

**Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ульяновский государственный университет»**

**УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ  
Ульяновского государственного университета**

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ ЯЗЫКА  
И ЛИНГВОДИДАКТИКИ**

**Серия Лингвистика**

**Выпуск 1 (25)**

**Под редакцией профессора А. И. Фефилова**

**Ульяновск 2020**

**ББК 81.0**  
**У91**

*Печатается по решению Ученого совета  
Института международных отношений  
Ульяновского государственного университета  
(протокол № 7 от 28 августа 2020 г.)*

**Редакционная коллегия:**

доктор филол. наук, проф. **А. И. Фефилов** (отв. редактор);  
доктор филол. наук, проф. **С. А. Борисова**;  
кандидат филол. наук **О. И. Осетрова**

**У91 Ученые записки Ульяновского государственного университета.**  
Актуальные проблемы теории языка и лингводидактики. Сер. Лингвистика.  
Вып. 1 (25) / под ред. проф. А. И. Фефилова. – Ульяновск : УлГУ, 2020. –  
192 с.

Ученые записки содержат статьи по методологии современной лингводидактики и методике преподавания иностранных языков, по актуальным проблемам теории языка и транслятологии, а также по теории и практике межкультурной коммуникации.

Рекомендуются для студентов-бакалавров, магистрантов, аспирантов, научных работников по профилю специальностей «Лингвистика и межкультурная коммуникация», «Перевод и переводоведение».

**ББК 81.0**

Директор Издательского центра *Т. В. Максимова*  
Оформление обложки *Р. А. Водениной*

***Печатается в авторской редакции***

Подписано в печать 27.11.2020.  
Формат 60x84/8. Гарнитура Arial. Усл. печ. л. 22,3.  
Тираж 100 экз. Заказ № 99 /

Оригинал-макет подготовлен и тираж отпечатан в Издательском центре  
Ульяновского государственного университета  
432017, г. Ульяновск, ул. Л. Толстого, 42

© Ульяновский государственный университет, 2020  
© Коллектив авторов, 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

От редколлегии.....	6
<b>Общие и частные вопросы языкознания.....</b>	<b>7</b>
<i>А. И. Фефилов</i> ГОВОРЕНИЕ КАК ФОРМА РЕЧЕМЫСЛИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....	7
<i>Е. И. Голованова, Ю. А. Нелюбина</i> ДИСКУРСИВНЫЙ ОБРАЗ ПРОФЕССИОНАЛА В КИНОТЕКСТЕ.....	13
<i>Р. Д. Урунова</i> ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА НА ЯЗЫКОВУЮ КОМПЕТЕНЦИЮ .....	18
<i>Е. В. Максимюк</i> ВЫБОР ЖАНРА КАК СПОСОБ ОТРАЖЕНИЯ ОБСТАНОВОЧНОЙ РЕФЕРЕНЦИИ В УСЛОВИЯХ КОММУНИКАТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ «НАЧАЛЬНИК – ПОДЧИНЕННЫЙ» В ФИЛЬМЕ «ДЕВЧАТА».....	22
<i>А. Ю. Юрковская, Т. В. Гречушникова</i> АЛЛЮЗИИ В МИКРОЖАНРОВЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТАХ КАК ИНСТРУМЕНТ КОМПРЕССИИ СМЫСЛОВ .....	28
<i>С. А. Кострубина, М. Г. Далакян</i> ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АББРЕВИАТУР В ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛАХ .....	33
<i>Д. В. Хусаинова, О. И. Осетрова</i> СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «РАСТЕНИЯ» В ТВОРЧЕСТВЕ Н.А. О'ШЕЙ .....	37
<i>А.Б. Алексеев</i> ДИСКУРС РЕАГИРОВАНИЯ: ЛИНГВОПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД.....	41
<i>Д. А. Сухих</i> ИРОНИЯ И САРКАЗМ В НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ ФРАНЦУЗСКИХ КОМИКСОВ.....	48
<i>Д.А. Литвиненко</i> МЕСТО НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ТЕКСТА В СИСТЕМЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СТИЛЕЙ .....	53
<i>В. Е. Иванова</i> ХАРАКТЕР ЧЕЛОВЕКА КАК ОБЪЕКТ СРАВНЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ .....	57
<i>К. М. Крылова</i> ИНТЕРВЕНЦИЯ КРИМИНАЛЬНОГО ЯЗЫКА: ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ .....	64
<b>Актуальные проблемы межкультурной коммуникации и транслятологии.....</b>	<b>67</b>
<i>Е. Н. Макарова</i> МЕЖЪЯЗЫКОВОЕ И КУЛЬТУРНОЕ ОБЩЕНИЕ В СРЕДЕ РОССИЙСКОГО ВУЗА.....	67
<i>Н. А. Гончарова, Д. У. Емакулова</i> ВЛИЯНИЕ БРЕНДИНГА НА СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК .....	71
<i>Д. И. Зайнуллина, Т. С. Алексеева</i> ЛЕКСИЧЕСКИЕ, ГРАММАТИЧЕСКИЕ И СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ .....	75
<i>Е. А. Путилина</i> РОЛЬ ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОНФЕРЕНЦ-ПЕРЕВОДЕ .....	80

<i>С. Ш. Рыткина, М. Ю. Смирнова</i> РОЛЬ ЛИЧНОСТИ В ИСТОРИИ И ЛИНГВИСТИКЕ .....	86
<i>И. Н. Соколова, А. Р. Тюрина</i> ГРАММАТИЧЕСКИЕ ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ АВИАЦИОННОЙ ТЕМАТИКИ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЯЗЫК .....	89
<i>В. В. Шнырикова, Ю. Г. Алексеев</i> ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ С РУССКОГО НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК (на материале рекламы Ульяновской области).....	92
<i>Н. С. Бурова</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ (на материале статей ресурса Popular Science).....	101
<i>А. В. Жегалина</i> ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ РУССКОЯЗЫЧНОЙ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК (на материале рекламы Ульяновской области).....	104
<i>Н. А. Калашникова, И. В. Калякин</i> ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕТСКИХ КНИГ И ИХ ПЕРЕВОДА.....	110
<i>М. В. Квасова</i> ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЮРИДИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА: ПЕРЕВОД СЛУЖЕБНЫХ СЛОВ.....	115
<i>М.А. Костюкова</i> ПРИМЕНЕНИЕ ГРАММАТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ПРЕДЛОЖНЫХ КОНСТРУКЦИЙ С КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ .....	118
<i>А. Ю. Наумова</i> ЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА КИТАЙЦЕВ .....	123
<i>К. А. Скворцова</i> ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЭВФЕМИЗМОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК .....	127
<b>Лингводидактические исследования.....</b>	<b>132</b>
<i>Л. Р. Радченко, И. А. Пуник</i> СПЕЦИФИКА ЗАДАНИЙ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ КОНСПЕКТИВНОМУ ПЕРЕВОДУ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ.....	132
<i>Ю. Г. Алексеев, Т. С. Алексеева</i> АНАЛИЗ РАБОТ VII КОНКУРСА МОЛОДОГО ПЕРЕВОДЧИКА-2019 УлГУ .....	137
<i>М. А. Балакирева, И. С. Крестинский</i> ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ДИСТАНЦИОННОГО ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ: ОПЫТ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО И МЕТОДИЧЕСКОГО АНАЛИЗА.....	144
<i>О. Ю. Кузнецова</i> ОБУЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ ВЫСКАЗЫВАНИЮ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ НА ОСНОВЕ ТЕКСТА.....	152
<i>В. А. Рюмина, М. Ю. Карцева, И. В. Селезнева</i> «НЕМЫЕ» КОМИКСЫ И ИХ ДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРИ ОБУЧЕНИИ НЕМЕЦКОМУ ЯЗЫКУ.....	155

<i>Н. Г. Соснина</i> ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ АСПЕКТОВ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ШКОЛЕ .....	159
<i>Е. И. Крашенинникова, Л. П. Данилина</i> ПРОБЛЕМЫ РЕШЕНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ ЗАДАЧИ В РАЗДЕЛЕ «ПИСЬМО» ЕГЭ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ .....	162
<i>А. С. Пенизова</i> СОВРЕМЕННЫЕ И ИСТОРИЧЕСКИЕ ФОНЕТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В ДЕТСКОЙ РЕЧИ .....	165
<b>Лингвокраеведение, фольклористика .....</b>	<b>169</b>
<i>Е. И. Абрамова, М. С. Макеева</i> ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ГРУППЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ КЕЛЬТСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ .....	169
<i>Е. М. Галанова, И. В. Грибанова</i> СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ФОЛЬКЛОРНОЙ ПРАКТИКИ В УСЛОВИЯХ ГОРОДА (на примере г. Севастополя) .....	173
<i>А. О. Столярова</i> ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ АМЕРИКАНСКИХ БИЗНЕСМЕНОВ В СИТУАЦИИ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ (на материале кинематографа) .....	177
<i>Е. В. Сутягина, Е. А. Шемякина</i> БРИТАНСКИЕ АКЦЕНТЫ И ПРИЧИНЫ ИХ РАЗНООБРАЗИЯ .....	182
<i>Е. А. Шемякина, Е. О. Конева</i> ИСТОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ АМЕРИКАНСКОГО ВАРИАНТА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА .....	186
<b>Сведения об авторах .....</b>	<b>190</b>

## ОТ РЕДКОЛЛЕГИИ

В основу сборника «Учёные записки УлГУ», серия «Лингвистика» за 2020 год легли труды преподавателей, аспирантов, студентов бакалавриата и магистратуры вузов Москвы, Твери, Севастополя, Екатеринбурга, Иркутска, Казани, Челябинска, Череповца, Омска и других городов России, принимавших участие в работе ежегодной Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы теории языка и лингводидактики».

Открывает сборник и раздел «Общие и частные вопросы языкознания» статья профессора А.И.Фефилова, посвященная проблеме говорения. Автор предлагает исключать бездумное говорение в любом виде учебной деятельности, помочь обучающимся увидеть за вербальной упаковкой живую мысль. Авторы раздела рассматривают такие феномены, как вербализация образа профессионала через особенности его репрезентации в кинотексте, воздействие продуктов цифровых технологий на языковую компетенцию молодёжи, стратегические и поведенческие доминанты носителя языка, средства компрессии на разных языковых уровнях – микротекстовом и дериватологическом, а также многие другие теоретические и практические вопросы.

Самый широко представленный раздел «Актуальные проблемы межкультурной коммуникации и транслятологии» открывает статья, в которой поднимается одна из самых актуальных проблем современного высшего образования, а именно основные факторы, определяющие успешное межкультурное взаимодействие представителей разных стран в стенах отечественных университетов. Авторы данного раздела рассматривают проблемы перевода юридических, научно-популярных, рекламных текстов и т.п. Обращает на себя внимание интерес к трудностям перевода с китайского языка и к ознакомлению с лингвоментальной картиной мира китайцев.

В этом году секция, посвященная преподаванию иностранных языков и лингвистических дисциплин, не была столь же популярна, как обычно, однако в ней чётко выделяется магистральное – дидактическое – направление. Авторы рассматривают самые разные аспекты преподавательской деятельности – от использования комиксов до применения онлайн-платформы для дистанционного изучения иностранных языков. Хотелось бы также отметить две аналитические публикации: одна посвящена рассмотрению итогов очередного Всероссийского конкурса молодого переводчика, проводимого в УлГУ, другая – анализу ошибок в письменных заданиях с развёрнутым ответом ЕГЭ.

Завершает сборник раздел «Лингвокраеведение, фольклористика», куда вошли статьи, посвященные региональным вариантам и диалектам английского языка, а также речевому поведению американских бизнесменов. Украшением раздела и сборника стала публикация наших севастопольских коллег об особенностях организации фольклорной практики в городских условиях.

Отметим высокую активность студентов Московского государственного областного университета, Уральского государственного экономического университета, Ульяновского государственного университета Иркутского государственного университета, среди которых стипендиаты и соискатели стипендии Оксфордского российского фонда.

Надеемся, что изданные в нашем сборнике статьи будут полезны нашим читателям и авторам, предоставят материал для размышлений и дискуссии. Благодарим научных руководителей студентов, магистрантов и аспирантов, желаем дальнейших творческих и научных успехов, а также приглашаем к продолжению сотрудничества!

## ГОВОРЕНИЕ КАК ФОРМА РЕЧЕМЫСЛИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А. И. Фефилов

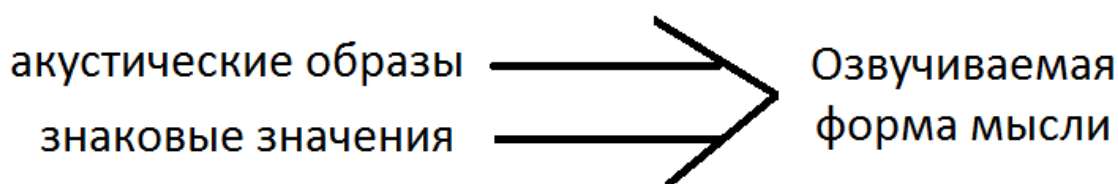
Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск

Говорение представляет собой выражение своих или чужих мыслей в форме устной речи. Возникает вопрос: От чего отталкивается говорящий - от мысли или от языка? Большинство лингвистов, взрослых на представлениях о языке, как инструменте обозначения мысли, находящегося, по логике данного распространённого в лингвофилософии мнения, вне языка, заявят, что говорящий отталкивается от мысли. Некоторые языковеды усомнятся в этом и приведут антиаргумент, в соответствии с которым мысль не существует в «голом» виде. И, поэтому выразят мнение, что говорящий исходит скорее всего от языка.

Не вдаваясь в дискуссию по данному вопросу, выразим свою *интегративную* точку зрения относительно проблемы соотношения языка и мышления и сформулируем ответ следующим образом: Гово-

рящий отталкивается от вербализованной (оязыковлённой и частично оречевлённой) мысли. Оязыковление мысли – это *план объективации*, т.е. переход мыслительных понятий и категорий в лексические и грамматические значения в ретроспективном плане. Оречевление мысли в полном объёме связано с процессами обозначения и выражения продуктов мыслительной деятельности. Это – *акт репрезентации*. Таким образом, вербализация мысли предшествует говорению – озвучиванию мысли. Озвучивается не голая, а оязыковлённая и оречевлённая мысль. Это – перевод «внутреннего языка», или «внутренней речи» во внешнюю речевую деятельность, т.е. переход двух идеальностей – акустических образов (акустем) и языковой семантики в материализованную форму, см. рис. 1.

Рис. 1. Материализованная форма мысли



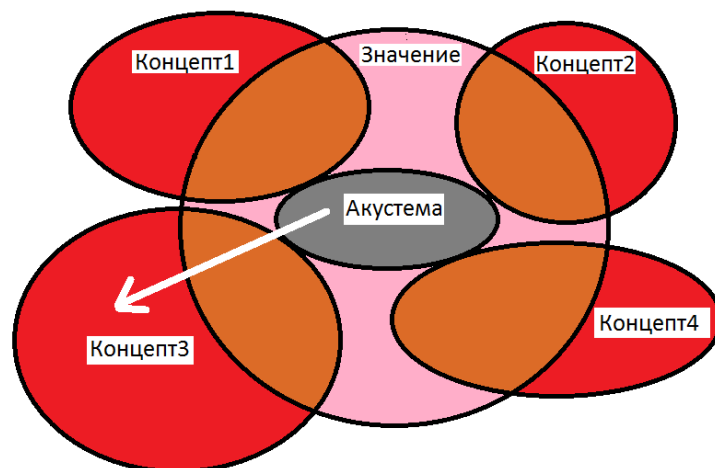
Речевая ипостась языка – это и есть форма мысли. Говорящий переводит вербализованную мысль в речевое действие, во внешнее физиологическое проявление мысли – сообщает *что-то* с помощью членораздельных звуков; побуждает *кого-то* к ответному речевому или неречевому действию.

Такое говорение является в определённой степени креативным. «Творчество» говорящего проявляется в подборе нужных оязыковлённых мыслительных понятий, отложившихся в *вербально-концептуальной* памяти в сознании.

Тривиальное мнение о том, что говорящий устанавливает связи между языковыми значениями и ментальными концептами, является не убедительным аргументом и в большей мере представляет собой результат аналитического лингвистического мышления – склонностью научного сознания расщеплять живое целое на мёртвые части.

Вербально-концептуальную «картину мира» представим в следующем рисунке, см. рис. 2.

