформации*

В настоящее время СМИ являются одним из основных источников информации для общества. При этом стоит отметить, что даже традиционные средства массовой информации претерпели значительные изменения за последние десятилетия, в первую очередь это связано с появлением новых информационных технологий и ресурсов, функционирующих в принципиально новой медиасреде и формирующих особую медиакультуру. Вместе с тем произошла глобализация мирового информационного пространства: стали появляться новые имена и компании, происходит интенсивное развитие международных отношений, межкультурной коммуникации и трансформация экономики и политики. Принимая во

внимание, что именно медиаресурсы формируют общую картину происходящего во всех сферах жизни общества, квалифицированный перевод, полностью учитывающий специфику перевода современного медиатекста, позволит отразить её объективно и целостно. Неправильный перевод может не только не позволить читателю получить полную информацию о событии, но и оставить заведомо ложное представление о нём. Ведь именно медиаресурсы формируют общественное мнение и участвуют в формировании системы ценностей.

Вышеуказанное подтверждает актуальность данного исследования и необходимость изучения особенностей перевода медиатекстов сквозь призму современных тенденций, трансформаций языка на разных языковых уровнях (появление новых слов, использование таких нововведений как: использование местоимения *they* для единственного числа, с целью гендерной нейтрализации текста, обезличивание личных местоимений и т.д.) [1; 2].

Изучением теории перевода и выведением различных методик занимались такие ученые как Жилин И.М., Зиндер Л.Р., Фридрих С.А., Комиссаров В.Н., Крушельницкая К.Г., Крюков А.Н., Латышев Л.К., Левицкая Т.Р. и др. В связи активным изучением данной темы, единого метода и списка приемов перевода пока не существует. Каждый из авторов по-разному называет свои приемы и методы, а также выделяет наиболее важные, по его мнению, вещи при переводе. Поэтому в данной статье мы предлагаем метод общепризнанного ученого Комиссарова В.Н. опираемся на его теорию.

Комиссаров В.Н. в своих исследованиях вывел и классифицировал свод переводческих трансформаций. Комиссаров выделяет три группы переводческих трансформаций:

- 1) Лексические трансформации
- 2) Грамматические трансформации
- 3) Лексико-грамматические трансформации

Остановимся подробнее на каждой группе. **Лексические трансформации** делятся на подтипы. Первый подтип — это **транслитерация** – прием перевода, при котором переводчик в точности передает знаки одной письменности в другую письменность. Такой прием перевода можно часто заметить в медиатексте из-за изобилия имен и различных названий. Например: «*Cecilia Bartoli: A new artistic direction for the Opera de Monte-Carlo*» - «*Чечилия Бартоли возглавит оперу Монте Карло*». Второй подтип – это **калькирование**, прием перевода иностранного слова путем сохранения структуры лексической единицы языка перевода. Например: *sky-scraпер* – *небоскреб*. **Конкретизация** – лексико-семантическая замена, при которой осуществляется трансформация слова с широким значением в слово с более узким значением. Например: ‘*So what?*’ *I said.* (*J. Salinger, The Catcher in the Rye*). - *Ну так что же? спрашиваю я.* **Генерализация** – антонимичная трансформация вышеуказанному способу перевода, которая подразумевает замену слова с узким значением на слово с более широким значением. Например: *ручка, тетрадь, линейка* – *канцтовары*. **Модуляция** – переводческая трансформация, при которой происходит логическое развития значения слова в тексте перевода. Например: *успешный игрок* – *победитель*.



К **грамматическим трансформациям** относятся такие подтипы как **членение и объединение предложений**. Такая трансформация несет в себе членение или же наоборот объединение предложений в тексте перевода. При **грамматических заменах** авторы прибегают к изменению части речи лексической единицы в тексте перевода. Например: *He is a poor singer.* - *Он плохо поет* [3].

**Лексико-грамматические** трансформации делятся на **антонимический перевод** – метод, при котором в тексте перевода используется слово с противоположным значением слову в тексте оригинала. Пример: *Он не весел.* – *Он грустит.* **Экспликация** – способ перевода, при котором в тексте перевода дается описание, пояснение языковой единицы в тексте оригинала. **Компенсация** – данная трансформация служит для передачи исчезнувшего в ходе смысла слова или словосочетания с помощью выражения или компенсации этого смысла в другом виде. **Контекстуальная замена** – трансформация, при которой переводчик заменяет слово или фразу, которая отдельно не имеет совпадающего значения с текстом оригинала, но подходит по смыслу лишь в данной контекстной ситуации. **Лексические добавления** – добавление дополнительных языковых единиц в текст перевода для передачи имплицитных элементов значения исходного текста. **Местоименный повтор** – повторное упоминание языковой единицы в тексте, заменяя его название или имя на местоимение. **Опущение** – намеренный пропуск смысловых значений в тексте перевода, если они являются излишними, нерелевантными или подразумеваемыми в контексте [4].

Изучив переводческие трансформации, перейдем к рассмотрению трудностей, с которыми сталкиваются переводчики медиатекста, на материале новостной статьи с сайта Euronews. Данная статья была переведена с русского языка на английский.

Начнем с названия статьи: В Азербайджане чтут традиции горских евреев. *Перевод: Discover the centuries-old culture of Mountain Jews in Azerbaijan.* При переводе с русского языка, автор статьи убирает слово «чтут» и дословно его перевод на русском звучит как: откройте для себя многовековую культуру горских евреев Азербайджана. В данном примере перевода автор сделал название статьи более нейтральным и политкорректным.

*Азербайджан издавна был домом для различных этнических групп, в том числе горских евреев – потомков еврейского народа, мигрировавших из Персии в горы Кавказа сотни лет назад.* В данном исходном тексте (далее ИТ) мы видим название страны, в тексте перевода (далее ТП) мы видим следующее: *Azerbaijan has long been home to many different ethnic groups. One such group is the Mountain Jews, descendants of Jewish people who migrated from Persia to the Caucasus mountains hundreds of years ago.* Данная переводческая трансформация является примером транслитерации. Более того, в исходном тексте весь отрывок является одним предложением, а в переводе автор использовал грамматическую трансформацию членения предложения.

ИТ: *Местные жители чтут и хранят свои многовековые события.* ТП: *The people who live there honour and preserve their centuries-old traditions.* Здесь мы можем наблюдать грамматическую замену прилагательного «местные» на словосочетание с глаголом «people who live» - люди, которые живут. Данная замена касается лишь грамматического строя предложения, не искажая семантики исходного текста.

ИТ: *Музей горских евреев открылся только в прошлом году, пролив свет на эту единственную в своем роде общину, на их традиции и культуру, которые бережно хранят для будущих поколений.* ТП: *The Museum of Mountain Jews opened there just last year to shine a light on this one-of-a-kind community, their traditions and culture, keeping them safe for generations to come.* В данном отрывке мы можем заметить перевод устойчивого выражения «пролив свет» путем синтаксического уподобления или дословного перевода «to shine a light». Также, здесь снова присутствует грамматическая замена прилагательного «будущих» на словосочетание с глаголом «to come».

ИТ: *Эта синагога на нашем языке джуури называется «шешкомбара», что означает шестикупольная синагога.* ТП: *This synagogue is called a "sheshkombara" in the Mountain Jews' native language of Juhuri. It means six-domed synagogue.* В данном отрывке мое внимание привлекло слово «шешкомбара», которое было переведено способом транслитерации с языка джуури и, соответственно, таким же приемом воспользовался автор, который переводил статью на английский язык с русского. Более того, мы можем заметить, что автор перевода изменил синтаксическую структуру предложения, поменяв местами части сложного предложения, такой прием называется перестройка синтаксической структуры предложения.

ИТ: *Шешкомбара была построена в 1888 году. И оно действовало как синагога. Но, к сожалению, во время Советского Союза, из-за того, что религия была запрещена, эта фабрика использовалась как здание для ковроткачества. Но после распада СССР она все же была отремонтирована и до сих пор действует как синагога.* ТП: *"Sheshkombara" was built in 1888, "but, unfortunately, during Soviet times, it was used as a carpet weaving factory, because religion was prohibited. After the collapse of the USSR, it was renovated and now functions, once again, as a synagogue."* В данном отрывке мы видим, что автор воспользовался грамматической трансформацией, объединив 3 предложения в исходном тексте в одно, попутно изменив синтаксическую структуру предложения поменяв местами части сложного предложения. Вместе с тем автор опускает словосочетание «все же», тем самым делая предложение нейтральным и менее эмоционально окрашенным. Согласно словарю, «once again» переводится как еще раз, снова. Автор текста перевода прибегает к лексико-семантической замене, заменяя словосочетанием «до сих пор» на «once again» [5].

ИТ: *Для некоторых молодых людей 1990ые были трудным периодом – многие были вынуждены покинуть общину в поисках работы после распада Советского Союза. Но сейчас – отчасти благодаря ортодоксальным иудейским просветительским группам – молодежь молится в оживленной местной синагоге, и десятки молодых людей посещают йешиву.* ТП: *For some young people, the 1990s was a difficult decade. Many were forced to leave their community in search of work after the collapse of the Soviet Union. But now, thanks partly to Orthodox Jewish outreach groups, young people can pray in the vibrant local synagogue and dozens are enrolled in the Yeshiva.* В данном отрывке мы наблюдаем лексико-семантическую замену слова «период» на «decade». Автор совершает такую замену для того чтобы сделать текст более естественным для англоязычной аудитории, так как словом «decade» англоговорящие люди называют десятилетие. Далее мы наблюдаем прием конкретизации «посещают» и «поступают», автор перевода текста уточняет, что школу не просто посещают,

а именно учатся. Последним приемом перевода в данном отрывке является транслитерация названия школы «Йешива».

На основе разбора новостной статьи можно вывести следующую статистику по количеству использования различных переводческих трансформаций в тексте:

- 1) Транслитерация – 3 раза
- 2) Членение или объединение предложения - 3 раза
- 3) Грамматическая замена – 2 раза
- 4) Лексико-семантическая замена – 2 раза
- 5) Конкретизация – 1 раз

На основе подсчета был сделан вывод, что транслитерация – одна из самых часто встречающихся трансформаций в медиатексте, так как такой стиль текста часто насыщен именами собственными, которые в свою очередь часто переводятся способом транслитерации. Членение или объединение предложений занимают аналогичную позицию по частоте использования в медиатексте. Грамматическая замена и лексико-семантическая замена разделяют второе место по частоте использования, переводчики часто прибегают к такому типу трансформации для придания языку перевода естественности, приближая такого рода заменами текст к носителям языка перевода. Конкретизация в данной статье стоит на последнем месте и была использована лишь один раз, из этого можно сделать вывод, что такая трансформация менее характерна для перевода медиатекстов.

Основная проблема перевода – его вариативность. Один и тот же языковой знак можно перевести по-разному исходя из контекста, фоновых знаний переводчика, его уровня образования, опыта, возраста, культуры и др. Медиатекст сегодня является популярным направлением для переводческой деятельности, трудности и вариативности данного типа текста будут всегда озадачивать переводчика, так как в отличие от научного или делового стиля текста, он будет нести в себе межкультурный и социальный характер.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Шеремета Ю.И. Лексические средства гендерной нейтрализации в английском и русском общественно-политическом тексте. Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. — 2018. — № 3. — С. 184–192.
2. Коровина И.В., Свойкин К.Б. Явление обезличивания личных местоимений английского языка в текстах разных стилей. Вестник Мордовского университета. — 2008. — №3. — С. 137-141.
3. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). — М.: Альянс, 2013. — 254 с.
4. Комиссаров В.Н. Перевод и интерпретация. Тетради переводчика. — 1982. № 19. — С. 3–19.
5. Macmillan English dictionary for advanced learners. Oxford: Bloomsbury Publishing: Macmillan Publishers Limited, 2002. 1692 p.

**Стужина Гера Николаевна** – студент магистратуры; кафедра «Лингвистика и перевод», Российский государственный социальный университет; Москва, Россия; email: gera-stuzhina@yandex.ru

**Тарарина Лариса Игоревна** – доцент; кафедра «Лингвистика и перевод», Лингвистический факультет, Российский государственный социальный университет; Москва, Россия; e-mail: tararinali@rgsu.net

#### **TOPICAL TRANSLATION ISSUES ON THE EXAMPLE OF A NEWS ARTICLE**

**Abstract.** *Media text translation is a topical question for translators of the 21st century. Translation transformations deduced by linguistic scholars serve as a basis for translators. However, translation errors, human perception, intercultural characteristics, social status, etc. make a translation process complicated. Nevertheless, this article revealed statistics and patterns of using translation transformations in media text.*

**Key words:** *media text, translation, translation transformations, lexical transformations, grammatical transformations*

**Gera N. Stuzhina** - Russian State Social University; Moscow, Russia; email: gera-stuzhina@yandex.ru

**Larisa I. Tararina** – Russian State Social University; Moscow, Russia; e-mail: tararinali@rgsu.net

УДК 372.8

**Р.М. Субакова**

Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет

#### **Обзор технологических решений для устного перевода**

**Аннотация.** *Статья посвящена влиянию цифровизации на развитие устной переводческой деятельности. Рассматриваются цифровые устройства, специализированные программы и приложения, используемые в последовательном и синхронном переводе. Приведены результаты анализа технологических решений, применяемых в устном переводе. На основе сравнения технических и экономических характеристик выявлены наиболее эффективные модели устройств, а также программы и приложения, обладающие большими преимуществами. Сделан вывод о необходимости целенаправленного формирования цифровой компетентности устного переводчика для работы с инновационными ресурсами.*

**Ключевые слова:** *устный перевод, синхронный перевод, последовательный перевод, инновационные технологии, автоматизированные процессы, технологические решения*

Профессия переводчика имеет долгую и интересную историю. Первые упоминания о ней были зафиксированы еще во время Шумерской цивилизации 4500 лет до н.э. [1]. Развитие переводческой деятельности начиналось с устного межъязыкового посредничества, которое сформировалось в самостоятельный модус перевода (устный перевод) лишь к

середине XX столетия. Несмотря на классический способ осуществления последовательного перевода (перевод в паузах между фрагментами высказывания с опорой на записи) и инструментально продвинутый характер синхронного перевода (перевод одновременно с исходным сообщением и с использованием специального оборудования), в эпоху глобальной цифровизации оба вида устного перевода претерпевают значительные технологические изменения, связанные с удаленностью, гибридностью, визуализацией, уберизацией, коллаборацией и другими современными трендами.

Основное предназначение внедрения новых технологий в ту или иную сферу повседневной или профессиональной жизни заключается в повышении качества, скорости и удобства выполнения операций и действий. Сфера переводческих услуг не отстает от глобально развивающегося общества. Использование инновационных технологий и разработок может положительно повлиять на конечный результат выполняемого перевода. Именно поэтому в современных реалиях переводчики как письменные, так и устные используют в своей профессиональной деятельности специализированные программные обеспечения, устройства, а также приложения и программы, иными словами «технологии перевода», которые помогают переводчикам выполнить адекватный перевод в кратчайшие сроки [2].

Переводческие технологии, по словам А. Алкина, формируют новую область, объединяющую знания и умения переводчика с разработками современных инновационных ресурсов, совместно направленных на выполнение большего объема качественного перевода в минимальные сроки [3]. К переводческим технологиям, активно используемым в современной индустрии перевода, А.И. Архангельская и С.Б. Дегтярев относят различного рода программы и приложения, которые частично или полностью автоматизируют выполняемую работу, выполняя такие функции, как распознавание голоса, редактирование и исправление, проверка качества, машинный перевод, сравнение переведенных текстов, извлечение и анализ терминов из текстов [2].

Каждая из перечисленных выше функций выполняет важную задачу в организации всего процесса перевода. Например, создание электронных словарей позволяет составить как личный глоссарий переводчика по той или иной тематике, так и коллаборативный справочный ресурс для работы над переводческим проектом. Кроме того, современные технологии сократили переводчикам время выполнения перевода благодаря широко используемым ТМ технологиям (Translation Memory) и технологии машинного перевода. Данные разработки позволяют синхронизироваться большему количеству переводчиков, создавать общий глоссарий используемой лексики, увеличить качество и адекватность выполняемой работы [2].

Исследователь А. Алкина предлагает следующую классификацию основных технологий перевода:

- 1) техническое оборудование, необходимое переводчику;
- 2) средства коммуникации и ведения документации;
- 3) редактирование текстов;
- 4) языковые инструменты и ресурсы;
- 5) инструменты перевода [3].

На первый взгляд, использование технологий оправданно лишь в условиях письменного перевода. Активно развиваемые системы автоматизированного перевода, потребность в которых обусловлена большим объемом информационных потоков на разных языках, с каждым годом совершенствуются, а благодаря достижениям в области искусственного интеллекта качество такого перевода все более повышается [4]. Однако устный перевод, как показывает обзор технических предложений, тематик переводческих форумов и научных публикаций, также подвержен технологизации.

Одним из направлений для технического прогресса в сфере устного перевода является внедрение систем распознавания речи, основанных на работе искусственного интеллекта. Такие системы позволяют технике понимать человеческую речь и выполнять запросы или поставленные задачи. Р.П. Аведова и В.И. Мителева определяют такого рода инновационные разработки как машинный устный перевод [4]. Примером может служить известный облачный персональный помощник «Siri», работающий на программном обеспечении IOS и использующий обработку естественной речи для того, чтобы отвечать на вопросы пользователей. При этом система поддерживает огромное количество языков [4].

В рамках нашего исследования мы провели сравнительный анализ цифровых устройств, приложений и программных обеспечений, используемых в процессе устного последовательного и синхронного. В частности, были изучены характеристики следующих технологий:

- системы синхронного перевода;
- смарт-ручки;
- планшетные компьютеры;
- электронные блокноты;
- программы удаленного перевода.

Установлено, что, выбирая систему синхронного перевода, следует опираться на требования, которым она должна отвечать. Например, если участникам важно перемещаться во время конференции, то в таком случае подойдет модель “Bosch Integrus”. В то же время, для проведения масштабных мероприятий следует выбрать систему “Televis Lingua”. Если во время мероприятия важно держать контакт со всеми участниками конференции лично, то “Vissonic VLI” будет хорошим вариантом.

Выбирая планшет, важно уделить внимание его производительности и оптимизации, которые отвечают за скорость открытия программ и решения командных задач. Опираясь на собранные данные, мы пришли к заключению, что “iPad mini 2019” имеет лучшую оптимизацию. Кроме того, миниатюрный размер позволяет легко носить планшет с собой, а также его удобно держать в руке для ведения переводческой записи.

Что касается цифровых ручек, то “Livescribe Echo Smartpen 2Gb” имеет достаточное количество встроенных функций, которые помогут в работе переводчику.

Говоря о программах удаленного перевода, был сделан вывод, что для больших конференций и собраний отличным вариантом будет “Interprefy”, так как за приемлемую цену переводчик получает доступ к необходимым в работе функциям, двум языковым каналам, а также помощь в освоении данной платформы и связь с технической поддержкой.

Для разбора приложений, использующихся в устном переводе, были взяты электронные блокноты, подходящие для ведения переводческой записи. В ходе сравнительного анализа мы рассмотрели приложения, работающие на IOS и Android. Как показал наш анализ, для переводчиков, предпочитающих пользоваться продукцией компании “Apple” наиболее подходящим вариантом является блокнот “Notability”, позволяющий устному переводчику не тратить время на переход в другие приложения для выполнения определенных функций, сосредоточившись на переводе. Что касается мобильных устройств с программным обеспечением Android, то хорошей альтернативой можно назвать “Evernote”, поскольку данный блокнот совмещает в себе множество функций, такие как ведение заметок с добавлением дополнительных файлов, использование тэгов, возможность поиска по ключевому слову, интеграция с другими приложениями [5].