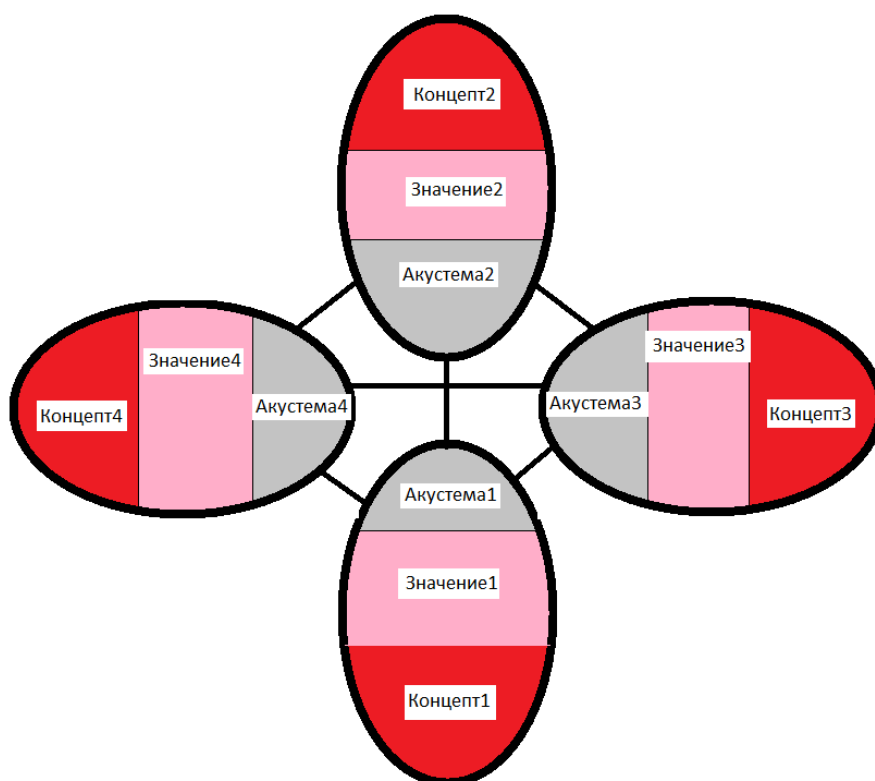
Рис. 2. Вербально-концептуальный комплекс, или кластер



Выбор необходимого тематического фрагмента из кластера (см. стрелку) – это актуализация цепочки АКУСТЕМА – ЧАСТЬ ЗНАЧЕНИЯ – ЧАСТЬ КОНЦЕПТА, ЗАДЕЙСТВОВАННАЯ значением, и возможный выход на НЕЗАДЕЙСТВОВАННУЮ ЧАСТЬ КОНЦЕПТА, ср. Акустема – Значение –

Концепт3. Незадействованная, или неинтегрированная часть концепта сопряжена с задействованной частью. Выбор – это акустемно-семантико-концептуальная селекция. Первичное, исходное звено цепочки – акустема. Связь акустем образует ассоциативный акустемный узел, см. рис. 3.

Рис. 3. Ассоциативное акустическое поле



Таким образом, концепты (мыслительные понятия и фрагменты понятий) связаны друг с другом через акустемы, акустические ассоциации. Селекция предполагает ограничение (рестрикцию)

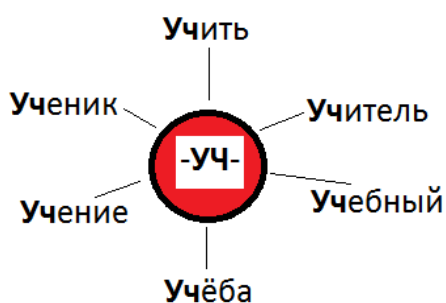
концептов. Концепты ограничиваются через семантику языковых единиц и категорий, как через свои вербальные прообразы, часто примитивные, наивные по ха-



рактору и формально-классификационные по функции.

Итак, наше внутреннее мышление («глухие мысли», по В.Лейбницу) начинается с акустемы и перерастает в озвученное внешнее мышление, т.е. в речемышление, или говорение. Сначала задействуются акустемные ассоциации. Далее выбирается кластерная цепочка, подлежащая озвучиванию и актуализируются (осознаются) семантические образы и закреплённые за ними мыслительные понятия (концепты) по сходству, частичному или полному совпадению, по тематической отнесённости, по контрасту и др. ср. *учитель, педагог, воспитатель; стол, стул, диван, шкаф; горячо – холодно, хорошо – плохо*. Однако в первую очередь ассоциируются знаковые парадигмы, имеющие единый акустемный корень, или даже слоговое акустическое сходство, см. рис. 4.

Рис. 4. Акустические ассоциации языковых единиц в едином парадигматическом поле



Однако ассоциации не всегда строятся на единстве корневых акустем. Иногда акустический образ ассоциативно «выстреливает», освобождаясь от семантической зависимости. Образующийся «паталогический» ассоциативный узел сначала формирует псевдопарадигматическое поле, а затем актуализирует случайные синтагматические связи слов в тексте, обычно дистанционные, а не контактные, ср. *учитель – участковый – куча – туча; Участковый посмотрел на часы, допил чай и, молча, лёг на топчан*.

Акустемное созвучие лежит в основе стихотворной рифмы. Если рифмованные слова обнаруживают хоть какое-то семантическое единство или тематическое родство, это усиливает и обогащает эстетическое восприятие, ср. стихотворение Омар Хаяма (Переводчик К.Мазурин-Герра):

*Учитель, ты знаешь, бывает так  
трудно*

*Учить дураков, но бывает трудней  
Учить молодёжь (ведь она всех умней!),-  
Тогда-то становится тошно и нудно...  
Уча, ты в науку сам глубже вникаешь –  
К стыду своему сознаёшь, замечаешь  
Что многого сам ты, премудрый,  
не знаешь!*

Наличие смысловой созвучности (гармоничности) между акустемной оболочкой и содержанием поэтического произведения повышает эстетическую ценность последнего. Зачастую в переводах «характер звучания» не учитывается или неподвластен переводу в силу различий фонетических систем переводимого и переводящего языков. Достаточно сравнить в этой связи переводы одного стихотворения немецкого поэта И.В.Гёте.

Оригинал:

*Über allen Gipfeln  
Ist Ruh,  
In allen Wipfeln  
Spürest du  
Kaum einen Hauch;  
Die Vögelein schweigen im Walde.  
Warte nur, balde  
Ruhest du auch.*

Переводы:

*Перевод М. Лермонова  
Горные вершины  
Спят во тьме ночной;  
Тихие долины  
Полны свежей мглой;  
Не пылит дорога,  
Не дрожат листья...  
Подожди немного,  
Отдохнешь и ты.*

**Перевод В. Брюсова:**

*На всех вершинах  
Покой;  
В листве, в долинах  
Ни одной  
Не дрогнет черты;  
Птицы спят в молчании бора,  
Подожди только: скоро  
Уснешь и ты.*

**Перевод И. Анненского:**

*Над высью горной  
Тишь.  
В листве уж черной  
Не ощутишь*

*Ни дуновенья.  
В чаще затих полет...  
О, подожди!.. Мновенье –  
Тишь и тебя... возьмет.*

**Перевод Б. Пастернака:**  
*Мирно высятся горы.  
В полусон  
Каждый листик средь бора  
На краю косогора  
Погружен.  
Птичек замерли хоры.  
Погоди: будет скоро  
И тебе угомон.*

Подготовительный селективный этап, или *предговорение*, является тернарным по характеру, ср.

1. Выбор исходного *тематического* компонента вербально-концептуальной цепочки в кластере.

2. Выбор замыкающего *рематического* компонента вербально-концептуальной цепочки в кластере.

3. Выбор *релятора* - связующего, предизирующего компонента вербально-концептуальной цепочки в кластере.

Озвучивается или вынашивается в материальной форме следующая тернарная структура: 1\_2\_3. Это и есть процедура оречевления мысли, или говорение.

Как было отмечено выше, этот тип речевого поведения является более или менее креативным в силу того, что говорящий сам высказывает (выражает) чужие или собственные мысли в отличие, например, от *чтения* (воспроизведения, озвучивания) письменного текста.

*Чтение как говорение* относится к иному, непродуктивному или репродуктивному виду речевой деятельности, поскольку его основная цель – озвучивание и понимание письменного текста. Иногда имеет место чтение без понимания (бездумное чтение) или без осознания идеи прочитываемого текста (Ситуация: «Понимаю, о чём говорится (осознаю содержание), но не улавливаю смысл, намерения автора – с какой целью говорится»). Ясно, что для полноценного понимания читаемого текста, необходим анализ текста с обдумыванием, повторным прочтением и сравнением некоторых пассажей текста (ретроспективное чтение), т.е. интерпретация (толкование) текста. Бездумное чтение – это *считывание* текста без проникновения в его содержание и

коммуникативные смыслы. Таким способом проговариваются письменные тексты докладов, составленные не самим докладчиком, а его помощниками. Так читаются лекции неопытными лекторами, глаза которых забегают вперёд (по тексту), а «озвучка» текста отстаёт и превращается в механическую (техническую) процедуру.

Как особый вид речевой деятельности целесообразно также выделять *чтение поэтических и художественных произведений* «на память» или по тексту. Сюда же можно отнести актёрскую речь. Успех декламирования (рецитирования) обеспечен тому исполнителю, который не забывает произносить текст осмысленно, т.е. который вживается в содержание и смыслы текста, оснащая свою речь соответствующими невербальными средствами – жестами, мимикой, позой. Выразительное чтение или воспроизводство монологического и диалогического текста по памяти требует от исполнителя умений и навыков связывать смысл текста с иными, неречевыми действиями, например, со сценическим поведением с учётом других игровых коммуникантов.

Выбор реляторного звена в кластерной бинарной или тернарной цепочке при производстве сначала «внутренней», а затем «внешней» речи осуществляет *координативное сознание* говорящего, неразвитость которого имеет своим следствием говорение с паузами, с бессмысленными протягиваниями звуков, «мычанием», вставками в речь слов паразитов и т.п.

Координативное сознание ответственно за линейную контактную связь отдельных речеслов (простых и сложных локутом) или речесловных комплексов (синтагм атрибутивного или предикативного типа, т.е. предложений). Линейные контактные связи устанавливаются более или менее осознанно.

Особый вид говорения представляет собой перевод (транспозиция) письменного текста в устную монологическую речь, т.е. *пересказ*. К сожалению, в большинстве случаев обучающиеся не владеют навыками и умениями данной речевой практики, так как зачастую не знакомы с образцами устной речи и пересказывают текст с использованием упрощённых или переименованных письменных конструкций (в лучшем случае!). Это на самом деле не пересказ, а передача содер-

жания письменного текста с характерными для него синтаксическими конструкциями в устной форме (а не в форме устной речи!). Это элементарное *озвучивание* письменного текста.

Ещё один вид говорения – *диалог* (речь между двумя коммуникантами с использованием дополнительных знаковых систем невербального порядка – мимики, жестов). В обыденной жизни мы имеем дело с спонтанным диалогом. На занятиях по иностранному языку (на практике речевого общения) чаще используется так называемый *подготовленный диалог*, когда задаётся тема разговора, распределяются роли и разрабатывается сценарий речевого поведения. При этом обучающие делают письменные заготовки для проигрываемой диалогической речи. Такая искусственная, «учебная» диалогическая речь не является производящей – способствующей развитию вербально-концептуального мышления. Она является воспроизводящей и полезна только для закрепления каких-то речевых образцов и для тренировки вербальной памяти, что на первоначальном этапе развития речевых навыков вполне оправданно, так как отрабатываются определённые стереотипы вербальной деятельности (закрепляются нормативные грамматические конструкции и лексико-синтаксические обороты). Считывание же диалогической речи с листа, что также имеет место быть на занятиях по практике речевого общения, – это всего лишь корректировочное чтение – проверка студентом сконструированного в письменной форме диалога на правильность и «учебная мука» для преподавателя.

При использовании метода перевода письменной речи в устную речь, как то: адаптивное чтение (усечение, расширение, разбиение сложных словообразовательных и синтаксических конструкций на более простые, упрощённые), использование в пересказе связующих оборотов, вводных предложений, чревато целым рядом методических опасностей, это:

1. Использование в пересказе слов и синтаксических конструкций (особенно

придаточных предложений), не типичных для устной речи.

2. Развитие навыков нормативного, но *бездумного* реконструирования письменного текста с опорой на визуальность (наличие письменного текста перед глазами) – обучающийся, глядя в текст, преобразует его по шаблону в текст устный по форме, последовательно, предложение за предложением, абзац за абзацем. (Случай довольно распространённый на занятиях по практике речевого общения, приводящий преподавателя в «трудовой восторг», и приносящий студенту высокие дивиденды – положительные оценки). Когда такие «навыки» становятся самоцелью, говорение остаётся искусственным, скованным и не выходит за рамки воспроизводящей деятельности.

3. Репродуцирующее говорение на иностранном языке может привести к так называемому «вербальному (бездумному) учению». Язык превращается при этом в полигон формального манипулирования языковыми знаками и конструкциями – в игру словами и грамматическими формами безотносительно к мышлению. Это формальное подобие мышления, *роботоподобное* речевое действие, в котором отсутствует думающий человек, личность. Обучающийся «учится» правильно оформлять свою речь, не зная, не понимая, что он говорит. Для того чтобы избежать этого преподаватель должен уметь, как говорят эзотерики, «отключать механистический ум» обучающихся; деавтоматизировать человеческое сознание и пробуждать у обучающихся крепко спящую душу.

Что нужно делать конкретно?

– Ломать клише учебной деятельности и искусственного речевого поведения.

- Помочь обучающимся увидеть за вербальной упаковкой живую мысль.

- Исключать бездумное говорение в любом виде учебной деятельности.

Продемонстрируем суть сказанного на «метафоре с конфеткой».

- Что Вы видите на следующей фотографии? (см. рис. 5)

Рис. 5. Конфета



Стереотипный ответ:

- Это конфетка в виде «Мишки»!

Тот, кто ел данную конфетку, знает, что она завернута в фантик с изображением Мишки и представляет собой не одну, как кажется на первый взгляд, а две круглые конфетки (см. рис. 6).

Рис. 6. Конфета развёрнута



Вывод:

- Мы занимаемся преимущественно изучением обёртки, фантика, т.е. вербальной стороной языка (из чего состоит язык, как он организован) в отрыве от мыслительного содержания. От такого

изучения «конфетки» не становится сладко во рту. Мы по-прежнему не мыслим.

- Говорить, изъясняться на (иностранном) языке означает ясно *выражать свои мысли* с помощью языка.

## ДИСКУРСИВНЫЙ ОБРАЗ ПРОФЕССИОНАЛА В КИНОТЕКСТЕ

*Е. И. Голованова, Ю. А. Нелюбина*

*Челябинский государственный университет, г. Челябинск*

**Аннотация.** В статье рассматриваются лингвистические особенности конструирования образа профессионала в художественном кинотексте. Выявляется круг наиболее значимых дискурсивных характеристик персонажа, которые группируются в зависимости от их источника в три категории: автодискурс, гетеродискурс и парадискурс.

**Ключевые слова:** образ профессионала, кинодискурс, кинотекст, автодискурс, гетеродискурс, парадискурс.

Многомерность и глубина любого художественного произведения достигается за счет организации звучания в нем разнообразных точек зрения. Голоса главных и второстепенных персонажей произведения, голос самого автора, а нередко и его оппонента (читателя или кого-либо еще) создают в произведении сложное диалогическое пространство, в рамках которого транслируются различные представления, мнения, оценки, обобщенные и осмысленные автором. Как писал М. М. Бахтин, «слово героя о самом себе и о своем мире органически сливается с авторским словом о нем и о его мире <...> образ становится открытым, живым взаимодействием миров, точек зрения, акцентов» [Бахтин, 2012: 165].

Именно стремление преодолеть абстрактность художественного образа заставляет автора насыщать его портрет деталями, в том числе связанными с профессиональным бытием, поскольку в ходе активного взаимодействия с миром человек накапливает непосредственные впечатления и наблюдения, из которых складывается принадлежащая ему картина мира. В итоге мир профессии составляет важную часть художественного пространства.

Маркерами профессии в художественном дискурсе могут выступать наименование лиц, названия инструментов, объектов и продуктов профессиональной деятельности, термины и другие профессионально значимые единицы в речи персонажей или в авторском повествовании.

Профессиональная принадлежность того или иного персонажа, особенности его картины мира, связанные с родом занятий, оказываются значимым моментом для художественных обобщений и размышлений. При этом реалии профессионального мира, как правило, не копируют-

ся, а творчески конструируется – в соответствии с художественным замыслом авторов. Как справедливо указывает Н. С. Болотнова, «структура, семантика и прагматика текста <...> подчинены выражению авторской интенции и ее экспликации» [Болотнова, 2009: 164]. Именно поэтому профессия в кинодискурсе становится не только фактором построения сюжета, но и важным элементом смыслообразования. Через апелляцию к тем или иным профессиональным объектам и характеристикам, в том числе по-новому увиденным художником, становится возможным выйти на философский уровень осмысления проблем. Обращение к профессиональному миру в художественном дискурсе нередко необходимо и для того, чтобы путем создания реалистичности «внешней» деятельности героев, с помощью имитации реальности происходящего подчеркнуть условность или фантастичность изображаемого.

Иными словами, специальная лексика и целые фрагменты профессиональной речи в кинотексте, репрезентируя определенные профессиональные концепты, могут выступать катализатором важных для понимания смыслов. С одной стороны, эти концепты играют роль фона для изображаемых событий; с другой, они могут стать основой для авторских размышлений и широких художественных обобщений (см. об этом: [Голованова, 2013]; [Голованова, 2018]).

В настоящем исследовании речь пойдет о кинообразе как важнейшей составляющей художественного кинодискурса. Кинообраз формируется на протяжении всего кинотекста (под которым понимается отдельное произведение кинодискурса), выявляя новые его стороны и создавая целостное представление о нем.