В ходе сравнения цифровых устройств, используемых в ходе синхронного перевода, был сделан вывод, что надо обращать внимание на следующие показатели:

- 1) количество языковых каналов;
- 2) уровень шумоподавления;
- 3) соотношение звука к шуму
- 4) условия, в которых будет производиться перевод.

Сопоставляя устройства для последовательного перевода, можно утверждать, что при выборе планшетного компьютера или смарт-ручки важно обращать внимание на уровень оптимизации и производительности, качество камеры, подачу и чистоту звука, а также на объем памяти.

Каждое техническое устройство используется для работы в различных приложениях, в ходе исследования проводилось сравнение электронных блокнотов. Хорошим вариантом для операционной системы IOS может стать тот блокнот, который совмещает в себе функции диктофона, файлового менеджера, возможность вести переводческую запись, а также включает в себя особенности такие, как минималистичный дизайн, возможность внешней коммуникации и т.д.

Для проведения конференций в онлайн-формате используются различные программные обеспечения, выбирая наиболее подходящее, стоит опираться на количество возможных каналов, требования к рабочему месту переводчика, помощь со стороны технической поддержки и стоимость.

Таким образом, проведенный сравнительный анализ является актуальным и может иметь практическую ценность для устных переводчиков в выборе цифрового устройства, приложения или программы для работы, а также для организаторов мероприятий с необходимостью ведения перевода. Согласимся и с мнением авторов статьи об устном последовательном переводе в цифровую эпоху, согласно которым многие технологии, используемые практикующими переводчиками, имеют ряд дидактических преимуществ, их можно успешно использовать на занятиях, например, «для визуализации на экране записей студентов в реальном времени и последующего анализа качества перевода благодаря синхронизации звука и графики» [6].

В заключение считаем необходимым обратиться к мнению Р. Курцвейла, американского изобретателя систем распознавания речи, согласно прогнозам которого

автоматизированные машины смогут достичь того уровня, на каком в настоящее время переводит человек, уже к 2029 г. Вместе с тем, ученый подмечает, что подготовка переводческих кадров останется обязательной, поскольку инновационные разработки лишь помогут повысить эффективность и скорость перевода [7]. Указанные перспективы подчеркивают необходимость целенаправленного формирования специальных цифровых компетенций устного переводчика, способного выполнять разные виды устного перевода с применением различных устройств, программ и приложений. Представляется особо актуальной разработка образовательных программ, связанных с обучением будущих переводчиков удаленным видам перевода, использованию технологий войсовера (закадрового озвучивания на языке перевода), таймкодинга и др.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Нелюбин Л. Л., Хухуни Г.Т. История и теория перевода в России. — Москва: МГОУ, 2003. — 140 с.
2. Архангельская А.И., Дектерев С.Б. Об особенностях современных технологий перевода. Евразийский союз ученых. — 2015. — №6. — С. 1-2.
3. Alcina A. Translation technologies Scope, tools and resources // ResearchGate. — 2008. — [Electronic resource] — URL: [https://www.researchgate.net/publication/233657002\\_Translation\\_technologies\\_Scope\\_tools\\_and\\_resources](https://www.researchgate.net/publication/233657002_Translation_technologies_Scope_tools_and_resources) (дата обращения: 10.03.2021).
4. Аведова Р.П., Мителева В.И. Современные технологии в сфере синхронного перевода. Научная электронная библиотека. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=27337353> (дата обращения: 10.03.2021).
5. Почему стоит попробовать Evernote?. — Evernote : [электронный ресурс]. — URL: <https://evernote.com/intl/ru/why-evernote> (дата обращения: 19.03.2021).
6. Аликина Е.В., Коваленко М.П., Наугольных А.Ю. Устный последовательный перевод в цифровую эпоху. Современные исследования социальных проблем. — 2017. — Т. 8. — № 4-2. — С. 6-10.
7. Kelly N. Ray Kurzweil on Translation Technology. — 2011. Updated Dec. 06, 2017 — [Electronic resource]. URL: [https://www.huffpost.com/entry/ray-kurzweil-on-translati\\_b\\_875745](https://www.huffpost.com/entry/ray-kurzweil-on-translati_b_875745) (дата обращения: 10.03.2021).

**Субакова Рената Марселевна** – студент; кафедра «Иностранных языков, лингвистики и перевода», Пермский национальный исследовательский политехнический университет; Пермь, Россия; e-mail: subakova.renata@mail.ru

#### OVERVIEW OF DIGITAL DEVICES FOR INTERPRETATION

**Abstract.** *The article touches upon the issue of the impact of digitalization on the development of interpretation activities. In the course of the work, digital devices, specialized programs and applications used in consecutive and simultaneous interpretation were considered. The results of the analysis demonstrate the technological solutions used in interpretation.*



*According to the article, based on the comparison of technical and economic characteristics, the most effective device models, as well as programs and applications with great advantages, are identified. It has been found that it is necessary to purposefully form the digital competence of an interpreter to work with innovative resources.*

**Key words:** *simultaneous interpretation, consecutive interpretation, information technology, automated processes, digital devices for interpretation*

**Renata M. Subakova** – Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russia; e-mail: subakova.renata@mail.ru

УДК 003.628

**Е.А. Тальянова, А.В. Большакова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Использование GIF-изображений в инструкциях для сервисов со сложной структурой**

**Аннотация.** *Данная статья посвящена проблеме использования GIF-изображений в инструкциях к сервисам со сложной структурой. В настоящее время все больше продуктов создаются онлайн, поэтому разработчикам и техническим писателям открывается больше возможностей для создания интерактивных инструкций. Цель данного исследования – создание GIF-изображений для сервиса со сложной структурой – Evernote. В ходе исследования были проанализированы некоторые сайты со сложной структурой, в том числе Notion и Whatfix, а также были выявлены преимущества и недостатки GIF-изображений.*

**Ключевые слова:** *технический писатель, техническая документация, GIF-изображения*

Профессиональная техническая коммуникация – это область деятельности, которая активно развивается в нашей стране на данный момент. Технические писатели создают инструкции как для профессионалов в своем деле, так и для обычных пользователей. В связи с развитием технических возможностей инструкция часто представляет собой не просто текст с пошаговым описанием действий. В инструкцию также включаются изображения, графики, а если инструкция представлена не в печатном, а в электронном виде, её формат может быть самым разнообразным. Например, видео-инструкции и инструкции в виде GIF-изображений. В этом исследовании мы рассмотрим использование GIF-изображений в качестве инструкций.

Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время появляется большое количество сервисов, которые упрощают нашу жизнь, организуют её и структурируют. Эти сервисы очень удобны, однако для полноценного использования таких продуктов необходимо тщательно разобраться в их структуре. Чаще всего пользователи, видя сложную структуру, перестают пользоваться сервисом или приложением на первых стадиях. Однако GIF-изображения наглядно объясняют пользователю пошаговые действия, показывая тем самым, как выглядит его функционал в полном объёме. Стоит, тем не менее отметить, что в

настоящее время далеко не все сервисы со сложными структурами используют данный вид инструкций. Более того, при подготовке технических писателей чаще рассматриваются инструкции в виде текста, видео или изображений, в то время как GIF-изображения упускаются из вида.

Целью данного исследования является выявление особенностей использования GIF-изображений в качестве инструкций и анализ вариантов их использования для сервиса Evernote.

Степень изученности проблемы можно охарактеризовать как недостаточно изученную, так как работ, посвященных данной теме недостаточно для составления полноценной картины о проблеме. В основном это статьи на вебсайтах [1; 2; 3], а также статьи из журналов [4; 5].

В ходе исследования были использованы методы анализа, аналогии, наблюдения, а также дедукции и индукции.

Для начала рассмотрим, что такое GIF-изображения. GIF (Graphics Interchanging Format) – это графический формат, который поддерживает беззвучные статические и анимированные изображения [6]. Функции GIF-изображений в интернете многообразны: пользователи в социальных сетях используют их для шуток и общения, маркетинговые агентства для рекламы своих продуктов, однако GIF-изображения также используются в качестве инструкций. Авторы уже используют видео, скринкасты (видеозапись, представляющая собой запись происходящего на экране пользователя компьютера), статический текст и изображения для предоставления инструкций. Эти стратегии прекрасно подходят для объяснения сложных задач, но могут отнимать много времени у создателей и пользователей. В качестве альтернативы, инструкции, представляемые в виде анимированного GIF-файла, могут быстро, просто и последовательно продемонстрировать простую и последовательную информацию. Некоторые вещи требуют времени, чтобы хорошо объяснить, поэтому анимированные GIF-изображения – это не идеальный способ представить подобную информацию [7].

Итак, GIF-изображения способны хорошо продемонстрировать то, что пользователь в последствии должен сделать сам. Примером этого может послужить: отображение одного шага задачи с текстом или без него; отображение нескольких шагов задачи с текстом или без него; скринкаст в миниатюре [1].

Карл Сур посвятил свою статью исследованию анимированных изображений в качестве инструкций. Он пишет, что одним из первоначальных стимулов для изучения использования анимированных GIF-файлов была альтернатива видео. Учитывая выбор между видео, даже коротким, и некоторыми другими средствами массовой информации, такими как серия подписанных изображений или простой текст, в большинстве случаев Сур выбирает последнее, особенно если предмет объясняет, как что-то сделать [5]. Исследование Местре, в котором сравнивалась эффективность видео и статического изображения, которые использовались для библиотечных учебных пособий, показывало, что у участников было нежелание тратить время на просмотр инструкций в виде видео. Особенно интересным был комментарий одного из участников: «... видеоурок действительно нужен только в том случае, если вы хотите научить сложным вещам...». Он также добавляет, что для обучения

простым вещам «... веб-страница с добавленными изображениями и мультимедиа – это все, что вам необходимо» [4, с. 260]. Исследование не только показало, что студенты предпочитают не смотреть видео, но и студенты с различными предпочтениями в стиле обучения были лучше способны выполнять или воспроизводить продемонстрированные задачи, когда в учебниках использовалась последовательность статических изображений, по сравнению с показанными видео [4, с. 260].

Рассмотрим преимущества и недостатки GIF-изображений. К техническим преимуществам GIF-изображений относятся скорость загрузки, размер, активация, движение, дисплей.

Карл Сур в своей статье рассматривает особенности GIF-изображений:

- объем и масштаб: группа изображений или блок текста дает немедленную обратную связь о том, сколько информации передается.
- последовательность: картинки и текст имеют естественные точки разрыва между этапами процесса. Это позволяет человеку вернуться назад, чтобы рассмотреть более ранний этап процесса, а затем снова двигаться вперед. Это труднее сделать в видео. Исследование Местре показало, что возможность быстро вернуться к предыдущим шагам или пересмотреть их была важна для участников [4, с. 271].
- видение «леса и деревьев»: это включает в себя концепцию замыкания, описанную Скоттом Макклаудом в книге "Понимание комикса": «...феномен наблюдения частей, но восприятия целого» [8]. Разумный выбор и расположение последовательностей может позволить увидеть как отдельные этапы процесса, так и получить представление об общей концепции в меньшем физическом и временном пространстве, чем видео или серия статических изображений [5].
- статика и динамика: серия анимированных GIF-файлов позволяет включать в себя как компоненты последовательности, так и компоненты закрытия, описанные выше, сохраняя при этом некоторые динамические элементы видео. Это может быть полезно для многоступенчатого процесса, где каждый шаг зависит от правильного выполнения предыдущего.

В своем исследовании Дэниел Фостер рассматривает визуальное восприятие информации. Автор сравнивает три вида подачи информации – изображения, GIF-изображения и видео, поэтому читателям самим можно сделать вывод о преимуществах и недостатках анимированных изображений в качестве инструкций [3].

К недостаткам такого типа инструкций можно отнести следующие: 1) они слишком короткие; 2) они не статичные, чем уступают изображениям, если пользователю необходимо тщательно рассмотреть шаг инструкции; 3) отсутствие повествования, которое может содержаться в видео-инструкциях, так как иногда пользователю будет удобнее слушать и смотреть одновременно.

Рассмотрим преимущества и недостатки GIF-изображений на примере сервисов со сложной структурой Notion и Whatfix. Notion представляет собой сервис для создания заметок с множеством функций и возможностей. Whatfix представляет собой платформу для создания пошаговых инструкций для сайтов и мобильных предложений.

На сайте Notion GIF-изображения присутствуют на главной странице сайта с целью продемонстрировать пользователю удобство использования сервиса несмотря на его сложную структуру, а также GIF-изображения часто встречаются в разделе «Помощь и поддержка» в качестве инструкций.

В разделе «Помощь и поддержка» нами были проанализированы некоторые подразделы и сделан вывод о том, что разработчики сервиса рационально используют GIF-изображения. Учитывая все недостатки данного типа представления инструкций, они помещают GIF-изображения только там, где это допустимо. Например, в разделе начала работы с сервисом в основном преобладает текст и простые статичные изображения, что позволяет новому пользователю хорошо во всем разобраться, освоить азы работы с сервисом. Однако, постепенно Notion начинает включать GIF-изображения в инструкции, дополняя существующий текст и наглядно демонстрируя процесс или действие, необходимое совершить, чтобы достичь желаемого результата. В GIF-изображения включено не более, чем 3-4 шага, что является оптимальной длиной для усвоения материала.

Рассмотрим сервис Whatfix. GIF-изображения также встречаются здесь в разделе «Поддержка». В этом разделе нами были проанализированы некоторые подразделы и сделаны выводы о том, что Whatfix использует GIF-изображения недостаточно эффективно. Функции, представленные в подразделе и описания к ним расположены на одной странице. GIF-изображения достаточно крупные, а описания состоят из 1-2 предложений и повторяют написанное. Расстояние между GIF-изображениями, текстом и каждой отдельной функцией небольшое, поэтому пользователю будет трудно сориентироваться на странице [9]. GIF-изображения запускаются сами по себе, поэтому при открытии страницы сразу два GIF-изображения начинают проигрываться. Это отвлекает внимание пользователя. Более того, GIF-изображения, представленные в этом разделе, длинные (10 секунд) и представляют большое количество шагов от 6 до 8. Если пользователь упустил какую-то информацию, ему придется ждать, когда закончится GIF-изображение, так как, в отличие от видео, его невозможно перемотать.

Сервис Evernote похож на сервис Notion. Он также используется для создания заметок и содержит большое количество различных функций. Нами был также проанализирован раздел «Справочный центр».

В некоторых разделах Evernote предлагает пользователю посмотреть видео, что занимает много времени. Для сложных действий это необходимый компонент, но простые шаги, которые укладываются в три-четыре действия, нет необходимости помещать в видео. Другие разделы предлагают изображения со стрелочками и подписями, что демонстрирует только конечный вариант или только начальный [10].

Учитывая все преимущества использования GIF-изображений в качестве инструкций и рассмотрев пример их использования на сайте сервиса Notion и проанализировав GIF-изображения на сайте Whatfix, мы решили разработать инструкцию с внедрением GIF-изображений для сервиса Evernote. В связи с тем, что некоторые шаги инструкций в сервисе требует визуальной демонстрации, а действия, процесс или перемещение файлов эффективнее показать с помощью GIF-изображений, было принято решение разработать

несколько GIF-изображений, которые дополнили бы уже существующие инструкции в разделе «Справочная информация».

С помощью сервиса Recordit мы создали GIF-изображения. Нами был выбран раздел «Совместный доступ к заметкам» [10]. На сайте Evernote в данном разделе можно найти пошаговую инструкцию и изображением с уже конечным результатом – открытым окном – и стрелкой, указывающей на это окно. Однако, само действие пропущено. Мы считаем необходимым дополнить текст GIF-изображением, которое демонстрирует пользователю процесс, а также, где находятся нужные кнопки и окна. В дополнение к пошаговой инструкции, которая уже присутствует на сайте пользователь будет свободно ориентировать в своем блокноте, зная и порядок действий, и процесс.

Рассмотрим раздел «Как создать список с флажками». Evernote предлагает целое видео длительностью в одну минуту, в котором рассказывается, как создать список с флажками. Часть видео составляет заставка с эмблемой Evernote и надпись “How to create checklists”. На наш взгляд это не эффективная инструкция, так как загрузка видео занимает время, чтобы пересмотреть инструкцию, необходимо будет заново воспроизводить видео и перематывать на нужный момент. Текстовая инструкция по этой задаче практически отсутствует («Нажмите на кнопку (флажок) Вставить флажок на панели форматирования, чтобы добавить флажок») [10]. GIF-изображение в дополнение к короткой текстовой инструкции было бы эффективным решением.

Рассмотрим также процесс перенесения заметки из одной папки в другую. Это действие требует перемещения по экрану объектов, поэтому пользователю необходимо продемонстрировать данный процесс. Evernote предлагает лишь короткую текстовую инструкцию без изображения или видео. На наш взгляд GIF-изображение дополнит инструкцию, так как наглядно продемонстрирует процесс перемещения объекта.

Таким образом, в ходе исследования были выявлены преимущества и недостатки использования GIF-изображений в качестве инструкций и проанализированы варианты их использования. Так, можно утверждать об эффективности использования GIF-изображений для работы с подобными сервисами, так как это упрощает понимание и навигацию по сайту. Учитывая все вышеперечисленные факторы нами были созданы GIF-изображения для сервиса со сложной структурой Evernote. Результаты данного исследования также могут заинтересовать как преподавателей, так и студентов, обучающихся в магистратуре по направлению «Технический писатель», поскольку будущим специалистам в данной области стоит уделить больше внимания GIF-изображениям как потенциальным компонентам различного рода инструкций и руководств пользователей. Стоит отметить, что умение создавать и грамотно использовать подобные изображения в своей профессиональной деятельности – один из важных навыков специалиста в области технического писательства и технической коммуникации.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. GIFs as Documentation / GIFs as Documentation – URL: <https://gifs-as-documentation.readthedocs.io/en/latest/> – (дата обращения: 25.04.2020).

2. GIFs: A Simple But Powerful Communications Tool / Explain Everything – URL: <https://explaineverything.com/gifs-simple-powerful-communications-tool/> – (дата обращения: 29.04.2020).
3. Animated GIFs for technical communication / Intelligent Information URL: <https://intelligent-information.blog/en/not-just-for-laughs-putting-animated-gifs-to-work-for-technical-communication/> (дата обращения: 24.03.2020).
4. Mestre L.S. Student preference for tutorial design: a usability study // Reference Services Review. - 2012. - №40. - P. 258-276.
5. Using animated gif images for library instruction / In The Library with the Lead Pipe URL: <http://www.inthelibrarywiththeleadpipe.org/2014/using-animated-gif-images-for-library-instruction/> (дата обращения: 05.04.2020).
6. How to use animated GIFs in your online communication strategy? / Mail Relay – URL: <https://blog.mailrelay.com/en/2017/06/07/animated-gifs> – (дата обращения: 20.05.2020).
7. Get to the point using animated GIF by Christen Bouffard / iTeachU – URL: <https://iteachu.uaf.edu/using-animated-gifs/> – (дата обращения: 25.05.2020).
8. МакКлауд С. Понимание комикса. - М.: Белое Яблоко, 2016. - 216 с.
6. What can you do with Whatfix? Whatfix URL: <https://support.whatfix.com/docs/what-can-you-do-with-whatfix> (дата обращения: 01.03.2021).
10. Использование Evernote – руководство по началу работы. Evernote URL: <https://help.evernote.com/hc/ru/articles/208314458> (дата обращения: 17.05.2020).