В русском языковом сознании под образом понимается «вид, облик», «живое

наглядное представление о ком-чем-н.» [Ожегов, 1994: 427]. В художественной коммуникации образ создается с помощью различных средств: речи героя, его поступков, отзывов и оценок третьих лиц, обстоятельств действия и т.д. При этом первостепенную значимость, как отмечают лингвисты, все-таки имеет речевое поведение героев [Чеботникова, 2011]. Согласно точке зрения В. П. Конечкой, кинообраз – это «единица, специфическая для кино, <...> передающая в общеобразной форме смысловую и оценочную информацию о персонажах и их отношениях, о Времени и идеях, об обществе и социальных ценностях». Исследователь подчеркивает, что «эта информация интерпретируется адекватно лишь на фоне всего фильма, хотя формально складывается из информации эпизодов» [Конечкая, 1997: 93].

Основным средством формирования кинообраза выступает диалог – здесь задается контекст ситуации, в которой киногерой может раскрыть себя. В кинодиалоге принадлежность говорящего к тому или иному профессиональному миру часто обнаруживается через используемые им термины и профессионализмы. Кроме того, в речи киноперсонажей могут актуализироваться речевые клише, характерные для определенной профессиональной общности, упоминаться прецедентные в рамках профессиональной сферы ситуации и имена.

Помимо звучащей речи киноперсонажей, в формировании образа профессионала участвуют различные вербальные единицы: надписи, таблички, стереотипно воспринимаемые как часть корпоративной среды (например, табличка с фамилией и должностью врача в медицинском учреждении, надпись у входа в кабинет должностного лица на предприятии).

Кинообраз может быть центральным или периферийным, в зависимости от замысла коллективного автора. Кинообраз профессионала, выступающий в качестве центрального, формируется с помощью набора характерных для профессиональной среды языковых средств, а также способов вербализации. В качестве таких средств выступает профессиональная лексика, речевые клише, прецедентные коммуникативные ситуации, прецедентные тексты и имена. Основными способами вербализации кинообраза профес-

сионала выступают *автодискурс*, *гетеродискурс* и *парадискурс*. При создании периферийного образа профессионала, как правило, не задействуется названный комплекс средств и способов его репрезентации. Этот образ ограничивается визуальными и аудиальными маркерами профессии: форменная одежда, типичная рабочая обстановка, характерное звуковое сопровождение и т. п.

Механизмом, способствующим формированию кинообраза профессионала и получению синтезированной информации о нем из использованных в кинотексте когнитивно-дискурсивных средств, является инференция [Нелюбина, 2016]. Каждый представитель профессии может быть идентифицирован через особенности присущего ему речевого поведения. Клишированные единицы включают типичные для данной социально-профессиональной среды пословицы, поговорки, афоризмы, цитаты, фразеологизмы (см. подробнее: [Скрипичникова, 2016]). Использование ненормативной лексики или, наоборот, ориентация на кодифицированный литературный язык также является маркером речевого поведения представителя определенной профессии. Названные средства выполняют различные функции и служат идентификации их носителей [Кубрякова, 2012: 141] в кинодискурсе. В свою очередь средства реализуются в рамках трех указанных выше способов: автодискурс, гетеродискурс, парадискурс.

Под *автодискурсом* понимается совокупность высказываний, реплик конкретного персонажа, произнесенных им на протяжении кинотекста. В них он «овнешняет» свои профессиональные знания, демонстрирует компетентность в специальных вопросах, реализует себя как профессиональная личность, во всем комплексе ее ценностей и приоритетов [Голованова, 2011: 188–189]. Проиллюстрируем это на примере кинотекста «Участок» (т/с, реж. А. Баранов, Россия, 2003).

Центральный персонаж кинотекста, участковый Кравцов, представлен в качестве придерживающегося буквы закона сотрудника милиции: «Спасибо, я не пью. В форме **не положено**», «**Я не имею права его отпустить**», «...ну нельзя так! Как же Вы не можете понять? <...> **Я по закону его взял. И отпустить могу только по закону**». Его профессиональ-

ная принадлежность актуализируется с помощью различных маркеров модальности должностования: «*Андрей Ильич, мне нужен транспорт. Я должен в район его отвезти. Протокол я уже начал составлять*», «*Прошу прощения, нельзя*», «*Закон никто не отменял. Он совершил преступление, его надо наказать*».

Для дискурса героя характерна вежливость, которую он проявляет даже тогда, когда она, казалось бы, не уместна, например, в коммуникации с задержанным: «*Позвольте представиться, старший лейтенант Кравцов Пал Сергеевич. Извините, но вынужден Вас арестовать*». Кравцов молча выслушивает обвинения недовольных жителей в свой адрес и тем самым демонстрирует важные профессиональные качества сотрудника правоохранительных органов – хладнокровие и сдержанность.

Под **гетеродискурсом** понимается речь иных персонажей, дающих оценку профессионалу, раскрывающих какие-либо факты его биографии и т.п. Это речь героев, составляющих окружение лица. Они могут употреблять типичные для него слова и выражения, а потому создают дополнительный фон для раскрытия образа профессионала.

Одной из особенностей упомянутого кинотекста является наличие рассказчика – пса, с помощью которого зрители получают информацию о Кравцове: «*Пал Сергеевич <...> очень любил свою жену, Людмилу Евгеньевну. Она любила его, но не любила его работу. Он был оперативник. Кравцов работал как папа Карло <...> без выходных. <...> Начальство ценило за это Кравцова и даже предложило ему повышение*». В данном фрагменте использована лишь одна специальная единица – профессионализм «оперативник», но с его помощью задается повседневный контекст профессии милиционера. Жители Анисовки также дают характеристику Кравцову прямо или косвенно: «*Не хозяин он себе, не хозяин*» (тетя Даша), «*Не обманули, значит, женщин. Пообещали и приехали. Первый раз я таких мужчин-то вижу*», «*Такой симпатичный, такой несговорчивый*» (Рыжая).

Пес характеризует своего хозяина как ответственного и порядочного человека, однако администрация поселка расценивает его приезд как катастрофу, наруше-

ние установившегося положения дел. Особенно подчеркивается принципиальность Кравцова (или упрямство, как думают сельские жители): «*Принципиальный*» (Суриков), «*Душа горит, ты чего? Человек или нет?*» (Суриков), «*Ну вот и жди, раз такой упрямый*» (Председатель). В составе гетеродискурса присутствуют и положительные характеристики героя как человека слова, всего себя отдающего службе, стремящегося навести порядок, установить верховенство закона.

Под **парадискурсом** мы понимаем все вербальные знаки, появляющиеся в кинотексте: надписи на табличках, записи в удостоверении и т. п. Иными словами, парадискурс складывается из так называемых малых или малоформатных текстов, «*текстов в тексте*» по терминологии Е. С. Кубряковой [Кубрякова, 2012: 136] и Н. Ю. Петровой [Петрова, 2005], включая само название кинофильма, использованные в нем ремарки и т.д. Все указанные вербальные и невербальные способы и средства так или иначе участвуют в создании образа профессионала, раскрывая его с разных сторон.

В рассматриваемом кинотексте название «Участок», имеющее непосредственную связь с концептосферой сотрудников правоохранительных органов, одновременно формирует представление о месте изображаемых событий, о деятельности главного персонажа и выводит весь текст на уровень художественного обобщения (поскольку для каждого участкового милиционера именно участок выступает основным объектом приложения его профессиональных знаний и умений, в общении с жителями участка протекает его повседневная жизнь).

Обратимся к образу руководителя в фильме известного советского режиссера С. А. Герасимова «У озера». В центре внимания киноповествования – строительство целлюлозно-бумажного завода на берегу озера Байкал, против которого выступают местные жители, и прежде всего известный ученый Бармин и его дочь Елена. Возглавляет строительство Василий Черных, один из главных персонажей кинофильма. Покажем особенности вербализации его образа в кинотексте на основе когнитивно-дискурсивного подхода (подробнее см.: [Голованова, Нелюбина, 2015]).

Руководитель, как и любой профессионал, сочетает в себе различные компетенции, в том числе умение оперировать узкоспециальными понятиями, создавать профессиональные тексты, управлять общением, что подразумевает владение терминами, профессионализмами и, возможно, профессиональными жаргонизмами [Голованова, 2008]. Кроме того, о профессии и должности киноперсонажа мы судим по прецедентным ситуациям, в которые он оказывается вовлеченным.

В кинотексте «У озера» представлены два типа руководителя: один воплощен в образе главного героя, Василия Черных, второй – в образе Ивана Сергеевича Иванова, его начальника из центра.

В качестве прецедентной ситуации мы рассматриваем, в частности, знакомство Черных и Иванова с профессором Барминым. Во время этой встречи сталкиваются разные подходы и точки зрения – опытного производственника, прагматика, с одной стороны, и ученого, представителя науки, с другой. В кинотексте использованы и другие прецедентные ситуации: показ производственной лаборатории, деловой разговор между местным начальником и начальником из центра (по поводу увеличения мощностей завода). По этим ситуациям мы можем судить о том, как формируется кинообраз руководителя и что он собой представляет.

В рассматриваемом кинотексте обращает на себя внимание незначительная представленность профессиональной лексики в речи героя. Восприятие персонажа основывается прежде всего на его внешнем облике: деловой костюм, определенные жесты (например, положение рук на бедрах у Черных, руки за спиной – у Иванова). Образ руководителя создается также с помощью обстановки: служебный кабинет, непрерывно звонящий телефон, формирующий ощущение напряженного рабочего дня. Кроме того, значимы обсуждаемые темы, а именно – загрязнение Байкала, необходимость очистки сточных вод – всё это в целом формирует образ руководителя.

Для Черных работа – это главное. Его автодискурс демонстрирует вдумчивость и ответственный подход героя к делу: *«Да нет, тут надо всем хорошенько подумать»*, *«Будет смысл. Ручаюсь»*. *«Если всерьез захотите, если очень захочешь*

*и всерьез, все можно сделать»*, *«Предлагайте что-то конкретное, советуйте что-нибудь»*. Показателен монолог Черных: *«Сколько себя помню на этой работе, вечно одно и то же. И клянут, и клянут, и клянут нашего брата. Прямо затосковать можно. И ведь ничего не меняется, ничего не меняется, как было, так и есть. А как только заходит речь об охране природы, находятся аргументы: «Давайте подождем, завтра сделаем». А еще состроим умный вид и подмигнем. Мол, есть дело поважнее. И вот получается, все может человек. Современная наука и техника творит чудеса. А вот научиться очистить сбросовую воду не можем, не можем ни в какую»*.

Несмотря на то, что в приведенном фрагменте присутствует единственный специальный термин «сбросовая вода», для зрителя очевидно, что перед ним руководитель. Во-первых, обращает на себя внимание уверенность Черных, построение им высказываний с глаголами первого лица, что характеризует его как человека, привыкшего к отстаиванию собственной позиции. Во-вторых, Черных как человек дела апеллирует к своему предыдущему опыту, его автодискурс изобилует вербализаторами концептов «работа», «дело», «труд», «результат». При этом интересующий нас парадискурс в данном кинотексте практически не представлен.

Таким образом, специфические речевые клише, тематика разговора в рамках прецедентных профессиональных ситуаций, акцентированное внимание на вопросах экономики, хозяйствования, на важности труда, прямое выражение собственного мнения – все это выдает в Черных руководителя, который рационален, умен, работает на благо общества, прилагает максимум усилий для сохранения природы, ищет наиболее оптимальные пути решения проблем.

Анализ вербализации образа профессионала через выявление способов и средств его репрезентации в кинотексте представляется нам перспективным, а предложенная методика может быть экстраполирована на анализ образа профессионала в художественном и публицистическом дискурсе различных разновидностей.



### *Литература*

1. Бахтин М. М. Собрание сочинений. Т. 3: Теория романа (1930-1961 гг.). М.: Языки славянских культур, 2012. 880 с.
2. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста: учеб. пособие. 4-е изд. М.: Флинта: Наука, 2009. 520 с.
3. Голованова Е. И. Введение в когнитивное терминоведение: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2011. 224 с.
4. Голованова Е. И. Интердискурсивность прозы Владимира Богомолова // Художественный текст: проблемы чтения и понимания в современном обществе: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с международным участием. Стерлитамак, 2018. С. 236–241.
5. Голованова Е. И. Профессиональный дискурс и художественный текст (к проблеме полидискурсивности) // Человек и язык в коммуникативном пространстве. 2013. № 4. С. 26–30.
6. Голованова Е. И. Типология единиц профессиональной коммуникации: когнитивно-прагматический аспект // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 9 (110). С. 25–28.
7. Голованова Е. И., Нелюбина Ю. А. Когнитивно-дискурсивный подход к анализу кинообраза профессионала // Когнитивные исследования языка. 2015. Вып. XXI. С. 540–543.
8. Конечкая В. П. Социология коммуникации. М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. 304 с.
9. Кубрякова Е. С. В поисках сущности языка: Когнитивные исследования. М.: Знак, 2012. 208 с.
10. Нелюбина Ю. А. Профессиональная лексика как основа операции инференции в кинодискурсе // Когнитивные исследования языка. 2016. Вып. XXVI. С. 550–554.
11. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М.: АЗЪ, 1994. 928 с.
12. Петрова Н. Ю. Особенности публицистических текстов малого формата (на материале кратких заметок журнала «The New Yorker»): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2005. 23 с.
13. Скрипичникова Н. С. Устойчивые словесные комплексы в устной профессиональной коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2016. 22 с.
14. Чеботникова Т. А. Речевое поведение личности в дискурсе художественного произведения: роли, маски, образы. Оренбург: Изд-во ОГПУ, 2011. 300 с.

**Аннотация.** Статья посвящена проблеме снижения качества языковой компетенции молодых россиян. Главной целью автора является осмысление причин появления этой проблемы. В статье рассматриваются некоторые стороны сети интернет как главной площадки интеллектуальной и информационной деятельности современных российских школьников и студентов. В статье выдвигается и отстаивается положение, что особенности языкового и текстового форматов интернета и цифровой техники оказывают негативное влияние на процесс формирования и как следствие этого на качество языковой компетенции молодых людей.

**Ключевые слова:** информационные технологии, гипертекст, классический текст, интернет, жанры, СМИ.

Сегодня в российском обществе сложилась совершенно новая ситуация, вызывающая ощущение распада языка, искажения языковой и коммуникативной компетенций у его носителей. Особенно сильно это проявляется в молодежной среде [Сёмушкина, 2006: 4]. Понятно, что в настоящее время происходит оптимизация многих общественных сфер в связи с доступностью и возможностями цифровой техники, но, на наш взгляд, уже сегодня необходимо проанализировать сложившуюся ситуацию, чтобы выяснить к чему она приведет завтра – к кризису или к формированию у молодых людей нового когнитивного качества. Для выполнения этой цели необходимо рассмотреть некоторые реалии современной общественной жизни.

Самым важным фактором, влияющим на когнитивные способности молодых людей, является информационное пространство. Человек существует в определенной информационной сфере – это неперемutable условие его нормального интеллектуального развития. Информационная сфера – это сфера текстовая, то есть она формируется и существует в форме текстов. Прежде, до появления цифровой техники, это были тексты в основном в письменном и устном формате, но продолжительное время в качестве собственно текстов воспринимались только первые. Само слово «текст» означало какое-либо произведение, напечатанное или записанное на бумажном носителе. Письменные тексты сильно влияли на качество устных, или речевых, текстов, поскольку все старались «говорить как пишут». В эпоху двухформатных текстов это было естественно.

В конце 20-го века в жизнь человечества вошли ЭВМ – принципиально новое явление: с одной стороны, техническое устройство, с другой стороны, машина, предназначенная, подобно человеку, для осуществления информационных процессов. ЭВМ вызвали коренные изменения информационной сферы тем, что заметно изменили природу человеческих текстов, хотя на первый взгляд кажется, что изменения произошли исключительно в информационной сфере и не коснулись самого человека. На самом деле качество информации не изменилось, изменился только темп работы с ней, а вот качество текстов в сфере ЭВМ существенно изменилось. Это связано с тем, что основной формой эксплуатации компьютеров является диалог человека с машиной. Чтобы это стало возможным, ученые долго искали способ использования естественно-человеческого языка для компьютера. Способ, в конце концов, был изобретен: язык разобрали на составляющие его элементы и выявили основные алгоритмы порождения речевых единиц из этих элементов, которые и стали лингвистическим обеспечением всех компьютерных программ [Зубов, Зубова, 2004: 156]. На первый взгляд, все сложилось успешно, но чтобы машина могла осуществлять информационные процессы на человеческом языке, он был оцифрован, то есть его элементы были переведены в цифры. И это привело к тому, что в машинном обращении единицы языка, являющиеся знаками, используются как символы [Мечковская, 2004: 389]. Способы употребления символов существенно проще, чем применение знаков. Символы являются однозначными и их выражение часто мотивировано содержанием, тогда как знаки

являются многозначными и их выражение всегда произвольно [Мечковская, 2004: 24]. Таким образом, оцифрованные единицы языка используются как однозначные: каждое значение многозначного слова употребляется самостоятельно и отдельно от других значений. В результате текст, который является продуктом компьютерной программы, существенно отличается от классического письменного текста типизацией и неглубоким механизмом, поскольку порождение машинных текстов заключается в трех-пяти шагах несложных исключительно логических действий [Баранов, 2001: 23]. У человека же в этой процедуре участвуют эмоции, рефлексия, тонкие умозаключения, параллели в ассоциациях, опыт и пр. В связи с этими обстоятельствами в лингвистике появились термины «классический текст» и «машинный (автоматический) текст» [Зубов Зубова, 2004: 53]. На начальной стадии в описанной ситуации не было никаких проблем, поскольку сферы текстов четко разграничивались. Ситуация стала меняться, когда текстовые возможности ЭВМ начали использовать во всех сферах интеллектуальной деятельности и особенно в сфере образования. Большое влияние на этот процесс оказал интернет, который существует в текстовом формате, точнее в особом гипертекстовом формате.

В основу гипертекста заложен иерархический принцип размещения информации, тогда как в классическом тексте используется линейный принцип [Баранов, 2001: 34; Хартунг Брейдо, 1996: 63]. Кажется бы, получил распространение альтернативный способ выражения информации, который, кстати, был давно известен, но применялся только по необходимости в особых случаях. На начальной стадии распространения интернета специалисты рассматривали гипертекст «как дополнительное средство эксплицитного представления текстовой информации» [Хартунг Брейдо, 1996: 61]. Распространение гипертекста в информационном пространстве привело к тому, что текстологи ввели в научный обиход новый термин «обычный текст», под которым понимается линейно организованный вербальный информационный продукт [Баранов, 2001: 34]. Применение гипертекста заставило лингвистов изучить обычный текст с точки зрения его технологических

качеств. Оказалось, что линейаризация содержания – это очень сложная информационная технология, которая всегда определяла формат человеческой памяти и как следствие когнитивных способностей. Память человека под влиянием линейно устроенных текстов формировалась в виде континуума. Способ структурирования континуума ученые определили как «картину мира». «Картина мира» в сознании человека представляет собой целостную, но при этом дискретную систему знаний, в которую новые сведения добавляются как новые пазлы, и, таким образом, все знания в памяти находятся в одной системе [Баранов, 2001: 20].

В гипертексте информация размещается по принципу «от общего к частному» по вертикальным связям. Такой принцип приводит к тому, что между сведениями из разных сфер нет прямой связи, поскольку они образуют отдельные таксоны [Баранов, 2001: 77]. Эта организация оказывает сильное влияние на когнитивные способности молодых людей, которые много времени проводят в интернете. По существу интернет – это глобальная гипертекстовая система. В этой связи принято говорить не система, а сеть, поскольку система отличается закрытостью, целостностью и структурой, а сеть – это часто механически соединенные информационные узлы [Норман, 1998; Зубов, Зубова, 2004; Угринович, 2006].

Кроме гипертекста в сфере интернета появились и очень широко распространились новые текстовые технологии, например рерайтинг и копипаст, порожденные возможностями цифровой техники. Некоторые из этих технологий оказывают негативное влияние на школьников и студентов. Например, копипаст описывается текстологами как исключительно вредоносная технология [Соломатина, 2014]. Копипаст заключается в копировании текстов или фрагментов и в их механическом соединении в новый текстообразный информационный продукт. В этом процессе молодые люди используют возможности, которые им дают цифровая техника и информационные ресурсы интернета. Проблема заключается в том, что они создают копипаст бездумно, часто не удосуживаясь изучить, а иногда даже и прочитать то, что они копируют. В полученном таким образом текстообразном продукте части, выхваченные из разных

трудов, отличаются друг от друга подходом, стилем, масштабом охвата фактов, аспектом и пр. «Авторы» копипастов, как правило, даже не стыкуют так называемые «швы» фрагментов в новообразованном тексте. Главная проблема заключается не в качестве этого квази-текста, а в том, что с молодые люди принимают его за правильный текст. Одной из причин этого является то, что копипаст повторяет модель гипертекста интернета. Для студентов и школьников это обычный нормальный текст, поскольку в интернете они в основном имеют дело с аналогично построенным информационным контентом. На фоне этого возникает проблема, которая уже не кажется безобидной – молодые люди не умеют создавать обычные правильные тексты и не знают, какие формы они должны иметь. Так в последнее время в учебных заведениях, особенно в вузах, распространилась мода на так называемые «рефераты». Textoобразный продукт, который сегодня так называют в школах и вузах, имеет мало общего с настоящим рефератом – одним из самых сложных научных жанров. Главная проблема, на наш взгляд, заключается в том, что студенты механически создают копипаст и искренно верят, что написали реферат. Фактически создание копипаста – это исключительно технический процесс, в течение которого его создатель получает мизерный объем информации. Сегодня копипаст – самый распространенный тип вербально выраженного продукта, создаваемого обучающимися на разных уровнях во всей системе российского образования.

Кроме компьютерных технологий на качество текстов оказывает влияние дезориентация, а иногда полная потеря ориентиров в текстообразовании. Речь идет об игнорировании жанровых признаков практически во всех сферах текстовой деятельности, кроме, пожалуй, деловой документной, где все тексты пишутся по образцам. К сожалению, это характерно и для СМИ, в которых только профессионалы старшего поколения ориентируются в жанрообразовании. Сегодня среди молодых журналистов весьма популярным является новообразованный термин «гибридная форма жанров» [Тертычный, 2000: 30], который очень часто применяется к текстам, вообще не обладающим никакими жанровыми признаками. Ме-

дийные тексты сегодня часто отличаются слабой связанностью, низкой информативностью, нечеткой логической последовательностью и, к сожалению, построены по принципу гипертекста или в худшем случае копипаста. Они могут представлять собой набор цитат по теме, плохо или хорошо связанных между собой. Удручает частота появления таких текстов в печатных, и особенно в сетевых СМИ. Пока только так называемые качественные СМИ соблюдают критерии жанрообразования, но, к сожалению, они не очень или точнее вообще не популярны среди молодежи, и поэтому повлиять на ситуацию не могут [Кихтан, 160: 134]. Кроме этого, не следует пренебрегать таким фактором, как массовость современной журналистики. Если раньше приоритетными были печатные СМИ, то сегодня молодежь относится к ним как к вымирающему виду. В сети интернета любой более или менее одаренный, хотя может быть и не очень или даже совсем неграмотный, но предприимчивый человек может создать свой блог и привлечь внимание аудитории, если будет для нее чем-либо интересен. К сожалению, в пространстве интернета мало кто заботится о стиле и жанре своих текстов. Фактически уже признано, что, кроме средств массовой информации (СМИ), которые хоть как-то контролируются, поскольку представляют общественное мнение, сегодня получили распространение средства индивидуальной информации (СИИ) – блоги, колонки, веб-странички и пр. В них создатели (слово *автор* не всегда подходит для такого контента) представляют «кто во что горазд»: главное – привлечь внимание. Часто основным компонентом такого информационного продукта является изображение или видеоряд, а вербальный компонент лишь его сопровождает, то есть речь идет о полной креолизации. В креолизованном контенте вербальное выражение информации воспринимается как органичное и принимается без должного анализа. Это тоже немаловажная проблема, поскольку занимательность изображения затмевает и снижает значимость вербального компонента. На него не обращают внимания. Вербальная часть контента в таких случаях не подвергается редактированию и контролю и часто выходит за все разумные рамки. На первый взгляд, может показаться, что все

это не важно, но масштаб этого явления не позволяет его игнорировать. Молодые люди, которые никогда не имели дело с качественной прессой, фактически круглосуточно воспринимают такой информационный контент, который влияет на их способности.

Конечно, в этом процессе не все плохо и, безусловно, у него есть положительные стороны, но в данной статье речь идет исключительно о проблемных качествах вербального выражения контента и о его массовости.

Влияние гипертекстового формата интернета и компьютерных текстовых технологий, с одной стороны, и неграмотно выраженного информационного контента сетевых источников, с другой стороны, оказывают значительное влияние на формирование языковой компетенции и речевую культуру молодых россиян. К сожалению, школа не может справиться с этими проблемами. Одной из причин, усугубляющих это положение, стала замена классического выпускного сочинения сдачей ЕГЭ по русскому языку. Тестовая форма экзамена не только вызвала снижение грамотности письменного владения языком, но и способствует тому, что большинство выпускников школ плохо и

говорят на родном русском языке. Об этом много писали и пишут специалисты сферы высшего образования, которые после поступления выпускников школ в вузы сталкиваются с проблемой низкой обучаемости своих студентов-первокурсников, владеющих русским языком не на должном уровне и по этой причине неготовых к изучению и других учебных дисциплин [Урунова, Владимирова, Валеева, 2018: 759]. Подтверждением этого является факт, что в некоторых вузах России, коллектив которых адекватно оценивает все последствия такого положения, даже вводятся в учебные планы новые дисциплины, цель которых повысить уровень владения родным русским языком у вновь поступивших студентов. Примером такого решения проблемы являются МГУ и МГИМО, о чем постоянно заявляют преподаватели этих вузов. В МГУ на первом курсе студенты изучают дисциплины по технике работы с текстами, а в МГИМО на многих факультетах обязательным является выпускной экзамен по родному языку. Эти меры отчасти позволяют решить описанные проблемы в масштабах учебного процесса в названных вузах, но ситуация требует их решения на государственном уровне.

### *Литература*

1. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 360 с.
2. Джонсон-Лэрд Ф. Процедурная семантика и психология значения // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка. М., 1988. С. 234–257.
3. Зубов А. В., Зубова И. И. Информационные технологии в лингвистике. М.: Изд. центр «Академия», 2004. 208 с.
4. Кихтан В. В. Информационные технологии в журналистике. Ростов н/Д: Феникс, 2004. 160 с.
5. Мечковская Н.Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура. М.: Изд. центр «Академия», 2004. 432 с.
6. Норман Д. Семантические сети // Психология памяти. М., 1998. С. 350–370.
7. Сёмушкина Л. Н. Культура русской устной речи. М.: Айрис-пресс, 2006. 352 с.
8. Соломатина О. А. Писать легко: как писать тексты, не дожидаясь вдохновения. М.: ООО «Манн Иванов и Фербер», 2014. 120 с.
9. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М.: АспектПресс, 2000. 184 с.
10. Угринович Н.Д. Информатика и ИКТ. Базовый курс. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2006. 320 с.
11. Урунова Р. Д., Владимирова Л. В., Валеева Д. Р. Родной язык и культурная идентичность в условиях современного общества. Вестник УдГУ: История и филология. Ижевск, 2018. Т. 28 № 5. С. 756-762.
12. Хартунг Ю., Брейдо Е. Проблемы лингвистического описания гипертекста // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. 1996. № 3. С. 61–78.

## ВЫБОР ЖАНРА КАК СПОСОБ ОТРАЖЕНИЯ ОБСТАНОВОЧНОЙ РЕФЕРЕНЦИИ В УСЛОВИЯХ КОММУНИКАТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ «НАЧАЛЬНИК – ПОДЧИНЕННЫЙ» В ФИЛЬМЕ «ДЕВЧАТА»

**Е. В. Максимюк**

*Омский государственный автомобильно-дорожный университет «СибАДИ», г. Омск*

**Аннотация.** В статье демонстрируется, что в основе выбора жанра лежит идея планирования действий, идея прогноза ситуации и коррекции поведения коммуникантов. Анализ приоритетности выбора жанров позволит нам реконструировать обобщенный образ действительности и отношение к ней участников коммуникации. Анализ когнитивной базы носителя языка позволяет выявить особенности психоэмоциональных реакций, их когнитивно-фреймовую специфику, степень когниотипичности, стратегические и поведенческие доминанты.

**Ключевые слова:** жанр, фрейм, речевая стратегия, коммуникация, детерминация.

Человек испытывает на себе постоянное влияние внешнего мира и постоянно реагирует на его изменения. Все его системы жизнедеятельности находятся в динамике и, следовательно, изучать их необходимо тоже в динамике, чтобы получить максимальный результат и с точки зрения отражения личных свойств, качеств и компетенций, и с точки зрения отражения внешнего мира и эпохи в зеркале языковой личности.

Основанием для экстраполяции сравнительно молодой, но активно разрабатываемой, теории речевых актов на устоявшуюся классическую систему речевых жанров стало признание того, что минимальной единицей общения является не предложение или высказывание, а речевой (иллокутивный) акт. Речевые жанры в рамках нового подхода стали изучать не по отдельности, а вкуче друг с другом, в дискурсе коммуникативных условий, экстралингвистических факторов.

Речь – это деятельность, и как всякая деятельность она динамична, что предопределяет разные способы вербального воплощения развертывания мысли. Речевой жанр – это своеобразный фрейм или сценарий, помогающий говорящему соотнести социально-коммуникативную ситуацию с языковыми шаблонами. Выбор формы речи (речевого жанра и регистра) во многом предопределяет вектор восприятия речи. Неречевое сопровождение также имеет большое значение. Интонация, поза, мимика позволяют увеличить перлокутивный эффект. А могут вступать в конфронтацию со смыслом, выраженным вербально. Следовательно, мы реагируем не просто на содержание, форму и характер речи, но и на внешние характеристики общения и самого гово-

рящего. Идет постоянная категоризация поступающей информации по направлениям: правда\ложь, можно\нельзя, нормально\ненормально, то есть идет соответствие с когнитивными категориальными системами, сложившимися на базе личного опыта. Помимо коммуникативной компетенции в успехе интеракции важную роль играют социально-психологическая компетенция, жизненный опыт и индивидуальные характеристики говорящих. Люди бывают внимательными и невнимательными, эмоциональными и флегматичными, рациональными и иррациональными. У каждого человека своя система ценностей, и она, конечно, социально и культурно детерминирована, но у каждого человека она своя.

Многие ученые процесс речепроизводства и восприятия речи называют кодировкой или перекодировкой. Мы склонны считать, что каждый этап кодировки, раскодировки или перекодировки предваряется фильтрацией имеющейся или вновь поступившей информации [Максимюк, 2014: 21-22]. Фильтрация осуществляется по принципу категоризации по многим параметрам одновременно, затем результаты интегрируются и по схоластическому принципу осуществляется выбор формы условно максимально соответствующей данным условиям общения. Фильтры носят прагматический; стратегический; когнитивно-референтный; культурно-референтный; социально-референтный и субъективно-референтный характер.

Речевой жанр и язык не тождественны, но имеют общую коммуникативную природу и сопоставимы как разные типы организации коммуникации. «Использовать язык ребенок учится в повседневном

общении, в каждодневной речевой практике, которая состоит из порождения и смыслового восприятия многочисленных речевых произведений, целостных дискурсов. Базой дискурсивного мышления выступает мышление жанровое, уровень развития которого в значительной степени будет определять уровень коммуникативной компетенции личности. Развитие жанрового мышления школьника идет по пути всё большей дифференциации жанров на фатические и информативные, с одной стороны, на персональные и институциональные – с другой. В овладении информативными стратегиями внутрижанрового речевого поведения вектор развития языкового сознания отчетливо направлен от репрезентативных (изобразительных) способов передачи информации к нарративным (аналитическим)» [Седов, 1999: 14–28]. В рамках подросткового возраста информативная речь обретает черты текстового аналитизма. В жанрах информативного дискурса увеличивается роль нарративных (аналитических) стратегий разворачивания замысла в текст [там же].

Каждая языковая личность зависит от социальных условий своего развития, идя своим путем, который ведет ее к созданию уникального по своим речевым характеристикам речевому портрету. Меняясь в своем приспособлении к новым явлениям социального опыта, школьник продолжает овладевать жанрами повседневной коммуникации, которые входят в его речевой репертуар так же, как элементы национального языка. Стиль речевого жанра прагматичен: как и тема, стиль выражает определенную экспрессивную позицию говорящего и определяет ответную позицию, а композиция речевого жанра обеспечивает связь с действительностью темы и стиля.

Речевые жанры, представляя собой коммуникативные аттракторы, накладывают ограничения на интерпретацию речевых высказываний, тем самым делая интерпретацию более стандартной и снижая степень неопределенности коммуникации [Богин, 1997: 34–44]. Одна из важнейших функций речевого жанра – служить опознанию адресатом интенции, на что справедливо указывает М. Ю. Федосюк: «Что же касается полного перечня содержательных признаков речевого жанра, <...> то он, по-видимому, и

составляет ту предназначенную для распознавания адресатом характеристику коммуникативных намерений говорящего, которую М. М. Бахтин называл речевым замыслом говорящего, и которая в теории речевых актов именуется иллокутивной силой высказывания» [Федосюк, 1997: 66–87]. Речевой жанр – это «горизонт ожидания для слушающих и модель построения для говорящих» [Гайда, 1986: 24].

Анализ речевого поведения предполагает обязательную опору на компоненты коммуникативной ситуации (адресат, адресант, их социальные роли и интенции; хронотоп, предмет речи и др.), определяющие речеповеденческий сценарий. Дискурс материален, представлен вербальными и суперсегментными единицами, стилистическая интерпретация которых имеет давнюю и прочную традицию. Речевая стратегия – это комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели [Иссерс, 1999: 35].