**Тальянова Елизавета Андреевна** – студент магистратуры; ВШИППиПЛ; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: tal.lisa@yandex.ru

**Большакова Анна Владимировна** – старший преподаватель, ВШИППиПЛ; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: fbrj@mail.ru

## **USING GIF IMAGES IN INSTRUCTIONS FOR SERVICES WITH A COMPLEX STRUCTURE**

**Abstract.** *This article is devoted to the problem of using GIF images in the instructions for complex structure services. Nowadays, more and more products are created online, so developers and technical writers have more opportunities to create interactive instructions. The purpose of this study is to create GIF images for Evernote, a complex structure. In the course of our study we analyzed some sites with complex structures, including Notion and Whatfix. This analysis allowed us to identify advantages and disadvantages of GIF images.*

**Key words:** *technical writer, technical documentation, GIF images*

**Elizaveta Andr. Talyanova** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: tal.lisa@yandex.ru

**Anna Vlad. Bolshakova** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: fbrj@mail.ru

**Развитие мультилингвизма при обучении студентов неязыковых специальностей**

**Аннотация.** В этой статье исследуется концепция мультилингвизма и ее применение в образовательной среде. Автором была разработана модель обучения, которая включает в себя перевернутый класс (*flipped classroom*), аудиторные занятия, командную работу и проектную работу. Разработка данной образовательной модели направлена на развитие мультилингвизма среди студентов неязыкового вуза, изучающих испанский язык в качестве второго иностранного языка. Предложенная образовательная модель предполагает изучение испанского языка на английском языке с использованием родного языка обучающихся.

**Ключевые слова:** мультилингвизм, образовательная модель, испанский язык, межкультурная коммуникация

Изучение двух и более иностранных языков стало необходимым в условиях глобализации и активизации миграционных процессов. Кроме того, возрастает интерес к специфике различных культур, особенно в точках их соприкосновения и взаимовлияния. Для успешного межкультурного взаимодействия актуальным становится навык владения совершенно новыми инструментами общения. Стандартное иноязычное общение, часто подразумевающее переводческую деятельность, трансформируется в мультилингвизм, под которым понимается полное понимание контекста общения, умение контактировать, получать и передавать информацию в различных коммуникативных ситуациях [1]. Все вышеописанное приводит к актуализации проблемы изучения формирования двуязычной и многоязычной личности в условиях одновременного и последовательного развития множества лингвокультур [2]. Концепция «мультилингвизм», относительно недавно вошедшая в научный оборот в различных областях гуманитарного знания, отражает новый аспект изучения данной проблемы.

Лингвистические исследования, выполненные на рубеже XX-XXI вв. демонстрируют особый интерес к феномену мультилингвизма (от лат. *multi* - много, *lingua* - язык, речь). Европейская комиссия определяет мультилингвизм как способность «обществ, организаций, групп и индивидов включать в свою повседневную жизнь более чем один язык» [3, с. 6].

Тот факт, что мультилингвизм рассматривается не только в рамках лингвистики, но и психологии, социологии, лингводидактики и других социальных наук, лишь подчеркивает его многогранный характер и оправдывает многочисленность его дефиниций.

Наиболее общее определение мультилингвизма было предложено Ф. Грожаном, который в качестве главной характеристики мультилингвизма называет использование индивидом двух и более языков в повседневной жизни [4]. Большой энциклопедический словарь, серия «Языкознание», определяет многоязычие (мультилингвизм, полилингвизм) как «употребление нескольких языков в пределах определенной социальной общности (прежде всего, государства); употребление индивидом (группой людей) нескольких

языков, каждый из которых выбирается в соответствии с конкретной коммуникативной ситуацией» [5, с. 303].

Наиболее общепринятым определением мультилингвального индивида на сегодняшний день является следующее: «мультилингв — это любой индивид, способный поддерживать коммуникацию более, чем на одном языке» [6, с. 4]. Так, например, М. Браун определяет мультилингвизм как «активное, совершенно равносильное владение двумя или более языками» [7, с. 115].

Что касается противоположной позиции, то она соотносит понятие мультилингвизма с начальным, элементарным знанием второго и/или третьего языков [8, с. 55]. Характеризуя качественно разные уровни владения языками, некоторые лингвисты прибегают к оппозиции сбалансированный - несбалансированный мультилингвизм. Однако «мультилингвизм, включающий сбалансированное, свободное владение всеми языками индивида, — это достаточно редкое явление» [9, с. 50]; чаще всего мультилингвы демонстрируют разные степени владения различными составляющими своего «языкового арсенала».

Многомерность явления «мультилингвизм» затрудняет установление четких характеристик и формулировок, но позволяет лингвистам выявлять новые грани данного научного направления. Новизна и недостаточно подробное изучение мультилингвизма в новых социолингвистических условиях глобального мира сказываются и на неопределенности его терминологической базы.

По результатам анализа литературы был сформирован вопрос исследования: как развить мультилингвизм у студентов неязыкового вуза?

Автором была разработана и описана образовательная модель для обучения испанскому языку студентов 3 курса Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого (СПбПУ), обучающихся по направлению «Международный бизнес». Эта образовательная программа полностью реализована на английском языке. Следует отметить, что эти студенты изучают испанский язык в течение трех лет (1-3 курсы) и по окончании второго курса обучения имеют уровень знания языка А2-В1. В рамках данной образовательной программы студенты обучаются в мультинациональных группах, для которых английский язык является первым иностранным языком, а испанский язык – вторым иностранным языком. В результате применения предложенной образовательной модели нами предполагается развитие у студентов мультилингвизма при обучении испанского языка на английском языке с учетом родного языка студентов.

На рисунке 1 представлена модель обучения студентов бакалавриата по направлению «Международный бизнес» по дисциплине «Испанский язык», преподаваемой на английском языке.





Рисунок 1. Модель обучения по дисциплине «Испанский язык»

В течение 3 курса предполагается изучение следующих лексических тем: экологические проблемы Испании, образование в Испании, испанская кулинария, политическая система Испании.

Группы студентов являются мульти национальными, в связи с чем предполагается разделение студентов на небольшие группы внутри своего коллектива. Каждой группе на платформе Moodle предлагается 4 идентичных текста по изучаемой теме на следующих языках: английском, арабском, китайском и хинди (в соответствии с родными языками студентов). В каждой группе, соответственно, присутствуют ученики, для которых эти языки являются родными. Студенты самостоятельно изучают эти тексты дома на своем родном языке («перевернутый класс»). На уроке в аудитории студентам предлагаются исследовательские кейсы, связанные с изучаемой темой. Во время урока студенты обсуждают на английском языке заранее прочитанные тексты, строят план работы по кейсу и ищут решение заданной проблемы (аудиторные занятия). После этого студентам предлагается подготовить презентацию в своих командах (командная работа) на испанском языке о предлагаемом ими решении проблемы и ответить на вопросы на испанском языке (проектная работа). Студенты выполняют такой алгоритм по всем 4 изучаемым темам.

Перед применением предложенной образовательной модели необходимо протестировать студентов, чтобы определить уровень владения английским и испанским языками. Нами предполагается тестирование из 4 частей: аудирование, чтение, письмо и устная речь. Частично тестирование можно проводить через онлайн-платформу Moodle (аудирование, чтение, письмо), а частично - на семинарах (разговорная речь). Тест по английскому языку проводится, чтобы убедиться, что учащиеся имеют достаточный уровень владения английским языком (мы считаем, что B2 является достаточным). Результаты теста по испанскому языку (чтение, аудирование, письмо и устная речь) также отражают

готовность студентов к работе по рассматриваемой модели (мы считаем, что уровень А2-В1 является достаточным).

По мнению автора, предложенная образовательная модель способно развить мультилингвизм у студентов при помощи использования средств обучения на всех языках, которыми владеют студенты, а также регулярном и плавном переключении с одного языка на другой, учитывая межкультурные особенности каждого языка, используя подходящие лексические единицы для конкретной коммуникативной ситуации.

В нашем исследовании мы стремились разработать модель обучения для улучшения уровня владения испанским языком и развития мультилингвизма у учащихся.

При разработке модели обучения мы опирались на исследования многих ученых, изучающих мультилингвизм [4; 6; 8; 9]. Однако отличительной чертой предложенной нами образовательной модели является использование мультинациональной группы, в которой используются не только испанский и английский, но и родные языки, которые различаются среди учащихся. Мы применяем мультилингвизм не только в упражнениях, но и на протяжении всего учебного процесса, делая процесс переключения между языковыми кодами естественным.

Однако у предложенной модели обучения есть ограничения. Все учащиеся должны хорошо владеть английским языком, и иметь достаточный уровень испанского языка. В будущих исследованиях мы изучим эффективность предложенной модели с помощью проведения педагогического эксперимента.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Токарева Е.Ю. Веб-среда в смешанной модели обучения вуза. Государственное управление и развитие России: вызовы и перспективы: сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции / МНИЦ ПГАУ. – Пенза: РИО ПГАУ, 2019. – 178-182 с.
2. Кобичева А.М., Баранова Т.А., Токарева Е.Ю. Эффективность использования CLIL-обучения на примере дисциплин гуманитарной направленности. Современные проблемы науки и образования. – 2019. – № 1; URL: <http://www.science-education.ru/article/view?Id=28509> (дата обращения: 29.01.2021).
3. Европейская комиссия. Заключительный отчет: Группа высокого уровня по многоязычию. - Люксембург: Европейские сообщества, 2007. – 36 с.
4. Грожан Ф. Двужычье: жизнь и реальность. - Кембридж: Издательство Гарвардского университета, 2010. - 276 с.
5. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Под ред. В. Н. Ярцева. М.: Большая Российская энциклопедия, 2000. С. 303.
6. Вэй Л. Перспективы исследования двужычья и многоязычия. Справочник Блэквелла по методам исследования двужычья и многоязычия. - Оксфорд, 2008. - С. 3 – 17.
7. Браун М. Наблюдения по вопросу многоязычия // Геттингенская научная реклама. - 1937. - № 4. - С. 115.
8. Эдвардс Дж. Многоязычие. - Лондон: Рутледж, 1994. - 257 с.
9. Шридхар Камил К. Социальное многоязычие. Социоллингвистика и преподавание языков. - Кембридж: Издательство Кембриджского университета, 1996. - С. 50.

**Токарева Елена Юрьевна** – аспирант; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский Политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия, e-mail: tokareva.euy@gmail.com

## **DEVELOPMENT OF MULTILINGUALISM IN TEACHING NON-LINGUISTIC STUDENTS**

**Abstract.** *This article explores the concept of multilingualism and its application in the educational environment. The author has developed a learning model that includes a flipped classroom, classroom activities, teamwork and project work. The development of this educational model is aimed at the development of multilingualism among students of a non-linguistic university who study Spanish as a second foreign language. The proposed educational model assumes the study of Spanish in English using the native language of students.*

**Key words:** *multilingualism, educational model, Spanish language, intercultural communication*

**Elena Yur. Tokareva** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia, e-mail: tokareva.euy@gmail.com

УДК 80

**В.Ю. Томилина, Л.И. Тарарина**

Российский государственный социальный университет

### **Аббревиация в англоязычном деловом дискурсе**

**Аннотация:** *В данной статье рассматриваются понятия аббревиатура и англоязычный деловой дискурс, даются примеры аббревиатур, используемых в англоязычном деловом дискурсе. Деловой дискурс включает в себя совокупность языкового материала и речевого акта, а характерная для него лексика наполнена сложными понятиями и терминами, что привело к использованию всякого рода сокращений и аббревиатур.*

**Ключевые слова:** *дискурс, деловой дискурс, деловая коммуникация, аббревиатура*

В XXI веке существуют большие возможности для развития в каждой сфере жизни, будь то наука, культура, образование, промышленность или бизнес. Современный мир имеет тенденцию быстрого развития, что непосредственно отражается и в деловом общении между людьми. Посредством делового общения широкий круг лиц, принадлежащий к бизнес-сфере, обменивается информацией, касающейся деловых задач, поэтому в широком смысле деловую коммуникацию можно назвать движущей силой бизнеса. Для сферы делового общения характерно использование делового дискурса, при котором происходит социальное взаимодействие. Связующим звеном данного взаимодействия является построение и понимание текста, а главная цель направлена на достижение результата, определяющего успешность и эффективность общения.

При подробном изучении дискурс можно рассматривать как текст, содержащийся в условиях коммуникации. С точки зрения лингвистики, дискурс является совокупностью текстов «исторической, социальной и интеллектуальной направленности; произведенных в институциональных рамках, которые накладывают сильные ограничения на акты высказывания» [1]. В своей работе Н.Д. Арутюнова прибегает к следующему определению дискурса: «связный текст в совокупности с экстралингвистическими - прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессов)» [2, с. 137].

В.И. Карасик считает, что «дискурс представляет собой явление промежуточного порядка между речью, общением, языковым поведением, с одной стороны, и фиксируемым текстом, остающимся в сухом остатке общения, с другой стороны» [3, с. 192]. Нельзя не согласиться с данным утверждением, поскольку из этого следует, что дискурс представляет собой совокупность речевого акта и языкового материала, сочетающую в себе особенности речи и коммуникации, непосредственно отражая указанную совокупность в тексте.

Деловой дискурс – понятие весьма обширное, содержащее в себе «как языковые средства, так и речевую деятельность, в сочетании с лингвистическими и экстралингвистическими факторами» [4, с.135]. Далее рассмотрим деловой дискурс как взаимодействие, которое происходит между людьми, чья основная деятельность находится непосредственно в пределах бизнеса. Быстрое распространение и рост межкультурных связей на сегодняшний день являются одним из главных условий изучения проблем бизнес коммуникации.

В основном, коммуникация состоит в сложном процессе установки контакта между его участниками, обмене полезной информацией, в нахождении единой стратегии и использования вербальных и невербальных средств при выполнении совместных действий. Также следует отметить, что англоязычный деловой дискурс имеет четкий стандарт речевого поведения участников коммуникации, определенные правила и ограничения как вербального, так и невербального поведения.

В международной деловой коммуникации в первую очередь рассматривается проблема взаимопонимания. Одной из преград для его достижения являются различия между языками в деловом дискурсе, вызванные расхождением культур и менталитета. Данные различия проявляются больше всего в лексике. Примером тому может служить появление новых лексических единиц в сфере науки и техники, международных процессов в области экономики, масс-медиа, выраженных с помощью сложных слов и словосочетаний.

Лексика и терминология делового англоязычного дискурса дают возможность с большей точностью и полнотой описать характерные для него понятия. Принимая во внимание, что термины передают сложные единицы языка (слова), а словосочетания – объемные [1], появилась необходимость в сокращении их тем или иным образом, что привело к использованию различного рода сокращений и аббревиатур в деловом дискурсе. Рассмотрим несколько примеров: ‘B2B – Business - to – Business’ – Бизнес для бизнеса, что дает описание для деловых отношений, в которых клиентами компаний являются другие

предприятия; 'ЕЕА - European Economic Area' – Европейская экономическая зона или 'RFP - Request For Proposals' – Запрос предложений – для заинтересованных в торгах поставщиков, целью которых является завершение бизнес-проектов для компании.

Таким образом, наличие новых сложных и громоздких лексических единиц в деловом дискурсе стало главным сдвигом в сторону письменного общения. В итоге формирование письменного общения повлияло на «широкое распространение так называемых графических сокращений и различных приемов графической символики, что сделало еще более неопределенной и без того нечеткую границу, обычно проводимую между языком и графическими знаковыми системами» [5, с. 46]. Далее стоит подробнее рассмотреть, что представляет собой термин аббревиатура.

Термин аббревиатура произошел от «итал. *abbreviatura*, от лат. *abbrevio* — сокращаю» и представляет собой «существительное, состоящее из усечённых слов, входящих в исходное словосочетание, или из усечённых компонентов исходного сложного слова. Последний компонент аббревиатуры может быть также целым (неусечённым) словом» [1]. Аббревиатура не является новым феноменом и уходит своими корнями в далекое прошлое, поскольку первыми аббревиатурами считаются античные и датируются 2-3 веками до нашей эры.

Возникновение аббревиации, как способа словообразования, является одним из преобразований английского языка на современном этапе. Как и классические приемы словопроизводства, активное участие в образовании новых лексических единиц принимает и аббревиация, примером которой являются: 'CRM - customer relationship management' - система управления взаимоотношениями с клиентами, 'IPO - An Initial Public Offering' - публичное размещение акций или 'ROI – Return on Investment' – рентабельность инвестиций. Рассмотрением аббревиации, как лингвистического явления, занимались многие лингвисты, такие как Д.И. Алексеев, И.В. Арнольд, В.В. Борисов, Е.П. Волошин, Е.А. Дюжикова, О.Г. Косарева и другие.

В своих трудах В.В. Борисов рассматривает термин аббревиатуры как «единицы устной или письменной речи, созданной из отдельных (не всех) элементов звуковой или графической оболочки некоторой развернутой формы (слова или словосочетания), с которой данная единица находится в определенной лексико-семантической связи. При образовании сокращения могут использоваться отдельные звуки (буквы), группы звуков и цельноформленные компоненты в различных комбинациях. Важнейшим формальным признаком сокращений является их фонетическая или графическая мотивированная связь с несокращенной формой, поскольку она (эта связь) служит объективным критерием идентификации сокращений» [5, с.100]. И.В. Арнольд рассматривает данное явление следующим образом: «Сокращение представляет собой морфологический тип словообразования, при котором опускается некоторая часть звукового состава исходного слова» [6, с.176].

В сфере англоязычного делового дискурса использование аббревиатур обуславливается, в основном, необходимостью в краткости передачи соответствующих понятий. Стоит рассмотреть несколько примеров: 'NDA – Non-Disclosure Agreement' - Соглашение о неразглашении, 'CEO – Chief Executive Officer' – Генеральный директор,

‘CAPEX – Capital Expenditure’ - Капитальные расходы. Важно отметить, что графические сокращения применяются только на письме, для экономии времени и места, тогда как их целые формы – в устной речи [7].

Широкому распространению аббревиации содействуют как внутриязыковые, так и экстралингвистические (социальные) факторы. Развитие сфер делового мира, а также инновации обуславливают возникновение новых единиц в лексике. Всё это является хорошим примером внеязыковой действительности, в которой сокращение слов растёт с каждым днем, а количество аббревиатур увеличивается. Следует отметить, что на сегодняшний день аббревиация представляет собой одно из наиболее распространенных лингвистических словообразовательных явлений, характерных для современного английского языка.

Таким образом, аббревиации (создание аббревиатур) являются перспективным способом словообразования, тем самым обеспечивая большую актуальность среди лингвистических исследований. На практике, с развитием науки и техники у бизнес компаний появилась необходимость в образовании новых лексических единиц, которые значительно упрощают не только деловую письменную, но и устную речь: ‘LLC – Limited Liability Company - Общество с ограниченной ответственностью’, HQ – Head Quarters - Главное управление компании’, и, пожалуй, самое распространенное - ‘ASAP - As soon as possible – Как можно скорее’.

Следует признать, что мир бизнеса изменчив, и данные изменения находят отражение непосредственно в языке. Страны мира объединены культурными и экономическими связями, вследствие чего бизнес оказывает огромное влияние на развитие международных отношений. Именно поэтому англоязычная деловая коммуникация создает важнейшую на сегодняшний день социокультурную ситуацию.

Суммируя вышесказанное, можно сделать вывод, что наличие огромного выбора аббревиатур обуславливает их активное использование и функционирование в англоязычной деловой коммуникации, доказывая необходимость внимательного изучения данного явления в сфере профессиональной речи.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. ЛЭС, Лингвистический энциклопедический словарь. Под ред. В. Н. Ярцевой. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 684 с.
2. Арутюнова Н. Д. Дискурс. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С. 136-137.
3. Карасик В. И. Языковой круг: концепт, личность, дискурс: монография. М.: Гнозис; Языки русской культуры, 2004. 390 с.
4. Ширяева Т.А. Вежливость и ее языковая репрезентация в деловом дискурсе. Университетские чтения. – П:2010. С. 135-141.
5. Борисов В.В. Аббревиация и Акронимия: Воен. и науч.-техн. сокр. в иностр. яз. / Под ред. проф. А. Д. Швейцера. - Москва : Воениздат, 1972. - 319 с.
6. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка (стилистика декодирования) / И.В. Арнольд. – Л.: Просвещение, 1981. – 295 с.