80% речевого дискурса начальника в фильме «Девчата» составляют жанры:

**- упрек:**

*пр. Едут тут всякие ни профессии, ни подушек - одна морока с вами!*

Несовершенный вид глагола «едут» передает в данном случае длительность и повторяемость действия, указательное местоимение «тут» локализует действие, максимально приближая его к говорящему, делая его причастным к происходящему. Собирательное безличное местоимение всякие используется с целью максимально низвести значимость прибывающих, усиление перлокутивного эффекта достигается путем дальнейшей конкретизации, реализованной в форме перечисления. Комический эффект достигается путем совмещения в одном перечислительном ряду реалий, принадлежащих разным когнитивным областям и имеющих разный когнитивный вес – значимость человека измеряется наличием *профессии и подушки*. Вывод привязывает происходящее уже не к месту, а к самому говорящему и его мироощущению через лексему «морока», что означает *затяжное, хлопотное дело; канитель, путаница, неразбериха*. Количественный определитель – одна, передает не единичность действия, а выступает в роли интенсификатора, показывая всеохват-

ность, что ничего кроме хлопот приезжие ему не сулят.

**Основная функция** – укорить собеседника, вызвать сочувствие к себе.

**Эмоциональный фон** – раздражение.

**Ведущий тип детерминации** – пространственный (вы для меня здесь являетесь источником раздражения, так как ваше появление вынуждает меня делать то, что я не хочу, или то, что вызовет затруднения).

**Оценочная шкала:** мера ценности человека – наличие профессии и подушки (*комическое*). Шкала: наличие – это «+»; отсутствие – это «-».

**Ведущий канал восприятия** – визуальный (образ действия – *едут*, образ атрибута – *подушка*, образ места – *тут*) – цель показать собеседнику как вы видите это событие.

**Интенсификаторы:**

- перечисление;
- пространственные локализаторы (*тут*);
- обобщение (*всякие*);
- эмоционально маркированная лексика (*морока*);
- использование грамматической категории для выполнения несвойственной для него функции (вид глагола);
- количественные определители (*одна*).

**- осуждение:**

*пр. Сидят там парочками, а потом отдельные комнаты просят.*

Опять несовершенный вид глагола «*сидят*» является средством передачи смыслового компонента длительности и повторяемости действия, указательное местоимение «*там*» локализует действие относительно говорящего (там – это не здесь, но я знаю где). Таким образом, локализатор эксплицирует значение осведомленности говорящего о месте и событиях, там происходящих. Определение образа действия «*парочками*» используется для передачи суггестии количества (когнитивный коррелят – многие). В первой части высказывания осуждается многочисленность, длительность и повторяемость действия. Вторая часть суждения несет локально-субъектный контраст: сначала все были в одном месте, а потом все хотят находиться по отдельности. Когнитивный контраст поддержан проти-

вительным союзом «*а*» и временным сдвигом «*потом*». Контраст наблюдается и в типе действия в обеих частях: *сидят* – пассивное действие, *просят* – активное. При этом вид глагола снова служит средством передачи длительности и повторяемости действия. Глагольная лексема «*просить*» предполагает наличие субъекта, способного эту просьбу выполнить, в данном случае этот субъект – говорящий. Он осуществляет прогностические действия, за статикой и гармонией видит многочисленные и многократные (одномоментная многочисленность, повторенная многократно) неприятные для себя ситуации в условиях отсутствия возможности выполнения данных просьб. Многократность выражена лексемой во мн. ч. «*комнаты*», многократность за счет вида глагольной лексемы.

**Основная функция** – осуществить превентивные меры, укорить собеседника, предотвратить последствия, продемонстрировать недовольство.

**Эмоциональный фон** – раздражение.

**Ведущий тип детерминации** – пространственно-временной (вам сейчас и здесь хорошо, а потом вы для меня будете являться источником раздражения, так как возникнут потребности, которые я не в силах удовлетворить, поэтому я осуждаю ситуацию сейчас, поскольку потом она непременно вызовет у меня затруднения).

**Оценочная шкала:** мера оценки поведения человека – наличие и преследование личных интересов. Шкала: активная позиция – это «-»; отсутствие ее – это «+».

**Ведущий канал восприятия** – визуальный (образ действия – *сидят парочками, просят*; образ места – *там, отдельные, комнаты*) – **цель показать собеседнику контраст пространственно-временного событийного континуума и выразить свое отношение к нему.**

**Интенсификаторы:**

- противопоставление (времени, типа пространства и типа действия);
- пространственные локализаторы (там, отдельные);
- временные локализаторы (потом);
- использование грамматической категории для выполнения несвойственной для него функции (вид глагола).



**- предупреждение \угроза:**

*пр. - Сразу говорю: комнат – нет!*

*- Для чего вы это мне говорите?*

*- Сигнализирую!*

Определение образа действия «сразу» имеет несколько значений:

1. в один прием;
2. немедленно, очень быстро;
3. прямо.

В данном контексте говорящий говорящий актуализирует сразу все значения (без предисловий, прямо сейчас, не кривя душой), от чего этот определитель становится когнитивным и эмоциональным центром, цель которого усилить перлокутивный эффект, подчеркнуть значимость далее последующей информации. Лаколичность формы передает отношение говорящего – категоричность. Комический эффект достигается за счет того, что реципиент не запрашивал этой информации, и она не имеет для него в данный момент значения: *- Для чего вы это мне говорите?* Но говорящий настаивает на необходимости владения данной информацией, ибо он позиционирует себя как человека, который уверен, что данная информация рано или поздно становится актуальной для всех, и незнание ее сулит ему в дальнейшем многократные обращения, а значит – беспокойства.

Восклицательная конструкция подчеркивает активную позицию говорящего, цель которого изменить будущее: *- Сигнализирую!*

Стоит еще заметить, что среди синонимов лексемы «сигнализировать» слова типа: жаловаться, нажаловаться, наушничать, ябедничать, фискалить, капать, капнуть, кляузничать, доносить, стучать, стукнуть, заявлять. Становится очевидной цель говорящего – пожаловаться на состояние дел (но в категоричной форме) и посмотреть на реакцию.

**Основная функция** – осуществить превентивные меры, предупредить собеседника, предотвратить последствия, продемонстрировать свою категоричность и непреклонность.

**Эмоциональный фон** – раздражение, желание повлиять на ситуацию. Контраст ощущений, за категоричностью суждения скрыта неуверенность, бессилие, осознание того, что все равно будут ходить и просить, но очень хочется этого любыми способами избежать.

**Ведущий тип детерминации** – пространственно-временной (здесь и сейчас я хочу снять все вопросы и просьбы, которые могут возникнуть по вопросу жилплощади в будущем).

**Оценочная шкала:** мера оценки поведения человека – наличие и преследование личных интересов. Шкала: активная позиция – это «-»; отсутствие ее – это «+».

**Ведущий канал восприятия:**

1. настраивающий – временной (*сразу*),

2. воздействующий - визуальный (отрицание существования свободного пространства – «комнат – нет») – **цель** показать собеседнику сейчас то, что не стоит делать потом, выразить свое отношение («сигнализировать» значит сообщать о чем-то нежелательном).

**Интенсификаторы:**

- графическое выделение, смысловой эллипс - цель: показать неизменность позиции и положения дел (*Сразу говорю: комнат – нет!*);

- категория числа, имплицитно передает информацию о многократности обращений (*комнат*);

- временные локализаторы (*сразу*);

**- обвинение:**

*пр. Вы работаете как кибернетики, а людей кормите в хижине!*

В высказывании помимо эксплицитно выраженной противительной конструкции содержатся еще два противопоставления:

1. **временное противопоставление** осуществляется посредством лексики, принадлежащей разным временным слоям, а, следовательно, разным укладам: *кибернетика* – наука будущего, *хижина* – устаревшее название очень простого жилища. Таким образом, будущее противопоставляется прошлому наряду с противопоставлением сложности и примитивности. Цель «многослойного» контраста – экспрессивно выделить степень несоответствия норме.

2. **пространственное противопоставление:** в первой части высказывания адресат включен в общее поле деятельности (*Вы работаете*), а во второй части – выделен из общей массы (*людей кормите*). Цель противопоставления – подчеркнуть кто именно ответственен за происходящее.

**Основная функция** – экспликация проблемы, возложение ответственности, изменение программы будущего события, влияние на психоэмоциональное состояние собеседника.

**Эмоциональный фон** – возмущение, стремление изменить ситуацию.

**Ведущий тип детерминации** – пространственно-временной (здесь и сейчас люди, занятые решением вопросов актуальных для будущего, вынуждены по вине адресата находиться в «первобытных» условиях).

**Оценочная шкала:** мера оценки поведения человека – создание комфортной атмосферы и условий для труда и отдыха.

Шкала: пассивность, бездействие, ретроградство – это «-»; современность, прогрессивность, комфорт – это «+».

**Ведущий канал восприятия:** визуальный (контраст образов: образ *кибернетика* никак не вяжется с *хижиной*, так как его профессиональная деятельность невозможна вне современно оборудованной лаборатории) – **цель** маркировать несоответствие норме, укорить собеседника, указать нужное направление деятельности, выразить свое негативное отношение.

#### **Интенсификаторы:**

- синтаксическая противительная структура (противительная конструкция с союзом «а»);

- образное противопоставление за счет включения в одно высказывание лексики из разных деятельностно-временных областей (*кибернетики* – *хижина*);

- пространственному выделению служит многозначность местоимения *Вы*, оно может передавать значение группы людей, а может служить выделению индивида из этой группы.

**При векторе взаимодействия мужчина (начальник) – женщина (подчиненный) остальные 20% составляют жалобы и запросы информации:**

*пр. Тумбочек – хоть завались, а по части подушек – бедствуем!*

*пр. Ты раньше работала?*

А при векторе взаимодействия мужчина (начальник) – мужчина (подчиненный) процент применения речевой стратегии обвинения и «нападения» стремится к 100%. При этом очевидны гендерные

различия в рефлексии на представленную форму поведения начальника: женщины склонны в 90% реагировать в форме вопроса или контраргумента:

*пр. Что ж мне на тумбочке спать?*

*пр. Зачем Вы мне все это говорите?*

Женщина своей речевой тактикой, подкрепленной харизмой, может зеркально развернуть ситуацию и заставить начальство оправдываться:

*Пр. - (ж) А вы и есть то титулованное начальство, которое все боятся?*

- (м) *Не такой уж я и страшный.*

- (ж) *Я тоже так думаю.*

- (м) *Шляпу купил для солидности.*

Для мужчин в фильме «Девчата» характерна 100% тактика соглашательства, которая реализуется через жанры оправдания и согласия (иногда даже поддакивания):

*пр. Это не детина, то есть не мужчина, то есть у них шуры-муры.*

*пр. - Замените лампочку. Темно.*

- *Обязательно.*

- *И графина нет!*

- *Обязательно.*

- *.....Печку белить.*

- *Белить, обязательно!*

Для создания комического эффекта подчиненный мужчина поддакивает всегда, даже невпопад:

*пр. - Где график дежурств?*

- *Обязательно!*

- *Что обязательно?*

- *Извиняюсь!*

Для женщин и мужчин характерна разная тактика речевого поведения, реализуемая через выбор жанра. Женщины чаще обращаются к жанру комплимента, чтобы подчеркнуть самореализованность собеседника. Стандартный сценарий поведения подчиненного мужчины в фильме «Девчата» в присутствии начальства предполагает наличие ограничений поведенческого и речевого характера: табу на вольности, лаконичность и предельная конкретика.

Основной побудительной силой, заставляющей людей прибегать к ролевым маскам является: «неверие в собственные силы, недоверие к другим людям, отсюда необходимость как можно лучше контролировать их действия; чувства беспомощности, неуверенности, которые периодически возникают у большинства людей из-за большого риска, неопределенности, сложности и непредсказуемо-

сти современной жизни. Избежать этих ощущений можно с помощью других людей, а для этого их необходимо контролировать; страх затруднительного положения в межличностных контактах, недостаток умений управлять своими эмоциями. Один из способов избегать близких, доверительных, открытых отношений и возможных затруднений связан с формализацией отношений с людьми при помощи ритуалов, стереотипов и правил» [Гофман, 2003: 58]

Доминирующая установка, сформированная у индивида в процессе освоения социального опыта, выражается в том, что человеку необходимо получать одобрение всех и каждого. Отсюда тактика соглашательства. Целенаправленно воздействуя на другого человека, можно получить его одобрительные оценки и действия. Поэтому маска — универсальное средство осуществления манипуляций другими людьми. Ролевая маска позволяет: скрыть истинное положение дел; выставить себя в более выигрышном свете; получить одобрение благодаря хоро-

шо узнаваемому образцу определенного стереотипа поведения.

Выбирая агрессивные тактики поведения, реализованные в выборе жанров упрека, осуждения, предупреждения и угрозы, на самом деле говорящий осуществляет прогноз и стремится лишь защитить себя и окружающих от вероятных последствий. Упрек отражает диссонанс ожиданий и реальности, неудовлетворенность происходящим. Осуждение, предупреждение и угрозы маркируют нехватку, недостаток, который невозможно восполнить. Функция этих жанров — осуществить превентивные меры, защитить себя и других от последствий настоящего положения дел.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что экспликация внешнего фрейма и связанного с ним сценария поведения служит: эффективным способом манипулирования сознанием, эмоциями и поведением людей на разных уровнях иерархии; превентивным способом избегания обстоятельств, развитие которых можно прогнозировать; средством адаптации реальности под новые условия.

#### **Литература**

1. Богин Г. И. Речевой жанр как средство индивидуализации // Жанры речи. - Саратов: «Колледж», 1997. С.34–44.
2. Гайда Ст. Проблемы жанра // Функциональная стилистика: теория стилей и их языковая организация. Пермь, 1986. С. 22–28.
3. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М.: Институт социологии РАН, 2003. 752 с.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск: ОмГУ, 1999. 284 с.
5. Максимюк Е. В. Функциональная жанровая динамика языкового мышления. Роль языка в формировании когнитивных структур. Омск: СибАДИ, 2014. С. 21–22.
6. Седов К. Ф. О жанровой природе дискурсивного мышления языковой личности // Жанры речи-2. Саратов: «Колледж», 1999. С. 13–26.
7. Федосюк М. Ю. Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи // Жанры речи. Саратов: «Колледж», 1997. С. 66–87.

## АЛЛЮЗИИ В МИКРОЖАНРОВЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТАХ КАК ИНСТРУМЕНТ КОМПРЕССИИ СМЫСЛОВ

*А. Ю. Юрковская, Т. В. Гречушникова*

*Тверской государственный университет г. Тверь*

**Аннотация.** Современные темпы порождения и восприятия информации, оказывающие влияние, в том числе, и на читательский вкус, обусловили всплеск популярности микрожанров художественных текстов, малый объем которых требует для достижения максимального эмоционального и содержательного эффекта компрессии смыслов. Последняя может быть достигнута благодаря апеллятивному потенциалу аллюзии к реалиям из сферы художественной культуры в сильных позициях (заглавии, начале и концовке) текста.

**Ключевые слова:** микрожанры; сильные позиции текста; аллюзия; интертекстуальность; прагматика текста.

Современное Интернет-пространство предлагает электронный канал доступного и быстрого размещения публикаций и их тиражирования, тем самым создаёт благоприятные условия для активизации писательского творчества. Рост популярности микрожанров (текстов малого объёма, своего рода сентенций, где лаконично, минимальными языковыми средствами передаётся авторский замысел) может обуславливаться развитием информационных технологий и клиповым мышлением современного читателя.

Новые произведения авторы создают в устоявшемся жанре или придумывают новую номинацию. Названия современных микрожанров отражают локацию текстов в определённой социальной сети («twitterature»), минимальное время прочтения («flash fiction», «minute story»), формальный признак количества знаков в тексте («the 280 character story», «six word story», «pentradabble»), генезис жанра («short short story» – это редуцированная «short story» с сохранением её жанровых характеристик [Лебедева URL]).

Из-за ограничения по количеству знаков, введённого, например, на многих Интернет-площадках, для «сжатия» текста и кодировки информации используется стилистический приём аллюзии. Аллюзия, или «намек», – это «риторическая фигура, заключающаяся в ссылке на историческое событие или литературное произведение, которые предполагаются общеизвестными» [ФЭБ URL]. Аллюзия, как средство проявления интертекстуальности, отсылает к претексту, аллюзивное слово или словосочетание приобретает окказиональный характер, у реципиента активизируются ассоциативные связи. С точки зрения литературоведческого под-

хода, аллюзия имеет определенный набор интерпретаций, имплицитно данных автором, которые декодирует реципиент. При интертекстуальном подходе аллюзивный элемент может подчиняться нескончаемому количеству интерпретаций [Попов URL]. В нашей работе мы рассмотрим аллюзии к произведениям искусства и другим реалиям из сферы культуры (к литературным произведениям, фильмам и др.) в сильных позициях текста: заглавии, начале текста и в концовке; выделим прагматически доминирующие функции, взяв за основу за основу классификацию А. А. Кистик, согласно которой аллюзии служат:

- 1) для повышения экспрессивности и усложнения смысла текста;
- 2) извлечения дополнительной информации из известных образов;
- 3) представления внутреннего мира литературных героев;
- 4) выражения авторской оценки;
- 5) выражения иронии;
- 6) воздействия на читателя;
- 7) выполняют окказиональную функцию (аллюзия отсылает читателя к определенным историческим событиям, фактам, личностям с целью воссоздания образа эпохи);
- 8) имеют текстоструктурирующую функцию;
- 9) имеют сравнительно-уподобительную функцию [Кистик URL].

В рамках данной публикации мы планируем рассмотреть некоторые из перечисленных функций.