7. Bargiela-Chiappini F., Nickerson C., Planken B. Business Discourse. Palgrave Macmillan, 2006, 288 p.

**Томилина Валентина Юрьевна** – студент магистратуры; кафедра «Лингвистика и перевод», Лингвистический факультет, Российский государственный социальный университет; Москва, Россия; e-mail: tomilina\_valy@mail.ru

**Тарарина Лариса Игоревна** – доцент; кафедра «Лингвистика и перевод», Лингвистический факультет, Российский государственный социальный университет; Москва, Россия; e-mail: tararinali@rgsu.net

#### **ABBREVIATIONS IN ENGLISH BUSINESS DISCOURSE**

**Abstract.** *This article discusses the concepts of abbreviation and English business discourse, gives examples of abbreviations used in English business discourse. Business discourse includes a set of language material and speech acts, and specialized terminology specific to business discourse is full of complex concepts and terms, which led to the use of all kinds of abbreviations.*

**Key words:** *discourse, business discourse, business communication, abbreviation*

**Valentina Y. Tomilina** – Russian State Social University; Moscow, Russia; e-mail: tomilina\_valy@mail.ru

**Larisa I. Tararina** – Russian State Social University; Moscow, Russia; e-mail: tararinali@rgsu.net

УДК 808.2

**П.Б. Умитбаева**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

#### **Редактирование небуквенных знаков в зарубежных комиксах на русском языке**

**Аннотация.** *Статья посвящена быстро развивающемуся направлению литературы на российском рынке — переводным комиксам. Несмотря на то, что их активное распространение началось ещё в 1990–2000-х, нет обобщающего научного труда об особенностях их редакционно-издательской подготовки. А ведь комиксы сильно отличаются от привычных нам книг, поскольку объединяют в себе вербальную и невербальную составляющие в неразрывную связь. И такая простая, на первый взгляд, тема, как редактирование небуквенных знаков в переводных комиксах, заслуживает отдельного обсуждения, ведь до сих пор нет единой методологии их постановки.*

**Ключевые слова:** *комиксы, переводные комиксы, редактирование комиксов*

Комикс (англ. comics; мн. ч. от comic — комический, смешной) — серия рисунков с кратким текстом, образующих связное повествование [1].

На самом деле не существует единого и точного определения комиксов. Исследователь К. Кайндл считает, что возникшие трудности при попытках дать исчерпывающее определение понятию комикс связаны с многообразием жанров — от

юмористических, приключенческих, научно-фантастических комиксов до ужасов и обучающих комиксов; широтой целевой аудитории, охватывающей самые разные возрастные и социальные категории, а также с множеством форматов публикации (газеты, журналы комиксов, интернет) [2].

В любом случае можно выделить основное отличие комикса от других видов искусства — неразрывная связь изобразительного искусства и литературы, невербального и вербального компонентов. Их взаимодействие обеспечивает целостность и связанность комикса, его коммуникативный эффект [3].

Существует две разновидности креолизации текста: частичная (вербальная часть сравнительно автономна и изобразительные элементы текста оказываются факультативными) и полная (вербальный текст полностью зависит от изобразительного ряда, и само изображение выступает в качестве обязательного элемента текста) [4]. Комикс является текстом с полной креолизацией, так как он характеризуется высокой степенью спаянности обоих элементов, которые воспринимаются как единое целое.

Вербальный компонент комикса включает в себя буквенный текст, который является либо речью персонажей, либо речью автора (включая, титры, заголовки, авторское резюме, комментарии к тексту) [5]. Речь или мысли персонажей находятся в «словесном пузыре», так называемом «филактере» (от фр. *phylactère*, который часто называют *bulle*, *boule*, *ballon*, что в переводе обозначает «шар»). Иногда его также называют «баллон», «облачко», «пузырь», «бэбл». Речь же автора называют «вставка», «врезка» или просто «авторский текст».

Невербальный компонент составляет графику комикса (последовательность рисунков, каждый из которых обрамлён рамкой и образует кадр, по-французски *vignette*) и параграфику, транслирующую фоновую, дополнительную информацию, выступающую в роли субститута буквенного текста и участвующую в создании экспрессивности и эмотивности комикса, а также создающую анимацию графической части [5]. Первое принято называть «фрейм», «кадр», «панель», а второе — «ономатопы», «ономатопеи», «звуки», «звукоподражания».

Комиксы есть во многих странах мира, и развивались они параллельно, образуя отдельную культуру издания этого вида литературы. Хотя сейчас культуры и смешиваются, заимствуя что-то друг у друга, наиболее всего выделяются три: американская, франко-бельгийская и азиатская.

Американская и франко-бельгийская сильно отличаются друг от друга в содержательном плане. Тогда как азиатская кардинально отличается от двух других не только содержанием, а также вербальной структурой. Связано это с тем, что американский и французский язык относятся к одной языковой семье, индоевропейской, (хоть и разным группам, но всё равно эти два языка близки друг к другу). Азиатские же языки относятся совсем к другим семьям: китайский — китайско-тибетские языки, а корейский и японский — это отдельные языки Дальнего Востока, не входящие ни в какие группы и семьи. Также в английском и французском языках используются буквы, а в китайском и японском — иероглифы (отличается тут корейский язык, который также задействует буквы, складывающиеся в слоги). Ну и наконец, это две абсолютно разные культуры.



Конструкция книги сильнее всего отличается в манге (японском комиксе). Там принято читать книги справа налево, а текст расположен столбцами, которые также надо читать справа налево и сверху вниз. Раньше в китайском языке тоже было распространено вертикальное чтение, но сейчас в основном они используют упрощённую систему, которая подражает европейской (то есть чтение слева направо).

Также следует отметить новый вид комикса, который появился благодаря распространению интернета — веб-комикс. Чаще всего они публикуются в виде «стрипов», длинных вертикальных полос текста, представляющих в большинстве случаев законченную главу. Ещё одно отличие этого вида комиксов для азиатских стран — изображения цветные, а не чёрно-белые, как было принято в бумажном варианте (для Америки и Европы это менее актуально, ведь там комиксы и так почти всегда были цветными).

Опыт публикации переводных изданий комиксов имел место и в советский период, но массовое их издание мы можем наблюдать с 1990-х годов [6]. Сначала комиксы считались исключительно детской литературой, выпускались в журналах на аудиторию до 14 лет. К концу 2000-х же эта ситуация изменилась. Начали появляться клубы поклонников американских и японских комиксов, развивался сканлейт (любительский и нелегальный перевод), средний возраст поклонников этого вида литературы изменился — ими стали люди 15–20 лет. Сейчас же можно сказать, что благодаря многообразию жанров и каналов распространения комиксами интересуются разные слои населения. Нишу переводного комикса успешно занимают как специализированные, так и универсальные издательства, а также процветает сканлейт.

Стоит отметить, что специализированных исследований комиксов не так много, как ожидалось при возрастающей популярности этого вида литературы. Комиксы сильно отличаются от привычных российскому читателю книг и подхода требуют соответствующего. Однако же редактирование переводных комиксов лишь отчасти затрагивается в литературе для переводчиков, отдельных научных трудов нет вовсе.

Именно этому и посвящено наше исследование. Мы разберём редактирование небуквенных знаков, орфографических и пунктуационных. На первый взгляд, довольно простая тема, но тем не менее в комиксах часто можно заметить, что единой методологии их постановки нет.

Для исследования были случайным образом отобраны и проанализированы зарубежные комиксы на русском языке, официальные издания в бумажном варианте и неофициальные в электронном (сканлейт). И нами было выделено несколько проблемных мест, с которыми сталкиваются переводчики и редакторы обоих видов изданий.

Сначала обсудим постановку дефисов (-) — небуквенных орфографических знаков, которые используются как знаки переноса или соединительные черты между словами. В первом случае употребления можно выделить лишь одну проблему: так как из-за особенностей языка в манге баллоны удлиняются вертикально, а не горизонтально, то слова приходится переносить много раз (иногда одно слово переносят более трёх раз). Это бросается в глаза и портит эстетическую привлекательность текста, но исправить можно только заменой на более короткие слова, что не всегда возможно.

Второй же вариант употребления дефиса, как соединительной черты, несколько сложнее. Речь в первую очередь идёт о словах с протянутыми гласными или о таких ономатопах, как «ха-ха», «м-м-м» и пр. Как известно, они встречаются внутри и вне баллонов. В издательской практике есть разные варианты их оформления: без дефисов везде; с дефисами везде; внутри баллонов с дефисами, а вне без них (вариант наоборот найден не был). Согласно словарю Розенталя, сложные междометия и звукоподражательные слова пишутся через дефис [7]. Однако вопрос на этом не закрыт, ведь ономатопы встречаются и вне баллонов, где на них влияют не только правила языка, но и эстетическая привлекательность. В оригиналах комиксов обычно нет дефисов, ко всему прочему они удлинняют звуки и портят картинку. Ономатопы на фреймах — в первую очередь часть рисунка. Поэтому можно вывести следующее правило: звукоподражания внутри баллонов всегда пишутся через дефис, вне их — на усмотрение переводчика и редактора.

При обсуждении ономатопов следует затронуть и тему постановки знаков препинания в их конце. Здесь издатели чуть более солидарны друг с другом: точка в конце не нужна, но допустимы восклицательный, вопросительный знак и многоточие, хотя злоупотреблять ими не стоит.

Далее следует отметить такую особенность комиксов, что знаки препинания могут быть использованы отдельно от слов (внутри баллонов всё предложение может состоять только из них или знаки изображены на самом фрейме). Таким образом обозначается эмоция персонажа, например удивление, немой вопрос, замешательство, стеснение и пр.

Частая проблема при переводе в том, что знаки препинания в зарубежных языках достаточно сильно отличаются от наших, но в таких одиночных случаях их постановки переводчики просто ничего не меняют. Можно предположить, что сделано это не столько по незнанию, сколько ради экономии трудозатрат. Ведь чтобы внести новый текст, лист необходимо сначала почистить от прошлых символов, а затем напечатать новые.

Такое поведение некорректно по двум причинам. Во-первых, перевод произведения предполагает полноценную его адаптацию во всех аспектах. Во-вторых, очень ограниченное количество гарнитур идентично на разных языках. Поэтому внимательные читатели с лёгкостью заметят, что основной текст и вот такие «не переведённые» знаки препинания отличаются по начертанию. Обсудим каждый случай отдельно.

Один из таких знаков — многоточие. После слов оно ставится для обозначения незаконченности высказывания, для указания на перерывы в речи, неожиданный переход от одной мысли к другой. А отточие в начале текста указывает, что продолжается прерванное какой-нибудь вставкой повествование или что между событиями прошло много времени [7]. В русском языке принято ставить троеточие (...), большее или меньшее количество точек недопустимо. В комиксах же часто можно встретить, что это количество значительно превышает. Также есть проблема и со вторым вариантом употребления этого знака: троеточие в начале предложения означает не только продолжение высказывания, но и неуверенность. Эту же эмоцию легко можно передать, если переставить многоточие в конец предложения, не нарушив при этом правил языка. Ещё есть соединённые баллоны (по форме два отдельных, но соединяются в одном месте), вторая часть в них, если предложение разорвано пополам, часто начинается с троеточия, что является излишним. Они в принципе

не обязательны при разрыве предложения, если те находятся на одной странице. Ведь в комиксах не менее важно максимально сократить предложение, чтобы оно поместилось в необходимый баллон.

Обсудим также восклицательные и вопросительные знаки. Следует помнить варианты их сочетаемости между собой и с другими знаками: «?», «!», «?!», «?..», «!..», «!!!», «???». Другие варианты и количество не приветствуются в русском языке, но тем не менее мы часто можем встретить в переводных комиксах и другие сочетания. Например, часто встречается троеточие с последующим вопросительным или восклицательным знаком («...?!»), что делать недопустимо.

Есть ещё интересные знаки, которые используются для выражения эмоций исключительно в комиксах (мы не берём в расчёт письменную разговорную речь). Это тильда (~), она передаёт спектр положительных эмоций. В русском языке её в принципе не используют, поэтому лучше при переводе заменять восклицательным знаком, многоточием или вообще оставлять без всего. Также часто в конце предложений используются сердечки, звёздочки, упрощённые смайлики (^). Все эти знаки непривычны для письменной речи, но в отдельных случаях их можно использовать, если другими средствами эмоцию не передать.

Отдельно отметим необычное использование у точки с запятой (;). В корейских комиксах (манхве) можно встретить в конце предложения сочетание «;.....» и пр. Такие знаки призваны выражать недоумение, но их использование непривычно для российского читателя и легко заменяется обычным троеточием.

Обсудим ещё одно утверждение — практически все баллоны должны иметь в конце какой-то знак. Обычно в баллоне находится законченное предложение, что само по себе должно означать постановку точки или другого знака. Мы уже обсудили варианты, когда это правило возможно нарушить, но тут хочется обратить внимание на то, что встречаются комиксы, в которых в принципе отсутствуют точки. Возможно, это тоже сделано в целях эстетики или экономии места, но всё же не стоит забывать о базовых правилах русского языка.

Ещё один важный закон — знаки в конце страницы. Тут исключений быть не может и для баллонов, в которых предложение разорвано на части. Даже если в оригинале нет знака препинания в конце, можно добавить многоточие, тем самым показывая, что оно продолжится далее.

Следует оговориться, что иногда на странице есть фразы персонажей, которые не заключены в баллоны, но и не являются полноценно частью рисунка. В издательской практике к ним также нет единого отношения, потому что не понятно, за что именно их считать. Если разбирать постановку дефисов в ономатопах, то с одной стороны, это речь персонажей, поэтому дефис нужен, но с другой стороны, речь не заключена в баллон, набирается мелким кеглем, ещё более ограничена в пространстве, поэтому дополнительные знаки могут быть излишни. Такие же вопросы к точке, ведь после звуков она не ставится, а после речи должна. В этом случае мы пока что можем только отметить обнаруженную проблему и посоветовать смотреть по конкретному случаю употребления.

Как видно из вышесказанного, проблем в постановке небуквенных знаков в переводных комиксах достаточно много (некоторые из них касаются и оригинальных

российских комиксов). Можно задаться вопросом, почему в обычных книгах нет подобных проблем? Одну из возможных причин мы уже отметили: нежелание тратить лишнее время и силы на клининг и тайпинг. Ещё одна причина: желание идентично передать эмоции героя, даже в ущерб правилам языка. И последняя: отсутствие обучающих материалов для редакторов и переводчиков в этой узкоспециализированной сфере.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Сухоруков К.М. КОМИКС. Большая российская энциклопедия. Том 14. Москва, 2009. С. 628.
2. Kaindl K. Comics in translation. Handbook of Translation Studies online. URL: <https://benjamins.com/online/hts/articles/comi1> (дата обращения: 12.12.2020).
3. Резникова А.И. Структурные и лингвистические особенности французского комикса как креолизованного текста. Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 11-1 (29). С. 165–168.
4. Валгина Н.С. Теория текста: учеб. пособие. М.: Логос, 2003. 173 с.
5. Козлов Е.В. Комикс как явление лингвокультуры: знак – текст – миф. Волгоград: ВолГУ, 2002. 183 с.
6. Кунин А.И. Переводные издания комиксов в России (1990–2000-е гг.). Макушинские чтения. 2015. № 10. С. 153–156.
7. Розенталь Д.Э., Джанджакова Е.В., Кабанова Н.П. Справочник по русскому языку: Правописание, произношение, литературное редактирование. М.: Айрис-Пресс, 2016. 496 с.

**Умитбаева Полина Борисовна** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, направление подготовки «Издательское дело»; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [poletochka@gmail.com](mailto:poletochka@gmail.com)

#### **EDITING OF NON-LETTER SYMBOLS IN TRANSLATED COMICS IN RUSSIAN**

**Abstract.** *The article focuses on the rapidly developing direction of literature on the Russian market — translated comics. Despite the fact that their active distribution began back in the 1990–2000s, there is no generalizing scientific work about the features of their editing and publication. But comics are very different from the books we are used to, since they combine verbal and non-verbal components into an inextricable link. And the editing of non-letter symbols in translated comics deserves a separate discussion, because there is still no single methodology for arranging them.*

**Key words:** *comics, translated comics, comic editing*

**Polina Bor. Umitbaeva** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: [poletochka@gmail.com](mailto:poletochka@gmail.com)

### **К вопросу активизации процесса формирования иноязычной коммуникативной компетенции**

**Аннотация.** *Статья посвящена изучению сущностных характеристик иноязычной коммуникативной компетенции. Предложена модель формирования иноязычной коммуникативной компетенции студентов-иностранцев с использованием информационно-коммуникационных технологий. Дается характеристика наиболее перспективных ИКТ ресурсов с точки зрения формирования базовых компонентов иноязычной коммуникативной компетенции: лингвистической, речевой и социокультурной.*

**Ключевые слова:** *иноязычная коммуникативная компетенция, русский как иностранный, информационно-коммуникационные технологии*

В XXI веке обучение русскому языку как иностранному является как никогда актуальным, так как все больше иностранных студентов получают образование в России. Перед иностранными студентами стоит непростая задача овладеть русским языком на уровне, достаточном для того, чтобы вступать в продуктивную коммуникацию в различных социально-бытовых и официально-деловых ситуациях. Таким образом, необходимой предпосылкой успешной социальной адаптации становится овладение иностранными студентами иноязычной коммуникативной компетенцией в ходе изучения русского как иностранного. Данные положения определяют необходимость активизации и интенсификации традиционного учебного процесса по русскому как иностранному с целью повышения качества образования.

Данное исследование ставит перед собой целью, во-первых, рассмотреть сущностные характеристики иноязычной коммуникативной компетенции, во-вторых, изучить учебно-методические ресурсы и приемы, которые могут быть использованы в иноязычном образовательном процессе по русскому как иностранному с целью активизации формирования иноязычной коммуникативной компетенции иностранных учащихся.

Впервые в научной литературе термин «коммуникативная компетенция» был использован Д. Хаймсом, который определяет ее «как способности, позволяющие быть участником речевой деятельности». Интересно, что уже на тот момент Д. Хаймс особо подчеркивал, что для эффективной коммуникации недостаточно владения лексическим и грамматическим материалом, особую важность представляют социальные условия употребления языковых (лингвистических) знаний [1, с.59].

Весомый вклад в изучение иноязычной коммуникативной компетенции (ИКК) внесли исследования М. Кэналя и М. Свейна, которые пришли к выводу, что в ее основе лежит совокупность знаний и навыков, необходимых для участия в коммуникации. При этом ученые отмечали, что владение лингвистическим знанием является необходимой предпосылкой для формирования речевых умений и участия в речевой деятельности [2, с.49].

В отечественной науке термин «коммуникативная компетенция» был предложен М.Н. Вятютневым, который определял ее «как выбор и реализацию программ речевого поведения в зависимости от способности человека ориентироваться в той или иной обстановке общения; умение классифицировать ситуации в зависимости от темы, задач, коммуникативных установок, возникающих у учеников до беседы, а также во время беседы в процессе взаимной адаптации» [3, с.39].

Отметим, что в исследованиях отечественных и зарубежных ученых ИКК чаще всего трактуется следующим образом (Бим И.Л., Вятюнев М.Н., Зимняя И.А., Мильруд Р.П., Сафонова В.В., Соловова Е.Н. и др.):

1. это способность и готовность к продуктивному иноязычному общению с носителями языка, основанная на необходимых лингвистических, речевых, социокультурных и т.п. знаниях, умениях и навыках [4, с.13];

2. владение сформированными речевыми навыками и умениями, необходимыми для продуктивного участия в различных культурно опосредованных коммуникативных ситуациях [5, с.6];

3. способность и готовность к продуктивной коммуникации, базисом которой являются сформированные на достаточном уровне навыки и умения в ходе специально организованного обучения при отсутствии языковой среды. Последнее представляется достаточно важным с методической точки зрения [6, с.55].

Компонентный состав иноязычной коммуникативной компетенции также рассматривается по-разному в исследованиях различных ученых.

Представим некоторые точки зрения, наиболее значимые для данного исследования, в Таблице 1.

Таблица 1. Компонентный состав иноязычной коммуникативной компетенции

<b>Исследователь</b>	<b>Компоненты</b>
И.Л. Бим	языковая компетенция; тематическая компетенция; социокультурная компетенция; компенсаторная компетенция [7, с.87].
В.В. Сафонова	языковая компетенция; речевая компетенция; социокультурная компетенция [8, с.115].
документы ЮНЕСКО и Совета Европы	грамматическая/формальная/лингвистическая компетенция; социолингвистическая компетенция; дискурсивная; социокультурная компетенция [9, с.92].
Р.П. Мильруд	грамматическая, прагматическая, стратегическая и социокультурная компетенции [1, с.64]

Проанализировав сущностные характеристики ИКК, мы пришли к выводу, что для ее успешного формирования у учащихся в процессе обучения русскому как иностранному необходимо наличие комплекса лингвистических знаний, систематическая активизация умений в четырех видах речевой деятельности, а также систематическая работа с социокультурной и страноведческой информацией.

В связи с этим основными базисными компонентами иноязычной коммуникативной компетенции будем рассматривать языковую, речевую и социокультурную компетенции. Указанные компетенции, по нашему мнению, являются тем самым «строительным материалом», позволяющим осуществлять продуктивную иноязычную коммуникацию.

Таким образом, в рамках данного исследования сфокусируемся на совершенствовании вышеуказанных компонентов с целью активизации процесса формирования иноязычной коммуникативной компетенции иностранных студентов в целом.

Для достижения заявленной цели считаем возможным использование современных информационно-коммуникационных технологий в учебном процессе по русскому как иностранному. Возможности ИКТ для формирования коммуникативной компетенции обширны: гибкость, индивидуализация и интерактивность учебного процесса, «избыточность» учебных ресурсов, создание положительных мотивационных установок учащихся, субъектная деятельностная позиция всех участников учебного процесса и т.д. [10, с.118].

В ходе данного исследования нами была разработана модель формирования иноязычной коммуникативной компетенции студентов иностранцев с использованием средств ИКТ (Рис.1.).

Активизация и интенсификация процесса формирования иноязычной коммуникативной компетенции студентов происходит в том числе благодаря систематичному и методически целесообразному использованию средств информационных-коммуникационных технологий в учебном процессе.

#### *1. Языковая/лингвистическая компетенция.*

Традиционно в ходе первичной тренировки и отработки нового языкового материала значительное время отводится на языковые и условно-речевые упражнения, не являющиеся коммуникативными по своей природе и воспринимающиеся учащимися как достаточно неинтересные. Сущность данного этапа хорошо передает термин «дриллинг» от английского «to drill» (тренировка, зубрежка). В данном случае для повышения уровня вовлеченности учащихся в учебный процесс представляется возможным использовать такие веб-приложения, как <https://wordwall.net/>, <https://learningapps.org/>, <https://www.liveworksheets.com/>, позволяющие создавать интерактивные и печатные учебные материалы, и игры.

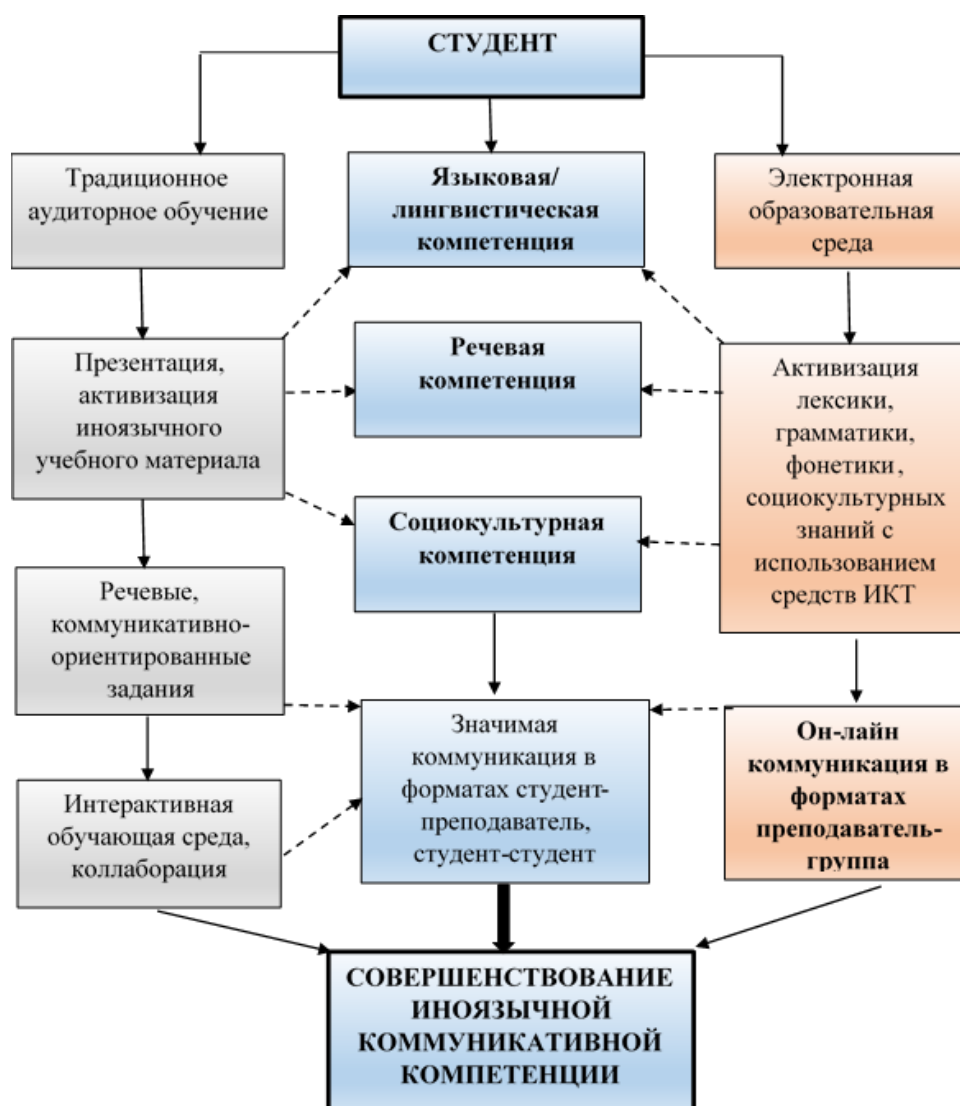


Рисунок 1. Модель формирования иноязычной коммуникативной компетенции

### 2. Речевая компетенция.

Традиционно работе с четырьмя видами речевой деятельности (говорение, письмо, чтение, аудирование) уделяется основная часть урока иностранного языка. Однако в условиях отсутствия языковой среды, ограниченного количества часов, выделяемых на дисциплину «Иностранный язык», и т.д. аудиторной работы может оказаться недостаточно. Для организации значимой онлайн коммуникации как логического продолжения традиционных занятий можно предложить использование таких инновационных ресурсов, как веб-порталы виртуальной реальности <https://hubs.mozilla.com/> или видео-чат комнаты <https://spatial.chat/>. Данные ресурсы представляют собой инструмент для общения и совместной приватной работы, позволяющий вам общаться с людьми и привлекать ресурсы из Интернета для ваших встреч и виртуальных мероприятий.

### 3. Социокультурная компетенция.

Развитие социокультурной компетенции напрямую зависит от усвоения учащимися знаний социокультурного характера. Для активизации данного процесса в ходе обучения русскому как иностранному наиболее интересными нам представляются следующие веб-ресурсы. <https://ls.pushkininstitute.ru/> - Лингвострановедческий словарь Россия,



представляющий собой коллекцию интерактивных ресурсов (тексты, аудио, видео, методические ресурсы) социокультурного и страноведческого характера, целью которых является формирование культуроведческих знаний у изучающих русский язык. При работе со страноведческой информацией можно порекомендовать ресурс <https://100places.style.rbc.ru/> - интерактивный гид по России. На проекте можно смотреть фотографии, работать с небольшими текстами страноведческого характера, сохранять в избранном любимые места или добавлять новые.

Таким образом, использование информационно-коммуникационных технологий в ходе традиционного аудиторного обучения и за его пределами позволяет активизировать иноязычный учебный процесс, сформировать положительные мотивационные установки учащихся, целенаправленно работать с языковым, речевым и социолингвистическим компонентами иноязычной коммуникативной компетенции, что положительным образом сказывается на уровне владения русским языком у иностранных учащихся.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Гез Н.И., Фролова Г.М. История зарубежной методики преподавания иностранных языков. - М.: Академия, 2008. - 256 с.
2. Canale M. Theoretical bases of communicative approaches to second language teaching and testing/ Applied Linguistics. – 1980. – № 1. – P. 47–54.
3. Вятютнев М.Н. Коммуникативная направленность обучения русскому языку в зарубежных школах/ Русский язык за рубежом. - 1977. - № 6. - С. 38-45.
4. Зимняя И.А. Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании. - М.: Исследоват. центр проблем качества подгот. специалистов, 2004. - 40 с.
5. Дэвидсон Д., Митрофанова О.Д. Функционирование русского языка: метод. аспект: пленар. докл. Русский язык и литература в общении народов мира: проблемы функционирования и преподавания. - М.: Русский язык, 1990. - 27 с.
6. Изаренков Д.И. Базисные составляющие коммуникативной компетенции и их формирование на продвинутом этапе обучения студентов-нефилологов/ Русский язык за рубежом. - 1990. - №4. - С. 54-60.
7. Методика обучения иностранным языкам в средней школе: учебник / под ред. Н. И. Гез, М.В. Ляховицкого. - М.: Высшая школа, 1982. - 373 с.
8. Сафонова В.В. Коммуникативная компетенция: современные подходы к многоуровневому описанию в методических целях /В.В. Сафонова. - М.: Еврошкола, 2004. - 236 с.
9. Общевропейские компетенции владения иностранным языком: Изучение, преподавание, оценка. Департамент современных языков. - Страсбург, 2001. - 256 с.
10. Нигай Л.С. Использование ИКТ для формирования коммуникативной компетентности на уроках английского языка / Педагогическое мастерство: материалы III Междунар. науч. конф.— М.: Буки-Веди, 2013. — С. 117-119.

**Уткина Надежда Михайловна** – студент магистратуры; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: nmmkarimova@gmail.com

**Алиева Жаля Эльшад Кызы** – студент магистратуры; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: alieva.zhe@edu.spbstu.ru

**Белякова Юлия Андреевна** – студент магистратуры; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: yusingular@gmail.com

**Крылова Елена Александровна** – доцент; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: shalena@yandex.ru

### **ON THE ISSUE OF ACTIVATING THE PROCESS OF FORMING A FOREIGN LANGUAGE COMMUNICATIVE COMPETENCE**

**Abstract.** *The article studies the essential characteristics of a foreign language communicative competence. A model of the formation of a foreign language communicative competence based on the systematic use of information and communication technologies is proposed. The study describes the most promising ICT resources in terms of the formation of the basic components of a foreign language communicative competence: linguistic, speech and socio-cultural.*

**Key words:** *foreign language communicative competence, Russian as a foreign language, information and communication technologies*

**Nadezda M. Utkina** - Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: nmmkarimova@gmail.com

**Jale Aliyeva** - Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint-Petersburg, Russia; e-mail: alieva.zhe@edu.spbstu.ru

**Yulia And. Belyakova** - Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: yusingular@gmail.com

**Elena Aleksand. Krylova** – Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg; e-mail: shalena@yandex.ru

УДК 81'373.47

**А.Д. Федорова, А.В. Дмитриев**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Роль архаичной лексики в британском сериале «Аббатство Даунтон»**

**Аннотация.** *Данная статья посвящена анализу исторического британского сериала «Аббатство Даунтон» на наличие архаичной лексики и ее роли в данной кинокартине. В работе рассматривается содержание основных понятий темпорально-маркированной лексики: архаизмы и историзмы. В данной статье были подробно рассмотрены и*

исследованы примеры устаревшей лексики, а также ее роль и функции в вышеуказанном телесериале.

**Ключевые слова:** историзмы, архаизмы, устаревшая лексика, темпорально-маркированная лексика, эмоционально-экспрессивная функция

Язык любого народа с течением времени подвержен различным изменениям, и на его развитие оказывают влияние как исторические события, так и экономика, медицина, Интернет, новые технологии и другие факторы. Лексический состав постоянно увеличивается не только количественно, но и качественно за счет появления новых значений у старых слов, переосмысления отношений между старыми и новыми значениями.

Таким образом, объектом анализа в данной работе является устаревшая лексика (а именно архаизмы и историзмы), а предметом – особенности использования архаичной лексики в сериале «Аббатство Даунтон» (“Downton Abbey”).

Актуальность состоит в возможности исследовать устаревшую лексику как средство передачи специфики реалий жизни в британском историческом сериале. Целью данной статьи является изучение специфики использования историзмов и архаизмов в целом и на конкретном примере сериала «Аббатство Даунтон». В качестве основных методов используются семантико-описательный и аналитико-контекстологический методы, что обусловлено природой изучаемого явления – устаревшей лексики.

Процесс устаревания и обновления лексических единиц связан с понятием архаизмов и неологизмов, которые рассматриваются как определенный пласт лексического состава языка [1]. Данные термины связаны с *темпорально-маркированной лексикой* – лексикой, хронологически соотнесенной с определенным историческим периодом в развитии общества. В семантической структуре таких темпорально-маркированных слов хронологическая (или временная) соотнесенность выражается в наличии дополнительной семы, несущей отпечаток принадлежности данной лексической единицы к определенной исторической эпохе, что ощущается носителями языка и автоматически учитывается ими при употреблении архаизмов и неологизмов в речи [2].

*Архаизмы* – это слова, которые были когда-то в употреблении, однако с течением времени их вытеснили синонимы. Примерами могут послужить такие слова, как *beauteous* (*beautiful*), *billow* (*a large sea wave*), местоименные формы (*thou, thee, thy, thine, thyself*), *pray* (в значении «пожалуйста»; *a preface to polite requests or instructions*) и другие. Помимо этого, к архаичной лексике относятся *историзмы* – слова, которые «сходят со сцены» в силу экстралингвистических причин [3, с.73]. Причина превращения слов в историзмы кроется в исчезновении реалий, которые они обозначают. Они служат для называния социальных отношений, различных государственных институтов, многочисленных объектов материальной культуры прошлого. Например: “*visor*” (забрало), “*brougham*” (одноместная карета), “*galley*” (галера) и другие.

Архаичная лексика важна, поскольку ее продолжают активно использовать в определенных областях, особенно в юридических документах и религиозных писаниях – наиболее консервативных и традиционных сферах деятельности нашего мира. Однако архаизмы также могут использоваться в любое время в устной или письменной речи, чтобы

создать атмосферу древности, а также придать своему языку ощущение официальности, торжественности или религиозного авторитета, выполняя при этом эмоционально-экспрессивную функцию [4].

В кинематографе архаизмы, в основном, используются с той же целью, что и в исторических романах. Их основной функцией является достижение подлинности за счет имитации языка прошлой эпохи.

В сериале «Аббатство Даунтон» воссоздана атмосфера Англии начала XX столетия. Гибель наследника на «Титанике», Первая мировая война, эпидемия гриппа, появление в замке телефона и электричества. Поскольку история разворачивается в эдвардианскую эпоху, диалоги характеризуются архаичной лексикой и идиомами; кроме того, они отражают региональные и социальные различия [5].

Лексическая составляющая кинокартины содержит в себе, в первую очередь, немалое количество историзмов, характерных для данного периода. Например, гостиная только для высших слоев общества называется “*drawing room*”, а подсобное помещение в богатых домах Англии – это “*blue room*”. Помимо этого, используется особенная лексика для должностей, титулов и профессий, которые в настоящее время редко или практически невозможно услышать. Например, “*valet*” – камердинер Джон Бэйтс, слуга при господине в богатом доме, который следит за гардеробом и вещами хозяина, помогает одеваться и выполнять гигиенические процедуры и выполняет личные поручения, и “*butler*” – главный слуга мужского пола, который отвечает за других работников, принимает гостей, руководит подачей блюд и выполняет различные персональные услуги [5].

В первой серии встречается историзм “*hobbledehoy*” – «неопытная молодежь», старое слово, возникшее в XVI веке. Первая часть слова -*hobble* относится к значению «гоблин, эльф», а вторая -*dehoy* может происходить из среднего французского языка *de haye*, «беспольный, дикий». Слуга Карсон утверждает, что у него нет времени на глупую молодежь: “*Miss O'Brien, we are about to host a society wedding. I have no time for training young hobbledehoys*”.

Еще одним ярким примером служит неоднократное использование слова “*dole*”. Это британский термин, относящийся к «распределению правительством пособий по безработице», а также к «части денег, продуктов питания или других предметов, распространяемых в благотворительных целях». Слово происходит от среднеанглийского слова *dol* – «часть, доля». В начале второго сезона Вайолет говорит: “*You cannot imagine we would allow you to prevent [William's marriage from] happening in case his widow claimed her dole?*” [6].

Кроме историзмов в сценарии употребляется преимущественное количество архаизмов и архаичных фраз (особенно фразеологических единиц), выполняющих стилистическую функцию. Так, в шестой серии Роберт утверждает: “*Did you hear Tom's announcement at breakfast? He wants the child to be a left-footer*”. *Left-footer* – католик, слово, которое вероятно происходит из убеждения, что «на севере Ирландии католические работники фермы используют левую ногу, чтобы проталкивать лопату, когда копают, а протестанты - правую» [7].

Во второй серии Дейзи говорит Мозли о О'Брайен: "I wouldn't *be in her bad books* for a gold clock". Фразеологическая единица "*In someone's bad books*" имеет значение «быть опозоренным, быть в немилости». Согласно данным Оксфордского словаря данная лексическая единица возникла около 1861 года [7]. Фразеологизм "*Be in someone's good books*", соответственно, означает «находится в почете» и возник примерно в 1839 году в одном из известных романов Чарльза Диккенса «Николас Никльби». В той же серии Дейзи заявляет: "*You're in the soup*". Архаичный фразеологизм "*in the soup*" означает «находиться в затруднительном положении, испытывать трудности», и возник примерно в 1889 году [8].

В шестой серии Роберт использует не совсем привычное современным зрителям выражение: "I'm very much afraid to say he was a bit *squiffy*, weren't you, Alfred?" Архаизм "*squiffy*" – «пьяный, в состоянии алкогольного опьянения» появился в середине XIX века.

Большинство архаичных выражений выполняет номинально-стилистическую функцию, что позволяет передать колорит исторической эпохи начала XVIII-XIX столетия: подчеркивают жизнь высшего общества в усадьбе и создают для зрителя четкое представление об этом времени. Свое отражение в сериале нашли такие исторические события, как крушение «Титаника», начало Первой мировой войны и пандемия испанского гриппа, Война за независимость Ирландии и формирование Ирландского Свободного государства, скандал с Типот-Доум, британские всеобщие выборы 1923 года, Амритсарская бойня и Пивной путч. Сериал также затрагивает такие аспекты, как технический прогресс (появление в быту электричества, телефонов, автомобилей), эмансипацию женщин и другие темы [5].

Помимо этого, в сериале также присутствует косвенное отображение особенностей иностранной речи, при котором в речь мелкими вкраплениями попадают слова из другого языка. В данном случае, этим языком является французский. В сериале неоднократно появлялось французское обращение "*taman*". Герцог Краубор, отвечая Томасу, частично использовал французскую лексику: "No, - I'm terribly flattered to be dining *en famille*" («Нет, я крайне польщен вашим приглашением на ужин») [9]. Подобные вкрапления в речи английской высшей знати показывает популярность и влияние французского на культуру и развитие английского языка.