Сильная позиция в заглавии текста является важной частью начального стимула: оказывая эмоциональное воздействие на реципиента, задавая тему, он заинтересовывает адресата, подготавлива-

ет к восприятию текста и помогает спрогнозировать дальнейший ход сюжета [Филоненко URL]. В названии миниатюры В. Могирева «НЕ СТОИТ ПРОГИБАТЬСЯ ПОД ИЗМЕНЧИВЫЙ МИР!» присутствует аллюзия к одноимённой песне российской рок-группы «Машина времени». Песня повествует о двух разных жизненных позициях: один герой прожил короткую, но яркую жизнь, стал кумиром для многих, второй же плыл по течению, не сопротивляясь, и в итоге остался без друзей, семьи и врагов. Сюжет миниатюры частично уподобляется сюжету песни: «Бабочка порхала над цветами. Она летела туда, куда дует ветер. Чайка парила над волнами. Она летела куда хотела. Наперекор ветру. Деревья качались и гнулись, послушные порывам бури. А я стоял и смотрел на всё это. Я не выбирал. Я точно знал, когда и куда будет дуть ветер. И когда и куда мне идти. Я метеоролог» [Могирев URL]. С точки зрения классификации А. А. Кистик, аллюзия имеет сравнительно-уподобительную функцию, заглавие имплицитно связывает сюжет и содержание песни и текста.

Денотатом аллюзивного заглавия Билла Крауна «Над пропастью в ночи» является роман Джерома Сэлинджера «Над пропастью во ржи»: «Я, спотыкаясь, приковылял в детскую, склонился над его кроватью, сменил мокрый подгузник. Потом прижал его тельце к груди, обещая лично сразиться с каждым микробом, если только он даст мне поспать. Договорились. В ту ночь мы оба спали в кресла-качалке. Наутро я обнаружил, что он здоров и весел, а вот я простыл. Но я не жалею» [Дэниель URL]. Во время духовных поисков для героя Холдена Колфилда самым близким человеком стала младшая сестра Фиби, из-за любви к которой он был готов на самопожертвование. Герой миниатюры Билла Крауна заботится о больном младенце. Пообещав «лично сразиться с каждым микробом», он засыпает вместе с ребёнком и заболевает. От локации аллюзии перейдём к прагматике текста: данная аллюзия повышает экспрессивность текста, способствует остроте сопереживания, реализует сравнительно-уподобительную функцию.

Аллюзивным названием задаётся проблематика произведения, например, заглавием произведения В. Могирева «ОТЦЫ И ДЕТИ», отсылающего к одно-

имённому роману И.С. Тургенева (отметим, что за аллюзивным названием стоит не сюжет произведения, а уже традиционно номенуемая им проблема взаимоотношений поколений, легкомысленность детей противопоставляется мудрости и опытности взрослых): «Одна маленькая запятушка скакала по предложению. То тут встрянет, то там зацепится. И всё ей было не так, и всё то её веселило! Прыг – и человек помилован. Прыг и казнён. И так бы она скакала и скакала до вечера, не зная, на чём же ей остановиться, пока не пришла толстая твёрдая точка. Казнить нельзя – ТОЧКА!!!!» [Могирев URL]. Из-за легкомысленных прыжков ради веселья «маленькой запятушки» погибали люди, «толстая твёрдая точка», в свою очередь, решает покончить раз и навсегда с безрассудными, бездумными поступками своего «ребёнка», встав вместо слова «помиловать»: «Казнить нельзя – ТОЧКА!!!!» Концовка подытоживает тему, углубляет понимание заглавия. Она аллюзивно отсылает к фразе «Казнить нельзя помиловать» из мультфильма «В стране невыученных уроков» (1969), где школьник Виктор Перестукин получает решающее его судьбу задание от Глагола Повелительного Наклонения, заключающееся в правильной поставке запятой. В мультфильме героиня Запятая выступает здравомыслящей и нравоучительной, в миниатюре же она легкомысленная и безответственная. Обратимся к прагматическому аспекту текста: в деформированной цитате выражается авторская оценка (поднимается вопрос взвешенного принятия жизненно важных решений).

В *Kürzestgeschichte* «Die Prinzessin auf der Erbse» Вельманна аллюзивное заглавие отсылает к сказке с одноимённым названием Г. Х. Андерсена. По сюжету сказки принцесса через множество перин почувствовала маленькую горошину, тем самым сумев доказать своё благородное происхождение. Вельманн возвращает нас в реальность: от тяжести перин горошину раздавило: «Es war einmal eine Prinzessin, die setzte sich auf eine Erbse. Da war die Erbse platt» [Wellmann URL]. Автор смешивает фикциональный и нарративный элементы, создавая эффект обманутого ожидания. Итак, с прагматической стороны аллюзия оказывает ироническое воздействие на читателя.

Следующая сильная позиция – начало текста – подготавливает читателя к деятельности, мобилизует воображение, служит для прогнозирования дальнейшего содержания текста [Арнольд URL]. В начале текста миниатюры Эмили Боверс присутствует аллюзия к мультфильму «В поисках Немо» (2003): «Мама смеётся, когда мы говорим о её „болезни Дори“, и шепчет в телефон: “Пожалуйста, никогда не позволяйте мне забывать, что я люблю Бога”» [ТКК URL]. По сюжету анимационного фильма «В поисках Немо» (2003) рыба-клоун Марлин обращается к рыбе Дори за помощью в поиске сына. Дори вспомнила, что когда-то проплывала лодка, но не могла сказать точно, в какую сторону и когда. Страдающая синдромом потери кратковременной памяти Дори через несколько секунд сбегает от Мартина, подозревает его в слежке и полностью забывает о его просьбе. Исходя из классификации функций аллюзий А. А. Кистик, в миниатюре Боверс аллюзия служит для извлечения дополнительной информации из известного образа (рыбки Дори), воздействует на адресата, вызывая сочувствие к героине, страдающей нарушением памяти.

В начале текста аллюзия может отсылать к нескольким претекстам, например, как в миниатюре Олега Уппита: «Лёд тронулся?» Да это ты умом тронулся. Покажи мне человека, который одновременно подумает про русские коды и «Джонни-Мнемоника». Это слишком замороченное название для вируса. Хотя и прекрасное, учитывая, что он создан для атаки на судебную систему. Но лучше бы придумал что-то вроде “Пети”. – Ты ещё про Воннегута забыл» [ТКК URL]. Аллюзия в начале текста представлена лексемой лёд. В романе Курта Воннегута «Колыбель для кошки» учёный разработал особую модификацию льда – «Лёд-9», своего рода оружие. Одна капля этого вещества способна превратить весь мировой океан в лёд и привести к концу света. «Лёд тронулся» – это предупреждение, что опасный вирус способен развалить судебную систему, привести к расцвету преступности и впоследствии к гибели всего человечества. С другой стороны, фраза «Лёд тронулся» – отсылка к крылатой фразе «Лёд тронулся, господа», принадлежащей Остапу Бендеру из романа «Двенадцать стульев» Ильфа и

Петрова, что означает начало выигрышного дела. С прагматической точки зрения, аллюзия-конфлатация (аллюзия к нескольким источникам сразу) служит для повышения экспрессивности и усложнения смысла текста. Аллюзия в сильной позиции, как начало текста, реализует эстетически-настраивающую функцию [Арнольд URL].

Следующая сильная позиция текста – концовка. В миниатюре «СТРАННАЯ ПТИЦА» присутствует отсылка к песне Н. Добронравова «Птица счастья завтрашнего дня»: «Кто-то пытается её поймать. Кто-то приручить. Кто-то приваживает её золотыми зёрнами. Кто-то, схватив грубо за лапы, бросает в клетку. Написаны целые тома умных книг, об её поимке. Всё напрасно... И все от неё что-то хотят. Все, кроме меня. Я ничего не хочу. Просто, что бы она чирикала рядом под ярким весенним солнышком. Смешная птица – счастье!» [Могирев URL]. В песне герой просит счастье выбрать его, верит в лучшее будущее, герой миниатюры, напротив, выбирает роль пассивного наблюдателя, он ничего не требует. Что касается прагматики текста, сравнительно-уподобительная функция аллюзии здесь усиливает эффект «от противного».

Аллюзивная концовка миниатюры А. Кудрявицкого «Голубай и городской» выражает главную идею произведения: всё повторяется, властители порядка такие же глупые и ограниченные: «“Ничто не ново под...” - задумчиво вывел по ночному небу Луной одно из самых известных своих лирических одностиший и расписался пониже длинным серебристым самолетным следом» [Кудрявицкий URL]. По сюжету миниатюры городской остановил Голубая из-за необычного цвета кожи, сказав, что быть голубым запрещено. Он не верил в способность Голубая управлять дневным светом, пока Голубай не выключил его, поменял цвет окружающего мира с голубого на жёлтый, красный, коричневый. Строчка «Ничто не ново под луною» взята из стихотворения Н. М. Карамзина «Опытная Соломонова мудрость, или Выбранные мысли из Екклесиаста». Из классификации А. А. Кистик следует, что данная аллюзия функционально выражает иронию.

В концовке драббля «Секвестр» ономастическая аллюзия поясняет смысл заглавия, подводит итог сказанному: «Он

считал, что жизнь – это война, а продолжение жизни – новая война. Громить, крушить, выживать было для него в порядке вещей (вещей у него было немного – любимый нож и 55 головных повязок). Он всегда стремился сократить число противников до приемлемых 55 человек и минимум слов – по одному на каждого. Поэтому его так и прозвали Секвестр Сталлоне» [СП URL]. Понятие «секвестр» в экономике означает сокращение расходов. Предполагается, что в тезаурусе читателя содержится фильм «Рэмбо» со Сильвестром Сталлоне в главной роли, в котором герой Сталлоне Джон Рэмбо начинает партизанскую войну: расправляется с солдатами, взрывает бензоколонку, расстреливает из пулемёта здания в городе. Герой миниатюры «громил, крушил, выживал» и всегда стремился сократить число противников, поэтому и получил прозвище «Секвестр Сталлоне». Благодаря аллюзии сюжет миниатюры уподобляется сюжету фильма.

В концовке миниатюре Стефана Вельманна «Hack! Das! Holz! Nachrichte 111» присутствует аллюзия к литературному произведению: «Sehr wahrscheinlich – allerdings unbestätigt – ist, dass die Bäuerin in der Kindheit Tom Sawyer und Huckleberry Finn gelesen hat (“Zaun streichen“))» [Wellmann URL]. В микрожанровом тексте

речь идёт о крестьянке, представившейся перед рабочими настоятельницей, эксплуатировавшей их труд и бравшей с них деньги за выполненную работу (за стрижку газона, укладку дров, разбор чердака). Герой предположил, что, возможно, она читала повести Марка Твена, где подобную авантюру провернул Том Сойер, превратив покраску забора в выгодное дело: за участие брал плату в виде вещей. Здесь аллюзия реализует сравнительно-уподобительную функцию.

Денотатами аллюзии могут выступать не только вербальные тексты, но и произведения культуры: песни, фильмы и т.д. Аллюзии в заглавии могут намекать на проблему, затронутую в тексте, помогают в активизации ассоциативных связей в процессе чтения для прогнозирования содержания текста. В концовке аллюзия усложняет смысл текста, отсылая обратно к заглавию или создавая эффект обманутого ожидания. Аллюзия используется для повышения экспрессивности, для кодировки дополнительной информации, скрытой в известном образе, для выражения авторской интенции; её использование позволяет создать текст с множественными смыслами, компактно выраженными в текстах малой формы, то есть реализовать компрессию смыслов.

### **Литература**

1. Арнольд И. В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста [Электронный ресурс]. URL: <https://megalektsii.ru/s40372t1.html> (дата обращения: 20.02.2020).
2. Кистик А. А. Аллюзия как средство проявления интертекстуальности. Тюмень. 2016 [Электронный ресурс]. URL: [http://tmnlib.ru:82/upload/books/VKR/2016/IFIJ/Kistik\\_VKR.pdf](http://tmnlib.ru:82/upload/books/VKR/2016/IFIJ/Kistik_VKR.pdf) (дата обращения: 15.02.2020).
3. Лебедева М. Н. К вопросу о жанровой специфике short short story. Вестник ТвГУ. Серия «Филология». 2015. №1 [Электронный ресурс]. URL: <https://readera.org/read/146121635> (дата обращения: 02.02.2020).
4. Попов А. С. Роль аллюзии как стилиобразующего элемента в жанре комикс [Электронный ресурс]. URL: [http://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/22975/1/RSVPU\\_2016\\_397.pdf](http://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/22975/1/RSVPU_2016_397.pdf) (дата обращения: 10.03.2020).
5. Филоненко Т.А. Аттрактивные заголовки в научной речи [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/attraktivnye-zagolovki-v-nauchnoy-rechi/viewer> (дата обращения: 25.02.2020).

### **Словари и справочная литература**

6. ФЭБ – Фундаментальная электронная библиотека «Русская литература и фольклор» [Электронный ресурс]. URL: <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclop/> (дата обращения: 22.02.2020).

### **Источники**

7. Джон М. Дэниель. Самые короткие в мире рассказы. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.libfox.ru/543278-dzhon-m-deniel-samy-e-korotkie-v-mire-rasskazy.html#book> (дата обращения: 03.03.2020).
8. Кудрявицкий А. Короткие рассказы [Электронный ресурс]. URL: [http://lit.lib.ru/k/kudrjawickij\\_a\\_i/korotkierasskazydoc.shtml](http://lit.lib.ru/k/kudrjawickij_a_i/korotkierasskazydoc.shtml) (дата обращения: 20.02.2020).
9. Могирев В. Рассказы из 55 слов. Ни больше, ни меньше [Электронный ресурс]. URL: <https://www.proza.ru/2015/03/19/1470> (дата обращения: 21.02.2020).
10. СП – Портал «Союз писателей». 55 слов о 55-ти словах – Литературный форум [Электронный ресурс]. URL: <https://soyuz-pisatelei.ru/forum/365-14932-1> (дата обращения: 05.03.2020).
11. ТКК – Телеграмм канал «Кароч» [Электронный ресурс]. URL: <https://t.me/shortfiction> (дата обращения: 20.02.2020).
12. Wellmann S. 111 Flausen, Kürzestgeschichten [Электронный ресурс]. URL: <https://play.google.com/books/reader?id=aPhfDwAAQBAJ&hl=ru> (дата обращения: 17.03.2020).



## ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АББРЕВИАТУР В ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛАХ

*С. А. Кострубина, М. Г. Далакян*

*Череповецкий государственный университет, г. Череповец*

**Аннотация.** В статье изучается проблема аббревиатурного словообразования и функционирование сокращенных языковых единиц в глянцевах журналах (на примере изданий г. Череповца).

Предполагается, что ведущей функцией сокращений на рассматриваемом материале является компрессионная функция, которая способствует реализации особенностей публицистического стиля в текстах глянцевах журналов.

Материалом исследования послужили 125 примеров использования аббревиатур в изданиях «*Fame*» (выпуск № 1, 2 2016) и «*Глянец*» (выпуск № 1, 2 2016). Методика сбора материала – сплошная выборка.

**Ключевые слова:** сокращение / аббревиатура, функция аббревиатуры, структурный тип сокращений, глянцевах журнал, публицистический стиль.

Целью данного исследования является выявление функциональных особенностей использования аббревиатур в современных глянцевах изданиях (на примере глянцевах журналов г. Череповца).

Актуальность исследования определяется, с одной стороны, недостаточной изученностью феномена аббревиации в современных глянцевах журналах, а с другой стороны, широкой распространенностью употребления сокращений в текстах рассматриваемых изданий с целью реализации особенностей публицистического стиля.

Настоящее исследование обусловлено факторами, которые носят социолингвистический характер, что является востребованным на сегодняшний день, потому что позволяет проследить закономерности языковых явлений в разрезе актуальной антропоцентрической парадигмы [Кострубина, 2019: 146], изучить факторы внеязыковой действительности и интенциональность использования аббревиатур в русскоязычных глянцевах журналах.

В нашем исследовании мы принимаем аббревиатуру и сокращение как равнозначные понятия и считаем их синонимами. Под сокращением, вслед за И. В. Арнольд, понимаем продукт аббревиационного процесса, при котором исходное слово утрачивает один или несколько звуков или букв [Арнольд, 2012: 108, 187].

Функционирование и рост числа сокращений динамичны. Столь широкое употребление аббревиатур на страницах современных текстов публицистического стиля характеризуется не только высокой емкостью, лаконичностью, информатив-

ностью, стремлением к стандарту, но и оценочностью и экспрессией материала. Краткость, компрессия относятся к форме аббревиатуры, а экспрессия связана с содержанием высказывания, его эмоциональной окраской и оценкой.

Следовательно, к ключевым функциям сокращений можно отнести следующие категории:

### **1. Компрессионная функция (экономии языковых средств).**

Принцип экономии языковых средств является основой множества языковых модификаций и признан лингвистами по всему миру. Большинство текстов на страницах журналов противостоят громоздкости, излишествам, которые затрудняют понимание высказывания, усложняют работу памяти и способствуют неудобствам в произнесении и написании [Петракова, 2020: 43].

Употребление аббревиатур обусловлено особенностями развития современного общества, появлением качественно новых инновационных процессов, протекающих в сфере материальной и духовной культуры. Экстралингвистические факторы порождают необходимость создания новых языковых единиц. Более того, номинация должна быть лаконичной по форме, чтобы обеспечить людям экономии временных затрат при сохранении функциональной составляющей [Хьюнг, 2019].