*Результаты исследования.* Таким образом, можно выделить следующие стилистические функции указанных архаизмов и историзмов:

1. Отражение языкового стиля эпохи;
2. Отображение языковых особенностей конкретного социального ранга (высшее и низшее общество);
3. Стилизация – воссоздание живого разговорного языка.

Было установлено, что роль устаревшей лексики в данном телесериале заключается в том, что архаизмы служат средством стилизации (языковой стиль эпохи; отражение языковых особенностей социальной стратификации; воссоздание живого разговорного языка), а историзмы выполняют, главным образом, номинативную функцию, так как зачастую трудно или невозможно иначе определить описываемое явление, предмет или ощущение.

Подводя итоги исследования особенностей употребления устаревшей лексики в данном сериале, следует отметить, что языковой основой является живой язык в его постоянном развитии. В канву сценария умело вплетены просторечные слова, архаические формы, историзмы, передающие колорит эпохи с 1912 по 1924 год.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка. – М.: Высшая школа, 1986. - 300 с.
2. Бондарь Р.А. Культурно-маркированная лексика в сериале «Аббатство Даунтон»: способы переводы. – 2017. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30574349&> – (дата обращения: 11.02.2021).
3. Варламова В.Н. Английский язык. Лексикология. 2012. – 73 с.
4. Аракин В.Д. История английского языка. – М: Физматлит, 2003. – 272 с.
5. Sandrelli Annalisa. Downton Abbey in Italian: Not Quite the Same. – 2016. URL: <https://statusquaestionis.uniroma1.it/index.php/statusquaestionis/article/view/13836> – (дата обращения: 22.02.2021).
6. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> – (дата обращения: 25.02.2021).
7. Калигина Ю.О. Особенности английской фразеологии на примере британского сериала "Downtown Abbey" – 2019. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41537862> – (дата обращения: 15.02.2021).
8. Oxford Learner's Dictionary. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> – (дата обращения: 25.02.2021).
9. Tung Angela. 11 Phrases from Downton Abbey to Bolster Your Vocabulary. - 2013. - URL: <https://www.mentalfloss.com/article/48962/11-words-and-phrases-downton-abbey-season-three> – (дата обращения: 22.02.2021).

**Федорова Александра Дмитриевна** — студент бакалавриата; Высшая школа инженерной психологии, педагогики и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [fedorova2.ad@edu.spbstu.ru](mailto:fedorova2.ad@edu.spbstu.ru)

**Дмитриев Александр Владиславович** — доцент; Высшая школа инженерной психологии, педагогики и прикладной лингвистики, Санкт Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [dmitriev\\_av@spbstu.ru](mailto:dmitriev_av@spbstu.ru)

#### **THE ROLE OF ARCHAIC VOCABULARY IN THE BRITISH TV SERIES "DOWNTON ABBEY"**

**Abstract.** *The article is devoted to the analysis of the historical British TV series "Downton Abbey" for the presence of archaic vocabulary and its role in this project. This research includes the content of the basic concepts of temporally marked vocabulary: archaisms and historicisms. This article has detailed and explored examples of obsolete vocabulary as well as its role and function in the above TV series.*

**Key words:** *historicisms, archaisms, archaic vocabulary, temporally marked vocabulary, emotionally expressive function*

**Aleksandra D. Fedorova** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: fedorova2.ad@edu.spbstu.ru

**Aleksander V. Dmitriev** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia; e-mail: dmitriev\_av@spbstu.ru

УДК 82-1/-9

**М.А. Филиппова, Н.В. Анисина, А.Д. Волошинова**  
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Руководство по фирменному стилю как инструктирующий тип текста**

**Аннотация.** *Статья посвящена рассмотрению руководств по фирменному стилю в контексте их принадлежности к наджанру инструкции. Вопрос типологической характеристики руководств остается малоизученным по сей день: серьезных книг и публикаций по тематике бизнес-идентификации крайне мало, а регламента для руководства по фирменному стилю не существует вовсе. Отсюда назревшая необходимость изучения этого вопроса, решение которого могло бы послужить стимулом для выработки более четкой систематизации текстов с инструктивным способом изложения.*

**Ключевые слова:** *руководства по фирменному стилю, инструкция как наджанр, инструктивный способ изложения*

Нынешние реалии, при которых вопросы выживания в конкурентной среде выходят на первый план, требуют от компаний не разовых действий, а систематической работы по управлению своей репутацией. Для этого существуют специальные регламенты (в частности, руководства по фирменному стилю), которые позволяют транслировать в массы уникальную миссию бренда и обеспечивать устойчивый рост его узнаваемости.

Несмотря на наличие нескольких крупных исследований по данной теме (например, [1]), публикаций в прессе и Интернете, раскрывающих художественные и технические приемы создания эффективной фирменной символики, в литературе сравнительно мало внимания уделено трем важным теоретическим вопросам.

Во-первых, в различных источниках по-разному трактуется само понятие руководства по фирменному стилю, тогда как в научном исследовании, как известно, необходимо придерживаться единой терминологии.

Во-вторых, к настоящему времени в научных публикациях не встречается упоминания о требованиях к построению руководства по фирменному стилю. Определенная форма представления результатов проектирования фирменного стиля сложилась исключительно из видения профессионалов, однако не получила своего теоретического оформления.

В-третьих, по-прежнему актуальным остается вопрос отнесения руководства по фирменному стилю к определенному типу текста. Целью данной работы является определение его как жанра, обладающего инструктивным способом изложения. В работе

применяются методы анализа научной литературы, статистической обработки информации и контент-анализа.

Согласно общему пониманию, инструкцией называется документ, *«содержащий или порядок монтажа и использования какого-либо прибора, или перечень профессиональных (должностных) предписаний, или же набор правил общественного поведения»* [2, с. 8]. Очевидно, что такое определение не отражает всего многообразия директивных речевых жанров. По мнению О.В. Хорохординой, кроме речевых произведений, названных словом «инструкция», в качестве инструкций могут рассматриваться руководство, предписание, рекомендация, указание, правило, режим, распоряжение [2, с. 8]. Данные тексты, помимо типовой интенции (научить, как действовать), содержания и композиции, объединяет также наличие типовых средств языкового выражения, которые отличаются друг от друга степенью проявления директивной тональности.

Далее в работе мы рассмотрим, с помощью каких конструкций в текстах руководств по фирменному стилю выражается категория долженствования, утверждающая необходимость выполнения каких-либо операций. В качестве материала для анализа были выбраны тексты руководств по фирменному стилю крупнейших политехнических университетов России, а именно: Московского политехнического университета [3], Ивановского государственного политехнического университета [4], Самарского государственного технического университета [5], Томского политехнического университета [6] и Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого [7].

Из таблицы 1 видно, что все анализируемые нами тексты отличает директивная тональность, которая базируется на использовании модальных слов и выражений (*необходимо, (не)допустимо, можно, нельзя* и т.д.), а также форм настоящего или будущего времени глагола в страдательном залоге (в таблице 1 такие конструкции обозначены термином «пассив»): *«Дополнительные цвета используются по необходимости»* [3]. Однако в данном случае предписывающий характер этих инструкций ограничен *«информативной нацеленностью текста»* [2, с. 9]. Императивные и инфинитивные конструкции, которые, в свою очередь, отличаются наибольшей степенью директивности, встречаются здесь намного реже, что может быть связано с самим характером анализируемых работ: они не столько отражают рекомендуемый порядок практических действий, сколько указывают на необходимость / возможность / невозможность их выполнения.

Таблица 1.  
Языковые средства для выражения категории долженствования в руководствах по фирменному стилю

	Императив	Безличные предложения с модальными словами 23, из которых 9 — можно 5 — рекомендуется 2 — приемлемо 3 — следует	Инфинитив	Пассив	Конструкции с местоимением «мы»
Моск. Политех	13		0	15	0



ИВГПУ	0	15, из которых 5 — необходимо 4 — нельзя 2 — рекомендуется 1 — не допускается 1 — допустимо 1 — следует 1 — желательно	0	10	0
СамГТУ	1	21, из которых 7 — рекомендуется 4 — запрещено 3 — нужно 3 — необходимо 2 — нельзя 1 — можно	0	49	7
ТПУ	26	21, из которых 10 — можно 3 — необходимо 2 — нужно 1 — рекомендуется 1 — не рекомендуется 1 — стоит 1 — допустимо 1 — желательно 1 — оптимально	7	19	1
СПбПУ	0	85, из которых 22 — запрещается (4 — категорически) 19 — необходимо 12 — недопустимо 6 — рекомендуется 6 — следует 5 — можно 3 — возможно 3 — не стоит 2 — разрешается 1 — стоит 1 — нужно 1 — допускается	5	101	1

Несмотря на некоторые общие языковые тенденции, стоит отметить и то, что гайдлайны Московского Политеха и Томского политехнического университета тяготеют к отнесению их в категорию *«собственно прескриптивных инструкций»* [2, с. 9], так как, в отличие от остальных рассмотренных нами, окрашены сильной директивной тональностью (13 и 26 императивных конструкций соответственно).

Форму повелительного наклонения можно принять за точку отсчета на шкале категоричности: говорящий демонстрирует безапелляционность суждения и ждет от адресата соответствующей реакции. Например: *«Следите за тем, чтобы он использовался без*

искажений»; «Всегда используйте предоставленные оригинальные файлы знака и логотипа» [3]; «Не нарушайте правила»; «Не используйте чужие фотографии без уведомления правообладателя»; «В своей презентации используйте фото в высоком разрешении»; «Не меняйте пропорции фото» [6].

Это подтверждается также тем, что в руководстве по фирменному стилю Томского политехнического университета встречается немало инфинитивных конструкций, которые выражают прямую направленность предписаний на читателя — потенциального исполнителя: «Для выделения в тексте отдельных слов применять жирное начертание»; «При оформлении диаграмм использовать рекомендуемые цвета»; «Не использовать объёмные диаграммы» [6]. Высказывания, построенные по инфинитивным моделям, как отмечают исследователи, социально маркированы: их употребление естественно в речи «начальника», а не в речи «подчиненного» [8, с. 68]. Не случайна их привязанность к армейским приказам и уставам.

Конструкции с местоимением «мы» редко используются в руководствах по фирменному стилю ввиду их большего тяготения к учебным, научно-популярным и публицистическим текстам.

В других же работах, как мы отметили ранее, в качестве руководства к действию очерчивается круг желательных или нежелательных операций, а пространство деятельности как бы ограничивается рамками от «разрешено» до «запрещено» и от «возможно» до «необходимо» [2, с. 9].

Очевидно, что высказывания с императивной семантикой, или семантикой побуждения, разнообразны в своем грамматическом выражении и отличаются разной степенью категоричности. Для отнесения анализируемых нами руководств по фирменному стилю к наджанру инструкции рассмотрим этот вопрос более подробно, исходя из данных, представленных в таблице 2.

Таблица 2.

Выражение побуждения в руководствах по фирменному стилю

	Прямое побуждение к действию	Возможность действия	Запрет на совершение действия
Моск. Политех	25	21	1
ИВГПУ	9	7	9
СамГТУ	51	12	7
ТПУ	35	21	18
СПбПУ	96	40	50

Категоричность — это семантико-прагматическая категория высказывания, для которой характерна шкалированность, которая предполагает полюса большей и меньшей степени проявления императивной тональности [9, с. 22]. Из данных, представленных в таблице 1, мы видим, что модальные слова «можно», «рекомендуется», «приемлемо»,

«допустимо», «желательно» во всех пяти случаях используются гораздо чаще, чем те, которые однозначно призывают к действию («необходимо», «нужно», «должно»).

Однако, если учитывать тот факт, что среди пассивных конструкций большинство констатирует неоспоримое требование, нежели возможность (ср.: «Логотип размещается в верхнем углу макета» и «В особых случаях логотип может быть размещен вертикально» [3]), а форма повелительного наклонения вообще является ключевой для выражения долженствования, то ситуация кардинально меняется. Так, прямое побуждение к какой-либо операции является преобладающим и встречается в текстах гораздо чаще, чем допустимость ее совершения. Оно выражается такими конструкциями, как: «Разместите текстовую информацию в одной части», «...следует руководствоваться правилом охранного поля» [3], «...должна размещаться полноцветная версия» [4].

Что касается запрета к действию, высказывания, построенные по таким моделям, отличаются от побуждающих не только противоположностью смыслов, но и степенью категоричности. Запрет ограничивает свободу человеческих проявлений, в то время как разрешение предоставляет человеку возможность действия: «Запрещается использование нерегламентированных руководством цветовых сочетаний»; «Запрещаются искажения фирменного блока или отдельных его элементов» [7].

Существенно снижает категоричность использование модального глагола *может*: «Фирменная окружность может использоваться как основной акцидентный элемент» [3]; «...может размещаться белая инвертированная версия логотипа» [4]; «...может использоваться фирменный паттерн» [5].

В целом, исходя из данных, представленных в таблице 3, имеет смысл говорить о том, что высказываний, запрещающих или обязывающих провести какие-либо операции в текстах руководств по фирменному стилю наблюдается намного больше, чем тех, что предоставляют пользователю возможность совершения действия.

Таблица 3.

Степень категоричности языковых средств в руководствах по фирменному стилю

	Высокая категоричность высказывания	Слабая категоричность высказывания
Моск. Политех	26	21
ИВГПУ	18	7
СамГТУ	51	12
ТПУ	53	21
СПбПУ	146	40

Таким образом, принимая во внимание тот факт, что категоричность выступает в том числе показателем принадлежности текста к определенному речевому жанру, мы можем отнести руководства по фирменному стилю политехнических университетов России к наджанру инструкции. Это предположение подтверждается также их типовой композицией и

соотнесенностью с официально-деловым стилем речи. Такое толкование руководств по фирменному стилю совпадает с обоснованным в ряде научных исследований, где границы инструкции охватывают всю совокупность директивных речевых жанров, в том числе бытующих в имплицитной форме.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Куценко А.И. Лашкова Е.Г. Корпоративная идентификация бизнеса: бренд-бук и паспорт фирменных стандартов: моногр. — Новокузнецк: Изд. центр СибГИУ, 2011. — 262 с.
2. Хорохордина О.В. Инструкция как тип текста. МИРС. — 2013. — №4. — С. 7 — 14.
3. Руководство по использованию логотипа Московского политехнического университета. [Электронный ресурс]. Сайт Московского политехнического университета. — URL: [https://new.mospolytech.ru/upload/files/brandbook/Logobuk\\_MoscowPolytech.pdf](https://new.mospolytech.ru/upload/files/brandbook/Logobuk_MoscowPolytech.pdf) (дата обращения: 03.03.2021).
4. Руководство по фирменному стилю ИВГПУ [Электронный ресурс]. Сайт вуза. — URL: <https://ivgpu.com/ivgpu-vchera-segodnya-zavtra/firmennyj-stil> (дата обращения: 03.03.2021).
5. Руководство по фирменному стилю СамГТУ [Электронный ресурс]. Сайт вуза. — URL: [https://samgtu.ru/uploads/documents/symbolism/BRANDBOOK\\_2017.pdf](https://samgtu.ru/uploads/documents/symbolism/BRANDBOOK_2017.pdf) (дата обращения: 03.03.2021).
6. Руководство по фирменному стилю ТПУ [Электронный ресурс]. Сайт вуза. — URL: <https://tpu.ru/university/meet-tpu/attributes> (дата обращения: 03.03.2021).
7. Руководство по фирменному стилю СПбПУ [Электронный ресурс]. Сайт вуза. — URL: <https://www.spbstu.ru/university/organizational-documents/corporate-identity/> (дата обращения: 03.03.2021).
8. Никитина Л.Б., Малышкин К.Ю. Императивные структурно-семантические модели как индикаторы категоричности побуждения. Вестник ОмГПУ. Гуманитарные исследования. — 2018. — №2 (19). — С. 66 — 71.
9. Никитина Л. Б., Малышкин К. Ю. Категоричность как семантико-прагматическая категория высказывания: моногр. — Омск: Изд-во ОмГПУ, 2016. — 166 с.

**Филиппова Мария Алексеевна** — студент магистратуры; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [mariephilippova@gmail.com](mailto:mariephilippova@gmail.com)

**Анисина Наталья Викторовна** — доцент; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [anisinat@mail.ru](mailto:anisinat@mail.ru)

**Волошинова Анастасия Денисовна** — старший преподаватель; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [voloshinova\\_ad@spbstu.ru](mailto:voloshinova_ad@spbstu.ru)

## BRAND GUIDELINE AS AN INSTRUCTIVE TYPE OF TEXT

**Abstract.** *The article is devoted to the consideration of brand guidelines in the context of their belonging to the instruction genre. The issue of typological characteristics of guidelines remains poorly understood to this day: there are very few serious books and publications on the topic of business identification, and there are no regulations for a corporate identity guide at all. Hence the urgent need to study this issue, the solution of which could serve as a stimulus for the development of a clearer systematization of texts with an instructive way of presentation.*

**Keywords:** *corporate identity guidelines, instructions as a metagenre, instructive ways of presentation*

**Maria Aleks. Filippova** — Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: mariephilippova@gmail.com

**Natalia Vik. Anisina** — Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: anisinat@mail.ru

**Anastasia Den. Voloshinova**— Senior lecturer, Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: voloshinova\_ad@spbstu.ru

УДК 372.881.161.1

**Цзинь Пин, Н.В. Семёнова**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

### **Критерии отбора лингвокультурного текста для учебных курсов по РКИ**

**Аннотация.** *Статья представляет собой анализ критериев, предъявляемых к тексту, который может быть использован в качестве учебного материала на уроках русского языка как иностранного. Акцент поставлен на лингвокультурной тематике, которая может заинтересовать иностранных учащихся разного уровня владения русским языком. Автор выделяет пять основных критериев. При характеристике каждого из них учитывается принцип взаимосвязанного обучения всем видам речевой деятельности на уроках русского языка как иностранного.*

**Ключевые слова:** *русский язык как иностранный, лингвокультурные тексты, критерии отбора*

На занятиях по русскому языку как иностранному (далее – РКИ) любой из используемых в учебном процессе текстов отличается многофункциональностью. Он является своеобразным «путеводителем» для инофонов не только в сложной грамматической системе нового для них языка, методике его преподавания, предпочитаемой носителями данного языка, но и важнейшим источником культурной информации. На элементарном уровне владения русским языком учебный текст вообще становится единственным источником получения страноведческой и лингвокультурной информации о стране изучаемого языка. Формирование, развитие и совершенствование лингвокультурной компетенции – важнейшая задача, чётко формулируемая во всех программах по РКИ. Её значимость с каждым более высоким уровнем владения языком только повышается.

В этой связи следует сказать, что не все тексты, содержащие информацию о русской культуре, могут быть использованы в качестве учебного материала для формирования

лингвокультурной компетенции. Их вовлечение в учебный процесс диктуется строгими критериями.

Цель настоящей статьи – охарактеризовать критерии отбора лингвокультурного текста для учебных курсов по РКИ в китайской аудитории.

В современной методической литературе приводятся разные критерии. Так или иначе учитываются такие, как аутентичность/неаутентичность, профиль обучения, стиль и жанр текста (специальный – научно-популярный – публицистический – художественный – бытовой и др.), возможность точной атрибуции и пр. Применительно к лингвокультурным, то есть тем, которые соединяют сведения о другом языке со сведениями о другой культуре, таких критериев мы находим меньше. Анализ научной литературы позволяет нам говорить о том, что критерии отбора в данном случае определяются принципами организации самого лингвокультурного текста. К ним относятся: 1) критерий баланса культурного центра родного языка и второго языка учащегося; 2) критерий критического мышления; 3) критерий активности; 4) критерий аутентичности; 5) критерий постепенного перехода [1, с. 115]. Охарактеризуем их.

***Критерий баланса культурного центра родного языка и второго языка учащегося.***

Данный критерий организации текстового материала предполагает то, что учебные тексты должны ориентироваться не только на абстрактные грамматические категории и правила их актуализации, но и учитывать широкий контекст, «культурный фон» их использования. При этом максимального эффекта может достичь только тот учебный текст, который в сбалансированном виде может представить культурные реалии, релевантные как для носителя языка, так и для изучающего данный язык в качестве иностранного. «Способность преподавать иностранный язык сквозь призму чужой и родной культур обеспечивает максимальный результат обучения», – считает М.А. Сыч. [2, с. 2]

***Критерий критического мышления.*** Важной целью обучения является прагматический контекст образовательного процесса: из каждого урока учащиеся должны извлекать пользу «на всю жизнь». В этом проявляется в действии концепция Life-Long Learning. Иначе говоря, критерий критического мышления состоит в том, чтобы данный учебный текст имел прагматическое значение для учащегося, помогал ему сформировать самооценку, уверенность в себе, самостоятельность без слепого следования за личностью, а также повышал способность учащихся самостоятельно мыслить. Данный критерий отбора лингвокультурного текста проявляется в двух плоскостях. Отбирая тот или иной текст, во-первых, следует обратить внимание на возможность формирования с его помощью «культурного мышления высокого уровня». Это означает, что текст должен оставлять читателю определенное пространство для размышлений, побуждать читателя к дальнейшему поиску культурно значимой информации. Во-вторых, «используемые в процессе обучения тексты должны отражать этнокультурологическую специфику мировоззрения автора, т.е. быть этнически маркированными текстами, позволяющими понять мировосприятие и мироощущение человека, создавшего текст, помогающими проникнуть в национальную культуру говорящего (пишущего)» [3, с. 160].

***Критерий активности.*** Данный критерий заключается в утверждении, что учебный текст должен отличаться новизной информации, доступностью языковых форм,

способностью вызвать познавательный интерес у учащихся. Лингвокультурные тексты чрезвычайно сложны для инофонов, богаты культуроспецифичной лексикой, которая имеет самое разное происхождение: одни лексемы легко «прочитываются» ими, другие требуют обращения к этимологическим словарям, словарям заимствований и др. Поэтому при отборе учебных текстов следует учитывать принцип «культурной диахронии и синхронии», уделяя основное внимание культурно-синхронным текстам. Естественно, что историко-культурные тексты должны присутствовать в образовательном процессе: так учащиеся легче понимают историю формирования культурных обычаев и традиций. Однако, используя такие тексты в качестве учебных, следует иметь в виду, что культурная информация должна поступать из нескольких источников. Например, исторические тексты, архивные данные, художественные источники, средства массовой информации, тематические исследования, анкеты и т.д. Учебные тексты должны быть разнообразны по тематике, жанрам, культурным областям. Они должны вызывать интерес и поощрять любознательность учащихся.

**Критерий аутентичности.** Этот критерий проявляется в аутентичности и постепенности отбора текстов. «Аутентичный текст – это устный и письменный текст, являющийся реальным продуктом речевой деятельности носителей языка и неадаптированный для нужд учащихся с учетом их уровня владения языком» [4, с. 496].

Оригинальный, или аутентичный, текст для инофонов объективно сложнее, так как содержит новую лексику, поговорки, разговорные и просторечные варианты повседневной речи. Но такой текст необходим на уроках РКИ для языкового развития учащихся, повышения уровня языковых знаний, лучшего понимания русской культуры. Использование аутентичных текстов на уроках РКИ существенно стимулирует интерес у иностранных учащихся к русской культуре. Характеризуя преимущества использования аутентичного текста, М.Д. Стрекалова пишет: «Польза применения аутентичного текстового материала признается большинством исследователей, поскольку аутентичность текстов гарантирует читателям встречу с бытованием языка в реальных ситуациях и естественных формах общения, а использование лингвистической базы данных аутентичных текстов делает речь студентов идиоматичной и приближает ее к речи носителей языка» [5, с. 6].

Кроме того, при отборе учебных текстов следует учитывать и **критерий постепенного перехода** от простого к сложному и от старого к новому. Учащиеся обычно продолжают обрабатывать и проверять выбранный текст на основе опыта исходной когнитивной модели, чтобы сформировать новую когнитивную модель. Одна и та же тема может быть повторена, углублена или упрощена, что позволяет учащимся сравнивать связанное содержание на разных уровнях языка и способствует формированию систематических моделей мышления. Поэтому наиболее эффективно курс лингвокультурного цикла может быть выстроен с учетом «тематической преемственности».

Подводя итог, хотелось бы отметить, что описанные критерии отбора учебного текста, ориентированного на формирование лингвокультурной компетенции иностранца, изучающего РКИ, полностью соответствуют общедидактическим требованиям. Отбор учебных текстов, основанный на принципе «пяти характеристик», представляется нам оптимальным для построения эффективного курса РКИ лингвокультурной тематики именно потому, что он уникально сочетает в себе современные требования к образовательному

процессу и лингвистическому образованию в целом. Он позволяет интегрировать в учебные курсы хорошие тексты, а хороший учебный текст заставит учащихся достичь больших успехов при малых усилиях.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. 徐海艳. 批判性思维导向的外语教材阅读课文选材的“三性”原则[J]. 台州职业技术学院学研, 2015, 45 (1216): 114-116.
2. Сыч М.А. Лингвокультурная компетенция как условие развития поликультурной личности в процессе обучения иностранному языку [Электронный ресурс]. URL: [http://www.tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2018/yazik\\_kultura/3/sych.pdf](http://www.tsutmb.ru/nauka/internet-konferencii/2018/yazik_kultura/3/sych.pdf) (дата обращения — 09.03.2021).
3. Просвиркина И.В. Лингводидактический аспект толерантной речевой коммуникации. Оренбург: изд-во ГОУ ОГУ, 2006. — 247 с.
4. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Современный словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). — М.: Русский язык. Курсы, 2018. — 496 с
5. Стрекалова М.Д. Основные методические критерии отбора содержания обучения чтению в рамках курса «Домашнее чтение» в языковом вузе. Ярославский педагогический вестник. — 2008. — № 3 — С. 3–10.

**Цзинь Пин** — студент магистратуры; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: jinp539@gmail.com

**Семёнова Наталья Владимировна** — профессор; Высшая школа лингводидактики и перевода, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: nvsemenova@mail.ru

#### CRITERIA FOR THE SELECTION OF LINGUOCULTURAL TEXT FOR TEACHING COURSES IN RUSSIAN AS A FOREIGN LANGUAGE

**Abstract.** *The article is an analysis of the criteria for the text, which can be used as teaching material in the lessons of Russian as a foreign language. The emphasis is based on linguocultural topics that may attract interest of foreign students with different levels of Russian language. The author identifies five main criteria. The characteristic of every principle takes into account the principle of the interrelationship of the linguistic competence in the lessons of Russian as a foreign language.*

**Keywords:** *Russian as a foreign language; linguocultural texts; the criteria of text selection*

**Ping Jin** — Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: jinp539@gmail.com

**Natalya Vlad. Semyonova** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; St. Petersburg, Russia; e-mail: nvsemenova@mail.ru



**Отражение национально-культурной специфики ФЕ с компонентом-названием стихий «вода» и «огонь» в английском и испанском языках**

**Аннотация.** *Статья посвящена особенностям национально-культурной специфики фразеологизмов с компонентом-названием стихий в указанных языках. Культурные особенности в отобранных фразеологических единицах с ведущим компонентом “огонь” или “вода” рассматриваются через призму мифологии. В ходе работы было исследовано 86 сочетаний фразеологического фонда двух языков. В качестве основного критерия для сопоставления определено различие в семном составе. Статья выполнена в рамках изучения лингвокультурологических черт ФЕ, имеющих в своей основе название стихийного элемента, в английском и испанском языках.*

**Ключевые слова:** *фразеологическая единица, мифология, национально-культурная специфика, мифологическая картина мира*

В современной фразеологии бесспорно положение о том, что фразеологические единицы (ФЕ) отражают многовековой опыт того или иного народа. В языковой картине мира, сформированной в его сознании, хранится мировоззрение людей, которое передается следующим поколениям. На основании этого лингвисты говорят о фразеологических единицах как «средствах вербализации тех или иных концептов — ментальных образований, обобщенно-целостных мыслительных единиц, кодирующих в самых разных конфигурациях культурно значимые смыслы» [1, с. 93]. Особое место занимают те ФЕ, появление которых было мотивировано мифологической картиной мира. Именно они наиболее полно отражают лингвокультурологическую специфику определенного языка.

Различия в языковых картинах мира, частью которых является мифологическая, влекут за собой расхождения в выборе компонентов в структуре фразеологизмов, обозначающих одно понятие или явление. Мифологическая традиция, найдя свое отражение в языке, передает специфику языковой общности, делая речь ярче, экспрессивнее и насыщеннее. В дальнейшем изучении упомянутой проблематики на материале различных языков и состоит актуальность настоящего исследования.

Основная цель работы заключается в выявлении национально-культурной специфики фразеологических единиц с компонентом-названием стихий «огонь» и «вода» в английском и испанском языках через мифологическое мировосприятие носителей. **Задачи** исследования: изучить теоретический материал о концепте языковой картины мира в скандинавской и романской мифологиях; отобрать и проанализировать фразеологизмы, не совпадающие по семному составу; на конкретных примерах рассмотреть отражение национально-культурной специфики английского и испанского языков. В работе применялись следующие **методы**: метод реферирования теоретической литературы по проблеме, сопоставительный и семантический анализ, лингвокультурологический и фольклорно-мифологический методы.

Фразеологические единицы, выбранные для анализа, были взяты из англо-русского фразеологического словаря А. В. Кунина и испано-русского фразеологического словаря под редакцией Э. И. Летвиновой [2; 3].

Изучение и анализ национально-культурных особенностей фразеологического фонда проходит в рамках двух подходов: сопоставительного и интроспективного.

Согласно А. Н. Баранову, при первом подходе характерными именуется все факты того или иного языка, которые по отношению к носителям другого языка, признаются уникальными, при этом исследуется пара языков. Вследствие этого можно сказать, что культурная ценность языкового факта предполагает наличие аналогов в остальных знаковых системах, взаимосвязанных с исконной культурой языковой общности [4]. Стоит отметить, что национально-культурная составляющая плана содержания ФЕ при сопоставительном подходе опирается на когнитивно значимые отличия между языками.

Второй, интроспективный подход основывается на представлении внутренних национально-культурных свойств независимо от особенностей прочих языков. Цель данного подхода состоит в попытке выявить смысл языкового своеобразия с точки зрения носителей. Следовательно, речь идет только об определенных особенностях ФЕ, которые указывают на их национально-культурную маркированность.

В языке каждого народа отражена конкретная система образов, формирующих языковую картину мира. В. А. Плуноян основным фактором, влияющим на особенность каждой языковой картины, называет уникальность определенной культуры. Весь концепт языковой картины мира формируют две взаимосвязанные, но, тем не менее, противоположные идеи. Первая – это «наивная картина мира», которую собственно отражает язык, она отличается от «научной». Вторая идея заключается в том, что каждый язык обладает своей неповторимой картиной мира [5].

С. Ю. Неклюдов выдвигает предположение о том, что научной картине мира противоположна мифологическая. Ее отличительной чертой является персонификация сил природы и стихий в частности. Огонь и вода как полярные элементы занимали особое место: они символизировали не только исток мира, но и его конец [6].

В процессе работы всего было рассмотрено 86 ФЕ, имеющих аналоги в двух языках. С опорой на мифологическую картину мира английского и испанского языков, были проанализированы 31 фразеологизм. Стоит отметить, что наибольший интерес представляют те ФЕ, которые не совпадают по семному составу. Примеры анализируемых ФЕ представлены в *Таблице 1 Соответствия ФЕ в двух языках*.

Таблица 1. Соответствия ФЕ в двух языках

Английские ФЕ	Испанские ФЕ	Значение
carry water on both shoulders	a fuego lento (manso)	двuruшничать, вести двойную игру
set the world (the Thames) on fire	no dar fuego	достать луну с неба (английская ФЕ); ничем не выделяться (испанская ФЕ)
pour/throw cold water	romper el fuego; meter fuego	осадить, возразить, затеять

on/over something		ссору
be in hot water; deep waters	entre dos fuegos	быть в затруднительном положении, в безвыходном положении
the burnt child dreads the fire	gato escaldado del agua fría huye	обжегшись на молоке, будешь дуть и на воду

В первом случае из примеров видно, что в составе английской ФЕ компонент-название – это «вода», в то время как в испанской ФЕ – «огонь». Алломорфизм объясняется разными мифологическими картинками мира.

Картина мира английского языка, который относится к германской языковой группе, опирается на скандинавскую мифологию, где вода была символом опыта и мудрости, воплощенных в лице исполина Мимира [7, с. 308]. В ФЕ “carry water on both shoulders” вода предстает неким эталоном правды. На действия и поступки человека смотрели через гладь воды, поскольку именно в ней видели идеальный образ всего.

Испанский язык входит в группу романских языков, поэтому картина мира берет истоки в романской мифологии. Огонь представлял собой первоначальную стихию, своеобразную исходную точку отсчета. В образе богини Весты огонь наделялся непорочностью и истинностью. Можно сказать, что действия человека сравнивались с эталоном, воплощенном в образе Весты.

Национально-культурная специфика языков выражена в разном выборе компонент-названий, которые сами по себе противоположны, но, тем не менее, несут в себе схожие идеи.

Во втором случае выбор названия стихии совпадает. Однако способ передачи значения в обоих языках разный. Другими словами, в структуре английской ФЕ используется утверждение, в структуре испанской ФЕ – отрицание. Эти грамматические особенности можно объяснить уникальностью каждой из мифологических систем.

Е. В. Жаринов рассуждает о том, что огонь в скандинавской мифологии, в первую очередь, связан с идеей укрощения стихии человеком. Сам же огонь являл губительное начало. Интерес вызывает тот факт, что с символикой огня связаны карлики, являющиеся искусными кузнецами и обитающие в недрах земли [7, с. 313].

Таким образом, в сочетании “set the world (the Thames) on fire” выбор компонента-названия стихии «огонь» связан именно с мифологическими существами. Несмотря на то, что они олицетворяли совершенство навыков, люди, в адрес которых звучит данная ФЕ, обычно отличаются заурядностью.

В испанском языке тривиальность человеческих способностей можно показать с помощью ФЕ “no dar fuego”, в составе которой присутствует отрицательная частица “no”.

Романская мифология очень тесно переплетается с древнегреческой, именно поэтому часто встречаются похожие сюжеты. В «Энциклопедии знаков и символов» говорится о том, что огонь был неотъемлемым атрибутом бога Гефеста, или Вулкана, воплощавшего силу земного огня. Кроме того, огонь сопровождает Гермеса, или Меркурия, в качестве аллегии

вдохновения [8]. Согласно этому, испанский фразеологизм подразумевает отсутствие энтузиазма и способностей к духовному развитию.

В двух следующих сопоставляемых фразеологизмах вновь наблюдается различный выбор компонента-названия, несмотря на то, что обе ФЕ близки по значению.

В английском сочетании “pour/throw cold water on/over something” появление компонента-названия “water” можно объяснить двумя причинами.

С одной стороны, стихия в лице исполина Мимира воплощает в себе рассудительность и опытность [7, с. 308]. Другими словами, человек, который вводит в речь данный фразеологизм, акцентирует внимание слушающего на своем превосходстве и более глубоком познании в предмете, тем самым провоцируя разногласие.

С другой стороны, значение стихии воды в скандинавской мифологии может трактоваться отрицательно. Кроме богов, в сюжетах фигурируют великаны и карлики, являющиеся носителями сил природы. Однако они отличаются от остальных тем, что свои способности применяют для уничтожения и разрушения.

Отсюда можно предположить, что компонент-название “water” в составе английской ФЕ отражает связь стихии с мифологическими существами. Как следствие, сам фразеологизм означает недоверие или сомнение в ком-либо или чем-либо.

Как уже отмечалось выше, стихия огня в романской мифологии занимала особое место и была определенным культом: он воспринимался как первоначало всей Вселенной. Огонь понимался как мир. Не случайно именно эта стихия фигурирует в испанских фразеологизмах, выражающих понятие «затеять ссору».

Глагол “romper” означает «ломать, разрушать», т. е. вся ФЕ “romper el fuego” дословно переводится как «сломать огонь». В контексте мифологии – «сломать мир», или, другими словами, «посеять раздор» [3, с. 281].

Глагол “meter” семантически понимается как «засунуть, затолкать». Таким образом, сочетание “meter fuego” дословно значит «убрать огонь», а с опорой на взаимосвязь с романской мифологией – «убрать мир», т. е. «внести смуту» [3, с. 280].

Фразеологизмы, вводимые в речь, для передачи значения «быть в отчаянном положении», имеют в своей структуре компонент-название «вода» и «огонь» в английском и испанском языке, соответственно.

Согласно скандинавской мифологии, вода воспринималась и как враждебный природный элемент. Борьба скандинавов с «демонической силой» стихии проявлялась через покорение океана [9]. Английские ФЕ *be in hot water/deep waters* можно буквально перевести как «быть в горячей воде» /«глубокие воды», при опоре на мифологическую языковую картину мира английского языка сочетания получают значение «тяжелое положение».

В испаноязычной фразеологической единице *entre dos fuegos* наблюдается использование компонента-названия «огонь». В мифологической картине мира испанского языка стихия огня обладала разрушительной силой и ассоциировалась с гибелью или бедой. Соответственно, для передачи значения «ухудшение положения» в структуре ФЕ используется компонент-название «огонь».

Последний пример включает пару ФЕ *the burnt child dreads the fire/gato escaldado del agua fría huye*. Общее значение сочетаний – остерегаться чего-либо.

Этимология англоязычного сочетания *the burnt child dreads the fire* уходит в 1320 г. и связана с многочисленными заимствованиями из французского языка [10]. Однако причину в выборе компонента-названия «огонь» можно обнаружить и в скандинавской мифологии. Огонь, в первую очередь, воспринимался как атрибут бога Локи, образ которого связан с сокрушительной силой стихии. Таким образом, через ассоциацию огня с Локи ФЕ передает значение «предостережение».

Компонент-название «вода» в испанском фразеологизме *gato escaldado del agua fría hue* может быть связан с мотивом смерти. Кроме того, что вода была источником жизни, она могла нести и гибель. Поэтому с водой, в любом ее виде, обращались осторожно.

Для большей наглядности следует сравнить количественное соотношение всех ФЕ, которые встречались в анализируемых материалах, с теми, которые не совпадают по семному составу.

Как видно по данным рисунка (Рис.1), отражающего статистические данные по ФЕ, не совпадающим по семному составу, более половины ФЕ не совпадают по семному составу. Следовательно, большая часть сочетаний раскрывает национально-культурную специфику английского и испанского языков.