Суть языковой экономии применительно к аббревиатурам заключается в компрессии средств выражения и обобщенном восприятии содержательной стороны новых языковых единиц, в повышении коммуникативной функции языка [Ка-

шенцева, 2018: 19]. Наряду с этим, важно отметить, что коммуникативное значение новообразованных аббревиатур не теряется в сокращенных формах и в их разнообразии. Процесс аббревиации уменьшает время передачи и позволяет максимально сэкономить информационное пространство, сокращая формы слов и словосочетаний.

Компрессионная функция наиболее ярко проявляется в росте продуктивности акронимов, слоговых, графических типов сокращений. Рассмотрим некоторые примеры.

- «Твоя главная слабость? Думаю... *National Hockey League. Да, безусловно, NHL*» [Fame №2, 2016: 4].

В приведенном примере изначально используется полное название профессиональной спортивной организации (*National Hockey League*), а затем – акроним (буквенная аббревиатура). С одной стороны, подобное построение высказывания позволяет избежать трудностей с интерпретацией сообщения, а с другой стороны – устраняет тавтологию, максимально экономит информационное пространство, что делает аббревиацию распространенным языковым приемом в журнальных публикациях. Более того, подобная организация дискурса отражает одну из характеристик журналов – жизненный образ, так как данная фраза может мотивировать юных спортсменов; а также вдохновлять их, внушая позитивную энергетику от спорта; побуждать к успеху.

Одна из характерных особенностей проанализированного материала заключается в том, что слого-словные аббревиатуры, как правило, не сопровождаются пояснениями.

- «*Пишут раздосадованные зрительницы в соцсетях*» [Глянec № 2, 2016: 17].

Отсутствие расшифровки сокращенного слова данного структурного типа обусловлено тем фактом, что усечению подвергаются, в основном, распространенные языковые единицы, интерпретация которых не сопровождается трудностями; в то время, как вторая основа аббревиатуры используется в цельно-оформленной форме, что снимает проблемы в понимании сути высказывания. Следовательно, журналистами достигается информативная функция публици-

стического стиля, благодаря сообщению реципиенту о высказанном разочаровании поклонницами в действиях известного актера в лаконичной форме, что соответствует реализации компрессионной функции аббревиатур.

Как и предыдущие структурные типы аббревиатур, телескопные сокращения также вводятся в статью с расшифровкой или без нее, в зависимости от привычности употребления конкретно сокращенной единицы. Например:

- «*В нашем новом зале будущие мамы смогут проделывать strollercise*» [Глянec № 1, 2016: 10].

В данном случае телескопизм «*strollercise*» является двухкомпонентным, так как образуется из слияния основ двух слов «*stroller*» и «*exercise*»; в связи с предполагаемой распространенностью сокращения «*cise*» – данная аббревиатура введена без расшифровки. Использование телескопического сокращения объясняется тем фактом, что благодаря своему прозрачному значению, которое легко поддается декодированию в контексте, реализуется информирование по конкретному вопросу.

## 2. Экспрессивная функция.

Согласно утверждению О. Г. Косаревой, процесс аббревиации – это «не столько экономия средств, сколько более окрашенные формы выражения уже известных понятий» [Косарева, 2004: 86]. Из этого следует, что помимо компрессионной функции, аббревиатура обладает и экспрессивной и (или) оценочной функцией.

Аббревиация в гляцевых журналах зачастую транслирует экспрессию, художественную выразительность, объединяя два основных принципа публицистического стиля: стремление к стандарту и экспрессивность.

В нашем исследовании основным структурным типом, создающим экспрессивность изложения материала, являются бэкронимы. Осуществляется процесс маскировки аббревиатуры под уже известное всем слово. На исследуемом материале таким примером создания выразительности выступает следующее высказывание:

- «*Всем хорошо известно, что в заведении действует правило **GOLF***» [Fame № 2, 2016: 64].

Лексема «Golf» в обиходе гольфистов до сих пор является оригинальной «мужской» трактовкой названия спортивной игры – *GOLF: Gentlemen Only Ladies Forbidden* («Только для мужчин – женщинам воспрещается»). Представленная аббревиатура сохраняется и в наше время, так как гольф на протяжении долгого периода являлся лишь мужским видом спорта. Однако сегодня использование такого бэкронима осуществляется для реализации журналистами своих собственных идей, привлечением внимания читателя с помощью употребления, казалось бы, типичного слова в нестандартной ситуации; более того, для презентативности материала, так как аббревиатура представляется написанием с заглавных букв, выделенных курсивом и полужирным шрифтом не только с целью экономии времени и энергии, но, в то же время, для создания броской языковой единицы.

Транскрипционный тип сокращений также может оказать эмоциональное воздействие на реципиента.

- *«Русская служба Би-Би-Си освещает самые последние новости в мире на русском языке»* [Fame № 2, 2016: 58].

В данном случае, мы видим функционирование аббревиатуры британского авторитетного средства массовой информации, переданного кириллицей. Можно предположить, что этот прием используется для подчеркивания названия русского аналога британской версии «BBC», совмещая презентативность визуальной и текстовой значимости текста.

Вследствие необычной расшифровки бэкронима может реализовываться экспрессивная функция аббревиатуры благодаря действию принципа языковой игры [Сергеева, 2015: 70].

- *«Мы подготовили многообещающий проект для ОБЖ и их детей в нашем городе»* [Fame №1, 2016: 61].

Осуществляется привлечение внимания читателя, так как общепринятая расшифровка данного сокращения (ОБЖ < «*Основы безопасности жизнедеятельности*») является неподходящей в контексте, где предполагается проект для «*Общества беременных женщин*». Следовательно, использование такого сокращения может вызвать комический эффект для читателя, который не заинтересован данной новостью.

Таким образом, можно утверждать, что в настоящее время журнальные публикации являются средой, в которой активно развивается процесс аббревиации. Сокращения используются как в латинской, так и в кириллической графике с целью информирования читателей и достижения экспрессивности, чтобы привлечь внимание реципиента.

Специфика публицистического стиля заключается в том, чтобы удовлетворить интеллектуальные и эстетические нужды широкой аудитории [Абиев, Сердали, 2016: 90]. Тематика рассматриваемых в нашем исследовании журналов – спорт, кухня, путешествия, автомобили, торжественные мероприятия, мода, косметические средства – оправдывает использование аббревиатур с целью лаконичного выражения мысли и привлечения внимания читателя.

В ходе исследования подтвердилась выдвигаемая гипотеза о том, что ведущей функцией сокращений в гляцевых журналах является компрессионная функция (более 95% исследуемых аббревиатур в текстах журналов), ее реализация осуществляется при помощи акронимов, слоговых сокращений, смешанных и графических аббревиатур. Полученный результат, главным образом, является отражением ведущей задачи публицистического стиля – компрессия текста и повышение его информативности.

### **Литература**

1. Абиев Б. М., Сердали Б.К. Специфичность публицистического стиля // Первый независимый научный вестник. 2016. № 6. С. 89–92.
2. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Наука, 2012. 376 с.
3. Кашенцева А. И. Аббревиатурные конструкции в современном французском языке [Электронный ресурс]. URL: <https://nauchkor.ru/uploads/documents/5c1a5c157966e104f6f8550f.pdf> (дата обращения: 24.01.2020).

4. Косарева О. Г. Аббревиатура как одно из средств экономии и экспрессии речи (на материале современной прессы) // Иностранные языки в школе. 2004. № 2. С. 85–89.
5. Кострубина С. А. Социолингвистические особенности профессионального языка русскоговорящих экономистов // Инновационные подходы в современной науке: сб. ст. по материалам XLIV Международной научно-практической конференции «Инновационные подходы в современной науке». 2019. № 8 (44). С. 146–149.
6. Петракова Ю. О. Проявление аббревиатуры как средства языковой экономии в текстах англоязычных СМИ // Вестник науки и образования. 2020. № 1(79). С. 42–44.
7. Сергеева Т. С. Аббревиатуры в современных англоязычных текстах средств массовой информации // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2015. № 5. С. 67–75.
8. Хьонг Бе Тхи Тху. Аббревиатуры в языке современных средств массовой информации // Вестник Московского государственного областного университета. 2019. №3. С. 17–26.

***Источники***

9. Глянец. 2016. № 1, 2.
10. FAME. 2016. № 1, 2.

## СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «РАСТЕНИЯ» В ТВОРЧЕСТВЕ Н. А. О'ШЕЙ

**Д. В. Хусаинова**

Ульяновский государственный педагогический университет им. И. Н. Ульянова,  
г. Ульяновск

**О. И. Осетрова**

Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск

**Аннотация.** В статье рассматривается семантическое поле РАСТЕНИЯ в контексте рок-поэзии Н. А. О'Шей, а также отдельные лексемы, обозначающие орудия труда, изготовленные из древесины.

**Ключевые слова:** рок-поэзия; семантическое поле; тематическая группа лексики; растения.

Русская рок-поэзия является частью отечественной культуры и продолжает литературные традиции России. Несмотря на громкие заявления о «смерти рока», можно утверждать, что авторы текстов данного направления не только не исчерпали свои возможности, но, возможно, и вышли на новый уровень понимания мира и человека. Оставаясь носителем национального культурного кода, русский рок впитал в себя экзистенциальные концепты мировой культуры. Особенно ярко эта «переключка» ощущается в творчестве групп, которые принято относить к категории «фолк-рок». Одним из таких коллективов считается группа «Мельница», лидером и основным автором которой является Н. А. О'Шей.

Группа «Мельница» была основана 15 октября 1999 года, когда распался коллектив «Тиль Уленшпигель». «Мельница» сохранила идею лидера «Тилия», Р. Комлякова, состоявшую в соединении звучания камерных инструментов, в том числе «классического трио» – скрипки, флейты и виолончели. [Группа Мельница...: URL]. Вплоть до 2017 года в составе группы сохранялась виолончель, но её проникновенность была вытеснена звучанием бас-гитары. Вместе с инструментальной стилистикой менялись и тексты. По мнению Н. А. О'Шей, творчество группы вовсе не стилизовано под фолк – встречаются даже музыкальные размеры, не характерные для фолка, «хотя определённые мотивы и инструменты имеются» [Хелависа: «Вечность...»: URL].

Исследования творчества группы «Мельница», как и рок-поэзия вообще, является темой многих научных трудов [например, Любарский, 2016; Разницына, 2017; Баранова, Холина, 2018; Хусаинова, 2019 и др.]. Большая часть работ ориентирована на литературоведческий и

культурологический анализ. На наш взгляд, не менее перспективным является исследование семантических полей в текстах Н. А. О'Шей.

Термин *поле* используется в разных научных областях: *поле* и его концепции изучаются физиками, математиками, биологами, психологами, социологами, лингвистами. Очевидно, что этому термину в разных науках даются разные определения, но даже внутри каждой из них эти определения сильно различаются [Щур 1974: 7–8]. Рассмотрим различия в определении этого термина в контексте семантического исследования.

В «Лингвистическом энциклопедическом словаре» под редакцией В. Н. Ярцевой (далее – ЛЭС) термин *поле* определяется как «совокупность языковых <...> единиц, объединённых общностью содержания (иногда <...> формальных показателей) и отражающих понятийное, предметное или функциональное сходство отображаемых явлений» [ЛЭС: 380]. Попытки фиксации типов лексических объединений предпринимались ещё в XIX веке. *Семантическое поле* (далее СП) характеризуется «связью слов или их отдельных значений, системным характером этих связей, взаимозависимостью и взаимоопределяемостью лексических единиц, <...> непрерывностью смыслового пространства» [ЛЭС: 381]. Таким образом, здесь ЛЭС определяет СП как явление, присущее языку в общем, и больше сосредоточено на контексте его изучения, чем на самом явлении. В другой статье словаря термин *поле* рассматривается с точки зрения парадигматики как «наиболее общая группировка слов» «в системе языка, основой которых выступает оппозиция» [ЛЭС: 438]. Это достаточно расплывчатое определение компенсируется подробным объяснением

двух видов *поля*. Первый вид – это *денотатные поля*; в таком *поле* находятся слова, которые относятся к одной предметной области, например, цветообозначению, названию животных и растений и так далее. Слова в *денотатных полях* в основном организованы «по принципу “пространство” и по принципам соотношения вещей: часть и целое, функция (назначение) и её аргументы (производитель, агенс, инструмент, результат)» [Там же: 438–439]. В качестве второго вида выступает *сигнификативное поле*, которое объединяет слова по принципу их отношения к одной сфере представлений или понятий, например, эмоционального состояния, восприятия органами чувств и так далее. Слова в *сигнификативных полях* организованы «по принципу “время” и по принципам соотношения понятий (подчинение, гипонимия, антонимия)» [Там же]. Как видно, здесь представлено довольно общее понимание термина *поле*, снабжённое, однако, описанием показателей, в соответствии с которыми слова объединяют в эти группировки.

В «Словаре лингвистических терминов» О. С. Ахманова даёт два основных определения СП. Первое рассматривает СП как часть действительности, которая «теоретически» может являться относительно автономной единицей в контексте языка; второе определение представляет СП как «совокупность слов и выражений, составляющих тематический ряд, слова и выражения языка, в своей совокупности покрывающие определённую область значений» [Словарь лингвистических..., 2010: 334]. И если первое определение применимо по отношению к языку в целом, то второе, на наш взгляд, допускает возможность рассмотрения СП в контексте отдельного речевого произведения.

Как особую категорию, основным компонентом которой является авторский замысел, рассматривает семантическое поле художественного текста В. П. Абрамов. Автор обращает внимание на то очевидное обстоятельство, что семантика художественного текста, в отличие от языковой системы, строится по принципу мотивированности [Абрамов, 2020: 203–204]. На наш взгляд, разумно было бы предположить применимость данного утверждения к любому авторскому тексту, однако ключевой функцией художественного (и тем более – поэтиче-

ского) текста является эстетическая, которая выводит на передний план языковую личность автора, его видение мира и лингвистическую рефлексию. Образность, обилие выразительных средств, при вокальном исполнении усиленные интонированием и акцентуализацией (в случае с «Мельницей» – авторскими), специфическое музыкальное сопровождение – всё это заставляет нас предполагать наличие существенных особенностей, присущих содержимому семантических полей рок-поэтических текстов вообще и текстов Н. А. О'Шей в частности. Далее цитируется Н. К. Соколова, которая чётко разделяет СП вообще и СП художественного текста (в частности – поэтического). По ее мнению, «специфика поэтического текста заключается в том, что семантическое и тематическое развёртывание лирических произведений происходит не путем сцепления слов-понятий, а в результате сложного, непрямолинейного соединения слов-образцов» [Цит. по: Абрамов, 2020: 204–205]. Поскольку мы рассматриваем СП именно в поэтическом контексте, то считаем уместным опираться именно на это утверждение – остальные авторы рассматривают СП в контексте системы языка, а не как явление в контексте одного художественного (поэтического) текста или ряда таковых, объединённых автором в сборники или, в случае рок-поэзии, в альбомы.

Нами рассмотрены следующие альбомы группы «Мельница» (анализу подвергались только тексты, авторами которых является Н. А. О'Шей): «Дорога Сна» (2003), «Перевал (2005)», «Зов Крови» (2006), «Дикие Травы» (2009), сингл «Рождественские песни» (2011), «Ангелофрения» (2012), «Радость моя (2012)», «Алхимия» (2015), «Химера» (2016), а также сольные работы лидера группы: «Леопард в городе» (2009), «Люцифераза» (2018) [Музыка, URL]. Исследование показало, что в рамках творчества Н. А. О'Шей широко представлены следующие семантические поля: *ОГОНЬ* – «...зовёт с собою в *пламя*» («Саламандра»), «я *огонь* напою вином» («Огонь»), «в переплёте *огненных* страниц» («Марсианский экспресс»); *ВОДА* – «*реки* вздыхают в плену берегов» («Королевская охота»), «солнце над *озером* плавало» («Шаман»), «так гряди <...> из-за гневного *моря*»; *МЕТАЛЛ* – «когти *золотом* ко-

вать» («Оборотень»), «в сердце сдвинется нож» («Воин Вереска»), «мерцание лезвий» («На Север») и многие другие. Однако для нас наибольший интерес представляет СП *РАСТЕНИЯ*.

В контексте творчества Н.А. О'Шей семантическое поле *РАСТЕНИЯ* можно определить как совокупность нескольких тематических групп лексики (далее – ТГ), приведённых в порядке снижения частотности (в скобках указано количество употреблений в текстах):

1) «Травянистые растения и их наименования», которая представлена лексемами *трава* (37), *вереск* (8), *лён* (4), *ковыль* (3), *левкой* (3), *горицвет* (2), *клевер* (2), *полынь* (2), *тростник* (2), *горечавка* (1), *тысячелистник* (1), *рожь* (1), *перекати-поле* (1), *корица* (1), *зверобой* (1), *крапива* (1), *лаванда* (1), *овёс* (1), *одолень-трава* (1), *хмель* (1), *рожь* (1), *роза* (1).

2) «Деревья и их наименования», которая представлена лексемами *дерево* (3), *дуб* (2), *шелковица* (2), *смоковница* (1), *сосна* (1), *ива* (1), *рябина* (1), *осина* (1), *ель* (1).