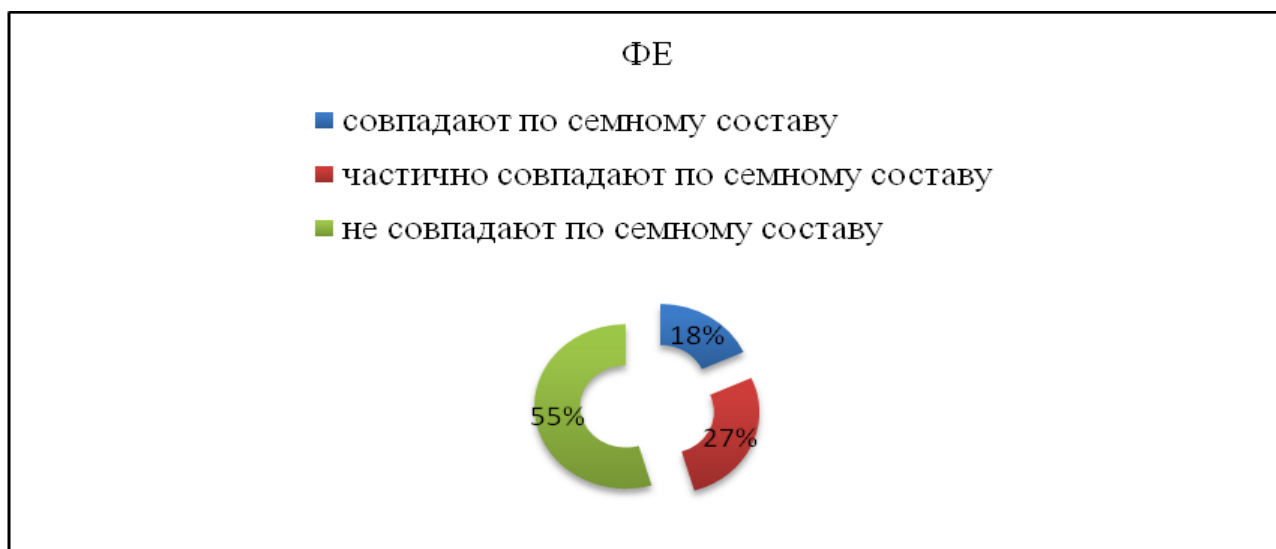


Рисунок 1. Статистические данные по ФЕ, не совпадающим по семному составу

Основываясь на вышесказанном, можно заключить, что лингвокультуроведческий аспект ярко выражен в обоих фразеологических фондах. Национально-культурная специфика английского и испанского языков раскрывается через компонент-название стихии, выбор которого зависит от мифологической картины мира языка. Несмотря на то, что стихии воды и огня являются основополагающими как в скандинавской мифологии, так и в романской, они обе наделяются разным смыслом и несут уникальные идеи. При анализе фразеологизмов для выявления культурных особенностей языков задействованы интроспективный и сопоставительный подходы. Благодаря этому был не только обоснован культурный фактор фразеологизмов в каждом языке, но и описаны существенные отличия на когнитивном уровне. Они проявляются в выборе компонента-названия стихии «огонь» или «вода» во фразеологической единице для передачи определенного значения. Таким образом, ФЕ с

названием-компонентом стихий в английском и испанском языках всесторонне отражают национально-культурную специфику обеих языковых систем.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Еренчинова Е. Б., Шакирова Т. В. К вопросу о роли и специфике фразеологии в пространстве языковой картины мира. Молодой ученый. – 2015. – №3. – С. 92-95. – URL: [https://moluch.ru/archive/83/15432/#google\\_vignette](https://moluch.ru/archive/83/15432/#google_vignette) (20.02.2021).
2. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь/Лит. ред. М. Д. Литвинова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. Рус. яз., 1984 – 944 с.
3. Левинтова Э.И., Вольф Е.М., Мовшович Н.А., Будницкая И.А. Испано-русский фразеологический словарь: 30 000 фразеологических единиц; Под ред. Э. И. Левинтовой. — М.: Рус. яз., 1985. — 1080 с.
4. Баранов А.Н. Основы фразеологии (краткий курс) [Электронный ресурс]: учеб. пособие / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2014. – 312 с. (20.02.2021).
5. Плунгян В. А. Почему языки такие разные. Популярная лингвистика. – М.: Русистика, 2017. – 272 с.
6. Неклюдов С.Ю. Мифологическая картина мира. URL: <https://postnauka.ru/video/31579> (20.02.2021).
7. Жаринов Е. В. Лекции о зарубежной литературе. От Гомера до Данте / Евгений Жаринов. – М.: Издательство АСТ, 2018. – 448 с.
8. Энциклопедия знаков и символ. URL: [http://www.symbolarium.ru/index.php/Огонь,\\_стихия](http://www.symbolarium.ru/index.php/Огонь,_стихия) (20.02.2021).
9. Стихия воды у скандинавов. URL: <https://esoterics.wikireading.ru/20880> (20.02.2021).
10. The idioms. Largest idioms dictionary. URL: <https://www.theidioms.com/a-burnt-child-dreads-the-fire/> (20.02.2021)

**Широкова Ксения Сергеевна** – студент бакалавриата; Высшая школа инженерной педагогики, психологии и прикладной лингвистики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [shkseniaaaa99@gmail.com](mailto:shkseniaaaa99@gmail.com)

**Варламова Вера Николаевна** – доцент; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Санкт-Петербург, Россия; e-mail: [varlamova7@yandex.ru](mailto:varlamova7@yandex.ru)

#### **ETHNIC-CULTURAL SPECIFICITY REFLECTION OF PHRASEOLOGICAL UNITS WITH THE NAME OF THE ELEMENTS “WATER” AND “FIRE” IN THEIR COMPONENTS IN THE ENGLISH AND SPANISH LANGUAGES**

**Abstract.** *The article deals with the national-cultural specificity of phraseological units with the name of the elements “water” and “fire” in their components in English and Spanish. The cultural peculiarities in the selected collocations are considered through the mythological prism. 86 combinations of two phraseological funds were studied. The main comparative criterion is the diverse semantic composition. The article was carried out to study the linguocultural features of the phrases with the name of a spontaneous element in the mentioned languages.*

**Key words:** *phraseological unit, mythology, national-cultural specificity, mythological picture of the world*

**Kseniya S. Shirokova** – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: shkseniaaa99@gmail.com

**Vera N. Varlamova** - Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; Saint Petersburg, Russia; e-mail: varlamova7@yandex.ru

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>И.С. Макарова</i> .....	
Топика западноевропейской культуры: Мировое Древо, Rosa Mundi, Корабль .....	3
<i>В.Н. Кругликов</i> .....	
Роль и значение научного наследия А. А. Вербицкого .....	10
<i>А.С. Абакумова, В.Н. Варламова</i> .....	
Сюжетообразующая функция мифологемы «огонь» в романе Селесты Инг «И повсюду тлеют пожары» .....	14
<i>М. А. Абалихина, Е.С. Клочкова</i> .....	
Исследование восприятия русским человеком образа русского народа на примере сравнения образов русских и китайцев в контексте преподавания РКИ.....	19
<i>И.В. Антипова, М.В. Абакумова</i> .....	
Гендерные особенности языка рекламных текстов (на материале англоязычных видеороликов) .....	24
<i>А.А. Афанасьева</i> .....	
Применение когнитивно-дискурсивного моделирования при обучении письменному юридическому переводу.....	30
<i>К.О. Бадалян</i> .....	
Лингвоэкологический аспект употребления англоязычных заимствований в русском языке.....	35
<i>К.О. Бадалян</i> .....	
К вопросу определения понятия «сленг» и перевода английского сленга на русский язык.....	42
<i>Д.А. Балашова, Е.В. Шостак</i> .....	
Потенциал формата парной работы в MS Teams на практических занятиях по языку .....	47
<i>А.А. Богданова, Н.С. Спиридонова</i> .....	
Сравнительный анализ функциональных и языковых особенностей деловых писем в русском и французском языках .....	52
<i>Н.М. Бурикова</i> .....	
Литературно-художественные журналы – вчера, сегодня, завтра .....	57
<i>Ван Ши, Вэнь Цзясинь, Я.К. Кулик, Е.А. Крылова</i> .....	
Использование технологии Edutainment при обучении русскому как иностранному .....	62
<i>И.Е. Василевская, Л.В. Крашенинникова</i> .....	
Тьюторское сопровождение проектной деятельности студентов системы СПО с привлечением цифровых ресурсов как способ повышения её эффективности.....	67
<i>А.Д. Васильева, А.А. Шакуров</i> .....	
Финансовый анализ деятельности регионального издательства .....	74
<i>А.Д. Васильева, А.А. Шакуров</i> .....	



Теоретические аспекты маркетингового стратегирования в рамках редакционно-издательского процесса подготовки новых видов изданий .....	79
<b>Ю. А. Васильева</b> .....	
Развитие цифровой компетентности преподавателей педагогического колледжа .....	85
<b>А.В. Водолажская, О.В. Анисимова</b> .....	
Живопись в малой прозе Рэя Бредбери (на материале произведений «Запах сарсапарели» и «Земляничное окошко») .....	90
<b>С.И. Ворожцов, Т.Ю. Волошинова</b> .....	
Имплицитно выраженные смыслы в рассказе И.А. Бунина «Мадрид»: результаты лингвистического анализа.....	94
<b>Ву Хонг Хань</b> .....	
Развитие книжного дела во Вьетнаме .....	99
<b>К.Ю. Глухова</b> .....	
О манипулятивном потенциале английской и испанской терминологии .....	104
<b>В.С. Гринькова, К.Е. Двоглазова, К.А. Флерко, Е.А. Иванова</b> .....	
Деловые переговоры в аспекте межкультурной коммуникации .....	109
<b>В.А. Гричина, В.В. Акупова</b> .....	
Особенности использования англицизмов в рамках французского Интернет-пространства116	
<b>Т. С. Громова, Н. Г. Ферман</b> .....	
К вопросу о последствиях межкультурных конфликтов .....	121
<b>О.А. Гумма, Н.А. Лаврова</b> .....	
Фразеологизмы с именем собственным в современной английской периодике: структурно-семантические и гендерные аспекты .....	126
<b>А.А. Гусева, Д.А. Коростелев, А.Т. Басова, М.П. Агафонова</b> .....	
Влияние музыкальных способностей на формирование фонетической компетенции при обучении иностранным языкам .....	132
<b>А.С. Дзюба, П.С. Невротова, Е.В. Шостак</b> .....	
Языковые особенности перевода на испанский язык новостных статей сайта университета138	
<b>К. О. Дмитриева, А. В. Дмитриев</b> .....	
Функционально-стилистические особенности использования русизмов в английском языке .....	144
<b>П.Ю. Дробышевская, В.Н. Варламова</b> .....	
Вариативность фразеологизмов библейского происхождения в публицистическом тексте149	
<b>А.М. Дубенский, Е.А. Зима</b> .....	
Цифровые инструменты как средство достижения педагогической цели образовательной деятельности.....	156
<b>А.А. Дутова, А.А. Шакуров</b> .....	
Фандрайзинг и «новые медиа» в современной России: литературный обзор .....	163

<b><i>В.М. Евсей, Л.К.Бободжанова</i></b> .....	
Фразеологические единицы с анималистическим компонентом как отражение национальной языковой картины мира.....	168
<b><i>М.К. Ермакова, Л.К. Бободжанова</i></b> .....	
Создание комического эффекта в англоязычной художественной литературе XX века .	176
<b><i>А. Еремек, Д.Е. Сагимбаева</i></b> .....	
Апробация модели PPP (презентация, практика, производство) через Веб-квест Genial.ly	185
<b><i>А.С. Жужулин, Т.Ю. Волошинова</i></b> .....	
Лингвистический анализ отрывка из романа Г. Яхиной «Дети мои». Проблематика и авторская идея в образе Волги.....	192
<b><i>Д.С. Зенькович, М.В Ли, К.П. Захаров</i></b> .....	
Вызовы цифровой эпохи: цифровая грамотность и ИКТ-компетентность педагогов в период пандемии .....	199
<b><i>С.А. Золотухин, Л.В. Крашенинникова</i></b> .....	
Применение деятельностной пробы в профессиональном самоопределении старшеклассников .....	205
<b><i>Е. Д. Иванова</i></b> .....	
Формулы составления продающих текстов в социальной сети Instagram .....	211
<b><i>Е.Е. Иванова, Н.С. Никонова</i></b> .....	
Волонтерство в образовательном учреждении: инновации и интеграция зарубежного опыта .....	216
<b><i>А.К. Иванову, М.П. Агафонова</i></b> .....	
Просодические особенности сценической речи в английском языке .....	221
<b><i>Ю. С. Извекова, М. В. Оленникова</i></b> .....	
Проблемы адаптации первокурсников Санкт-Петербургского политехнического университета.....	227
<b><i>М.А. Истомина, А.В. Дмитриев</i></b> .....	
Феминитивы в составе русского языка как отражение тенденции языковой глобализации	234
<b><i>А.И. Каменева, А.В. Большакова</i></b> .....	
Постмодернистская репрезентация смерти в романе Дж. Барнса «Нечего бояться» .....	239
<b><i>В. К. Коканин</i></b> .....	
Основные подходы к филологическому анализу в современной науке .....	245
<b><i>А.Ю. Колотаева</i></b> .....	
Концепт билингвального обучения: российский и зарубежный опыт .....	250
<b><i>Я.К. Кондрашова, Л.В. Удалова</i></b> .....	
Переводчик международник: подготовка специалиста и деятельность в ООН .....	256
<b><i>Д.А. Коростелев, М.П. Агафонова</i></b> .....	

Лексико-грамматические особенности научного стиля современного английского языка	261
<i>Е.А. Короткова, А.Ю. Наугольных</i> .....	
Модели субтитрования при переводе информационных видеороликов .....	266
<i>С.А. Кочурина, К.П. Захаров</i> .....	
Исследование цифровой грамотности и ИКТ-компетентности учителей естественно-научного и общественно-научного профиля .....	272
<i>Е.С. Крупнова, А.Г. Мецзякова, Е.А. Иванова</i> .....	
Смешанное обучение иностранному языку в вузе: проблемы, возникающие у студентов, и способы их решения .....	277
<i>А.С. Кувалдина, Л.И. Тарарина</i> .....	
Роль интернет-мемов в интернет-коммуникации .....	283
<i>В.Ю. Кукульян, М.Д. Крупнова, В.Н. Варламова</i> .....	
Особенности заимствования французских устойчивых сочетаний в английском и русском языках.....	288
<i>Е. Левченко, Е.А. Иванова</i> .....	
Употребление эвфемизмов, смягчающих различные виды дискриминации, в современных англоязычных СМИ .....	294
<i>Е.С. Ленкова, Е.А. Никулина</i> .....	
Типология рекламных слоганов с омонимией .....	300
<i>М.В. Липчанская</i> .....	
Коммуникативные стратегии и тактики в рекламном дискурсе .....	305
<i>И.С. Луцкая, Н.В. Попова</i> .....	
International Sociocultural Telecollaboration Project in EFL Context in a Higher Education Environment.....	310
<i>Е.И. Лушникова, А.В. Нехаева, Л.П. Халяпина</i> .....	
Билингвальное обучение учащихся профильных классов с применением инструментов онлайн-урока .....	315
<i>И.И. Маликина, О.В. Анисимова</i> .....	
Синтез литературной сказки и фэнтези в творчестве Нила Геймана (на материале романа «Звездная пыль»).....	320
<i>Л.А. Махина</i> .....	
К вопросу об актуальности внедрения концептов нравственной сферы в процесс обучения иностранному языку .....	325
<i>Р. А. Мельников, А. В. Дмитриев</i> .....	
К вопросу о влиянии английских жаргонизмов на русский язык в интернет-пространстве.....	330
<i>В.А. Мостовая, Ф.И. Валиева</i> .....	
Исследование связи мотивации и тревожности учащихся в условиях изучения английского языка в общеобразовательной школе.....	335

<b>Е.Е. Мурлатова, А.В. Большакова</b> .....	
Исследование аппарата издания в оригинальных и переводных собраниях сочинений Кнута Гамсуна .....	341
<b>В.И. Николаева, Л.И. Печинская</b> .....	
Актуальные проблемы внедрения смешанного обучения в образовательный процесс лингвистов-бакалавров в период пандемии .....	348
<b>Е. О. Ощепкова, Е.Ю. Мамонова</b> .....	
Маркеры определенности/неопределенности как способы выражения точности в англоязычном банковском дискурсе .....	353
<b>П.Д. Пастернак, М.А. Кузина</b> .....	
Словарная статья с прецедентным именем в качестве заголовочного слова: принципы построения .....	359
<b>Е. А. Полищук, В. Н. Варламова</b> .....	
Функциональные особенности использования терминологической лексики в романе А. Хейли “The Final Diagnosis” .....	365
<b>П. П. Пушина, Н. В. Анисина</b> .....	
Анализ структуры пользовательской инструкции на базе ГОСТов .....	370
<b>А.А. Рау, М.С. Нечипоренко</b> .....	
Императив и вежливость: аye or naye .....	375
<b>С.С. Редина, М.В. Абакумова</b> .....	
Дискурс-анализ как перспективное направление изучения деловых коммуникаций в контексте проведения кросс-культурных исследований: на примере бизнес-корреспонденции на английском и немецком языках .....	381
<b>П.А. Ружникова</b> .....	
Гайдбук как вид издания .....	386
<b>Е.И. Рязанцева</b> .....	
Периодические издания как средство распространения национальной культуры на примере журналов о Южной Корее.....	392
<b>Н.С. Савельева</b> .....	
Психолого-педагогическое сопровождение процесса адаптации к дошкольному образовательному учреждению детей раннего возраста .....	397
<b>Н.С. Савельева, Е. Б. Гулк</b> .....	
Взаимосвязь личностных характеристик матери с типом привязанности к ребенку .....	402
<b>М.А. Савутина, Н.Г. Ферсман</b> .....	
Путеводитель как особый тип межкультурного дискурса.....	407
<b>Д. С. Семенова, А. А. Шакуров</b> .....	
Особенности типографики конструктивистских изданий .....	412
<b>Г.Н. Стужина</b> .....	

Гендерная проблематика в лингвистике.....	418
<i>Г.Н. Стужина, Л.И. Тарарина.....</i>	
Актуальные проблемы перевода на материале новостной статьи.....	422
<i>Р.М. Субакова .....</i>	
Обзор технологических решений для устного перевода .....	427
<i>Е.А. Тальянова, А.В. Большакова.....</i>	
Использование GIF-изображений в инструкциях для сервисов со сложной структурой. ....	432
<i>Е.Ю. Токарева.....</i>	
Развитие мультилингвизма при обучении студентов неязыковых специальностей .....	438
<i>В.Ю. Томилина, Л.И. Тарарина.....</i>	
Аббревиация в англоязычном деловом дискурсе .....	442
<i>П.Б. Умитбаева.....</i>	
Редактирование небуквенных знаков в зарубежных комиксах на русском языке .....	446
<i>Н.М. Уткина, Ж. Э.-К. Алиева, Ю.А. Белякова, Е.А. Крылова.....</i>	
К вопросу активизации процесса формирования иноязычной коммуникативной компетенции .....	452
<i>А.Д. Федорова, А.В. Дмитриев .....</i>	
Роль архаичной лексики в британском сериале «Аббатство Даунтон» .....	457
<i>М.А. Филиппова, Н.В. Анисина, А.Д. Волошинова .....</i>	
Руководство по фирменному стилю как инструктирующий тип текста .....	462
<i>Цзинь Пин, Н.В. Семёнова .....</i>	
Критерии отбора лингвокультурного текста для учебных курсов по РКИ.....	468
<i>К. С. Широкова, В. Н. Варламова.....</i>	
Отражение национально-культурной специфики ФЕ с компонентом-названием стихий «вода» и «огонь» в английском и испанском языках .....	472

# **ПОЛИТЕХНИЧЕСКАЯ ВЕСНА**

## **ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ**

Материалы Всероссийской молодежной  
научно-практической конференции  
Санкт-Петербург  
2–3 апреля 2021 года

Налоговая льгота – Общероссийский классификатор продукции  
ОК 005-93, т. 2; 95 3004 – научная и производственная литература

---

Подписано в печать 05.07.2021. Формат 60×84/16. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 22,0. Тираж 100. Заказ 3214.

---

Отпечатано с готового оригинал-макета, предоставленного редколлегией,  
в Издательско-полиграфическом центре Политехнического университета.  
195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29.  
Тел.: (812) 552-77-17; 550-40-14.