3) «Оружие из растительности, инструмент для растительности, бытовой предмет/продукт из растительности», которая представлена лексемами, *лучина* (1), *осиновый кол* (1), *поленья* (1), *венок* (1), *весло* (1), *сабля* [деревянная] (1), *корона* [терновоя] (1), *истукан* (1), *хлеб* (1), *коса* (1), *серп* (1), *веретено* (1), *прялка* (2), *тетива* (контекст «из травы тетива») (1).

4) «Местность, для которой характерна определённая растительность / местность, которая описана как покрытая растениями», которая представлена лексемами *лес* (9), *поляна* или *поле* (3), *стель* (2), *луг* (2), *болото* (2), *круча* (контекст «на зелёных кручах») (1), *холмы* (контекст «кудри лесистых холмов») (1).

5) «Части растений», которая представлена лексемами *лист* или производным *листва* (6), *зелень* (3), *золото* (контекст: «*золото* зелени») (2), *ветка* или вариант *ветвь* (2), *корни* (3), *стебель* (1), *лепесток* (2), *смола* и его производными *смолистый*, *смолящийся* (4), *пень* (1), *иглы* (контекст: «по *иглам сосновым*») (1);

6) «плоды растений», которая представлена лексемами *вишни* (1), *брусника* (1);

7) «кустарники», которая представлена лексемами *жасмин* (3), *бересклет* (1);

8) «действия человека, связанные с растениями», которая представлена лексемами *сеять* (1), *жатва* (1);

9) «жизнедеятельность растений», которая представлена лексемами *прорастать* (3), *зреть* (2), *цвести* / *выцветсти* (2);

10) «виноград и его производные»: *вино* (5), *виноград* (3), *лоза* (3).

Стоит также упомянуть отдельные лексемы, которые мы не смогли соотнести с какой-либо СП: *жито*, *масличный* (контекст «под *масличной* юной луною», то есть «цвета *маслины*»), *брага* (1).

Определённую сложность при составлении СП составляет отнесение некоторых слов к ТГ «Оружие из растительности, инструмент для растительности, бытовой предмет/продукт из растительности». Трудность, а точнее, спорность такого отнесения состоит в том, что данная ТГ находится на периферии поля и, на первый взгляд, должна быть отнесена к СП *ОРУЖИЕ* / *ОРУДИЕ ТРУДА*. Тем не менее, контекст творчества Н. А. О'Шей, осознанно нагруженного фольклорными и мифологическими мотивами, предполагающими важность происхождения материалов, из которых производятся предметы, допускает, а в нашем случае и требует включения самих этих предметов в рассматриваемую ТГ.

В связи с этим мы особо отметим лексемы «прялка» и «веретено». Необходимость упоминания этих лексем не связана с тем, что оба этих инструмента сделаны из дерева – гораздо важнее то, в каком контексте употреблены эти лексемы. Зная о том, что Н. А. О'Шей активно использует мифологические образы, архетипы и сюжеты в своём творчестве, нужно упомянуть, что *нить*, появляющаяся в результате прядения, в мифологии может «соотноситься с жизнью, которая развивается подобно прядению нити» [МНМ: 344], на что и ссылается текст песни «Прялки»: «...*плавится нить* / *И близок срок*» (то есть вместе с разрушением жизненной нити близится смерть человека). Кроме того, «образ пряжи <...> обычно связан с темой сырья, в том числе растительного» [МНМ: 343]. Так, в контексте мифологического мотива обработки растительных материалов «на первый план выступают мотивы, отсылающие к

основному мифу в варианте умирающего и воскрешающего бога: бросание (семена) в землю, прорастание, вырывание (растения), его вытягивание, расчленение, помещение в воду» [МНМ: 344]. Интересно, что в песне «Прялка» при перечислении того, что возможно прясть («Кто прядёт лён, кто прядёт шерсть, / Кто прядёт страсть, а кто прядёт мечь, / А я спряду твою смерть»), первым упоминается лён, а последним и ключевым для дальнейшего поведения лирической героини – смерть. Связь мотива прядения и мотива смерти упоминается и в других песнях. Например, в песне «Зима» вместо лирической героини метель «прядёт <...> веретено» (контекст явно указывает на то, что героиня погибает: все образы, связанные с зимой, имеют отрицательную коннотацию, указывающую на медленное увядание чело-

веческой жизни). Процесс прядения упоминается и в песне «Княже» (*свивала нитью дым*), где ведущим мотивом поведения лирической героини стала смертельная мечь. В песне «Ушба» олицетворение горы и лирическая героиня тоже прядут: если олицетворение гибели «наших мужчин» прядёт из облаков (ножницы «стригли овец небесных», а куделью служат «ключья на чёрном гребне скал»), то смертная героиня прядёт из обычной овечьей шерсти. Как видно, мотив прядения и сама лексема *прялка* связаны как с основным сюжетом текстов, так и с темой нашего изучения – семантическим полем **РАСТЕНИЯ**.

Таким образом, можно сделать вывод о широкой представленности и разнообразии лексем СП **РАСТЕНИЯ** в текстах Н. А. О'Шей, в том числе за счёт инструментальной лексики.

### Литература

1. Разницына Н. С. Мотив пути как лейтмотив альбома «Дорога сна» группы «Мельница» // Русская рок-поэзия: текст и контекст. 2017. С. 260–267. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/motiv-puti-kak-leytmotiv-albomadoroga-sna-gruppy-melnitsa> (дата обращения: 8.05.2020).
2. Баранова Н. Д., Холина Д. А. Концептуализация времени в современной рок-поэзии (на материале творчества российской фолк-рок-группы «Мельница»). // Язык, коммуникация и социальная среда. 2018. № 16. С. 164–182.
3. Любарский Р. В. Художественное моделирование идей К. Кастанеды в рок-поэзии Хелависы // Вестник БГУ. 2016. № 4 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvennoe-modelirovanie-idey-k-kastanedy-v-rok-poezii-helavisy> (дата обращения: 8.05.2020).
4. Хусаинова Д. В., Осетрова О. И. Мифологические образы животных в раннем творчестве Н. А. О'Шей. // Ученые записки Ульяновского государственного университета. 2019. С. 123–127.
5. Щур Г. С. Теории поля в лингвистике. // М.: Наука, 1974. 256 с.
6. Абрамов В. П. Семантические поля русского языка // М.: Флинта, 2020, 336 с.

### Словари и справочная литература

7. Мифы народов мира / под ред. В. М. Макаревич. Т. 2. М., 1980. (В тексте – МНМ)
8. Лингвистический энциклопедический словарь. / под ред. В. Н. Ярцевой. 1990, 685 с. (В тексте – ЛЭС)
9. Словарь лингвистических терминов. / под ред. О. С. Ахмановой. М.: Книжный дом «Либроком». 2010. 576 с. (В тексте – СЛТ)

### Источники

10. Группа Мельница на Дарьял ТВ. Эфир от 20.10.2000. Сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZRRHUNgz6VY> (дата обращения 8.05.2020).
11. Музыка // Мельница. Сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://melnitsa.info/music/> (дата обращения 8.05.2020).
11. Хелависа: «Вечность требует одеяла!». Сайт [Электронный ресурс]. URL: <http://rockcult.ru/interview/helavisa-2017/> (дата обращения 8.05.2020).



## ДИСКУРС РЕАГИРОВАНИЯ: ЛИНГВОПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

**А. Б. Алексеев,**

*Московский областной филиал РАНХиГС, г. Красногорск*

**Аннотация.** Статья посвящена изучению дискурса реагирования. Методологическую основу исследования составляют постулаты критической дискурс-теории и обыденной лингвополитологии. Анализ осуществляется на материале около 100 комментариев в YouTube. Установлено, что рядовые носители языка, оставляющие комментарии в YouTube, используют разнообразные интерпретирующие стратегии. Порождаемый ими дискурс не лишен экспрессивности и лингвокреативности.

**Ключевые слова:** обыденная лингвополитология, интерпретационная стратегия, моральная паника, дискурс реагирования.

**Введение.** Дифференциация современного лингвистического знания происходит на фоне одновременного возрастания междисциплинарных и интегративных тенденций в науке. Как совершенно точно заметил по этому поводу Ю. Н. Караулов, «...на границах со смежными областями, на стыках разных наук происходит постоянное расширение нашего лингвистического опыта, прирост потенциала научных знаний, осуществляются открытия, формулируются гипотезы, оформляются новые теории» [Караулов, 2010: 12].

Политическая лингвистика, или лингвополитология возникла в результате объединения лингвистики и политологии в единую научную парадигму, – подход отнюдь не новый в истории человеческой мысли: еще Аристотель указывал на тесное переплетение политики и языка, ее обслуживающего [Васич, Шириянц, 1999: 12].

Методологические основы политической лингвистики были заложены прежде всего представителями школы критического дискурс-анализа (КДА) – Т. Ван Дейком, Н. Ферклоу, Р. Водак, С. Милз.

### **Политическая лингвистика vs. обыденная лингвополитология.**

В центре рассмотрения политической лингвистики – политический дискурс – емкое понятие, не имеющее однозначного толкования.

Сам термин «дискурс» возник во второй половине прошлого столетия и очень скоро превратился в модное, сигнальное слово целого ряда наук, в том числе лингвистики. Дискурс-анализ как лингвистическое, а, по сути, междисциплинарное научное направление сформировался в результате осознания исследователями,

что при изучении живой речи необходимо принимать во внимание, помимо собственно вербальных коммуникативных средств, факторы социальной среды, обстановку общения, хронотоп, цели и прагматические установки личности.

Границы любого дискурса, в том числе институционального, проницаемы, – дискурс представляет собой постоянно обновляющееся коммуникативное пространство, периодически подверженное трансформациям и проникновению в него различных языковых элементов, даже ему традиционно не свойственных.

Согласно точке зрения известного голландского ученого Т. Ванн Дейка, политический дискурс – это область функционирования политических агентов, групп, институтов и систем [Ван Дейк, 2013: 193]. Это узкое понимание политического дискурса, руководствуясь которым, исследователь ориентируется в первую очередь на анализ речей профессиональных политиков. Такой подход представляется актуальным, поскольку он преследует, по меньшей мере, две практические цели, а именно: помочь политикам использовать язык наиболее оптимальным образом и просветить избирателей, чтобы они могли разбираться в риторических приемах, используемых политиками, например, без труда выявляя случаи манипуляции.

Тем не менее надо заметить следующее: профессиональный политический дискурс уже достаточно хорошо изучен, – лингвисты активно исследовали особенности политического дискурса, его концептуальные метафорические образы и модели; в их фокус внимания попадали такие явления, как манипуляция, театральность, аргументативность (в иной

терминологии – агональность) и т.д. Конечно, политическому языку свойственны большие или меньшие изменения, а поэтому неверно бы было думать, что политическая лингвистика исчерпала себя, даже если объектом изучения этой дисциплины считать политический дискурс в его узком значении.

Современная политическая лингвистика развивается, расширяет область своего изучения. Одним из востребованных подразделов этого научного направления можно признать обыденную лингвополитологию – дисциплину, которая, по мнению Н. Д. Голева и Л. Г. Ким, должна обращаться к обыденному языковому сознанию избирателей, равно как даже тех, кто не голосует на выборах и не интересуется политикой. Обыденная лингвополитология применяет «лингвистические методы интерпретации рядовыми носителями языка текстов на политические темы и политических терминов...» [Голев, Ким, 2014: 48]; она призвана выявить «отношения людей к происходящим в обществе политическим процессам, что позволит осуществить мониторинг общественного мнения и общественного политического сознания» [Там же: 48].

Политический дискурс непрофессионалов еще основательно не исследован, – этим обстоятельством определяется особая актуальность обыденной лингвополитологии.

Интерпретационные стратегии (ИС), используемые (рядовыми) носителями языка для смыслочитывания исходного политического текста и, возможно, порождения собственного высказывания, могут быть классифицированы. Л. Г. Ким предлагает следующую классификацию ИС:

1. По направлению интерпретации – холистические / элементаристские ИС;
2. По характеру интерпретации – рационально-логические / интуитивно-чувственные ИС;
3. По объекту интерпретации – языковые / метаязыковые ИС;
4. По интенциональности интерпретации – семантические / прагматические ИС;
5. По исходной установке интерпретирующей языковой личности – языковое доверие и языковой скепсис;
6. По результату интерпретации – копияльные и креативные ИС;

7. По цели интерпретации – игровые и неигровые ИС [Языковая личность, 2014: 71].

В основе существования обыденной лингвополитологии заложено широкое понимание политического дискурса как коммуникативной сферы, не принадлежащей исключительно профессиональным политикам, агентам политического дискурса.

Широкое понимание политического дискурса можно связать с социологической теорией П. Бурдьё, который оперировал терминологической единицей «политическое поле» [Бурдьё, 1993]. Все более востребованным становится рассмотрение политического дискурса именно в качестве полевой структуры. Исходя из этого, логично предположить, что политическое поле имеет центр (ядро) и периферию – причем эти два понятия смещаемы: при определенных условиях центр становится периферией, а периферия, наоборот, завоевывает для себя центральное дискурсивное пространство.

Для лингвистических исследований такая точка зрения не является принципиально новой. Она, например, поддерживается С. А. Домышевой. Автор указывает, что периферия политической коммуникации включает в себя непрототипичные жанры политического дискурса, несущие элементы других сфер общения, в том числе бытовой [Домышева, 2008: 7].

Центр и периферия политического дискурса неоднородны, непроходимый границы между ними нет, и это создает предпосылки для более или менее свободного передвижения политических агентов по всему пространству политического поля. Деятельность политических маргиналов – вот что расширяет и смещает границы политического. Впрочем, сама тема, политической маргинальности исследована мало даже в политологии [Вафин, 2013: 3], и не являясь предметом рассмотрения данной статьи, не может быть здесь освещена. Важно лишь осознать, что политический маргинал в большинстве случаев должен рассматриваться в качестве профессионального политика, пусть даже вне- или антисистемного.

Исходя из широкой трактовки термина «политический дискурс», политический дискурс стоит представить как диалог не только профессиональных политиков и политических институтов, которые они

репрезентируют, но в него имеет смысл включить и людей, к кому собственно обращено политическое слово, т.е. избирателей.

М. М. Бахтин писал, что «В сущности слово является двусторонним актом. Оно в равной степени определяется как тем, чье оно, так и тем, для кого оно. Оно является как слово именно продуктом взаимоотношений говорящего со слушающим» [Общая психолингвистика, 2004: 97].

Слово всегда вызывает определенный отклик у адресата. Дискурс политика порождает множество других дискурсов, варьирующихся от выступлений сторонников и возражений противников до бытовых разговоров в принципе равнодушных к политике граждан, которые тоже имеют свой особый, непрофессиональный политический дискурс – объект изучения обыденной лингвополитологии.

#### **Дискурс реагирования. Моральная паника**

Актуальным, сравнительно новым и, к сожалению, нечасто употребляемым термином политической лингвистики является понятие «дискурс реагирования», введенное в научный оборот С. Н. Плотниковой и углубленное в диссертационном исследовании С. А. Домышевой. Под дискурсом реагирования ученые понимают «любой дискурс, произведенный в качестве реакции на дискурс политика» [Домышева, 2008: 11].

Указывается, что термин «дискурс реагирования» имеет ряд преимуществ по сравнению с синонимичными ему обозначениями – «респонсивный», «ответный» дискурс, – поскольку он не ставит под сомнение самостоятельность мысли коммуникантов, их креативность [Там же: 7].

Действительно, дискурс реагирования следует понимать не просто как ответ на речь того или иного государственного деятеля, но как самостоятельное смысловосодержащее лингвистическое и сверхлингвистическое образование, в котором отражаются идеологические и политические убеждения человека; в дискурсе реагирования, как и в любом другом дискурсе, преломляются лингвистические, когнитивные, прагматические, эмоциональные, особенности языковой личности, отража-

ется ее социальная принадлежность к определенной группе населения.

Дискурс реагирования возникает прежде всего в результате осмысления человеком прецедентных феноменов политики, – это могут быть не только выступления политиков, но и политические события, попадающие в фокус внимания людей и интерпретируемые в самых различных коммуникативных пространствах.

Дискурс реагирования не монолитен: он продуцируется как профессиональными политиками, так и рядовыми гражданами; он предполагает существование множества жанров, прямо или косвенно связанных с областью политического.

Разновидностью дискурса реагирования является дискурс моральной паники. Сам термин «моральная паника» был впервые использован социологом С. Коэном; сейчас теме моральной паники посвящаются работы и российских социологов, но в лингвистике, даже в политической лингвистике, понятие «моральная паника» почти не востребовано. Заметное исключение составляют работы британского профессора Т. МакЭнери, активно изучающего моральную панику в тесной связи с невежливым общением, или «плохим языком» (bad language). Употребление плохого языка способно послужить триггером моральной паники [McEnergy, 2009].

Дискурс моральной паники – это, как правило, политический дискурс, хотя не обязательно относящийся к центру политического коммуникативного поля. Он имеет свое тематическое наполнение: обычно моральная паника возникает по поводу явлений, событий, которые являются экстраординарными, не соответствующими никакой институциональной норме и традиции. Интерпретация произошедшего часто склоняется в сторону гипертрофированного, предвзятого освещения реальности. Активное участие в генерации моральной паники принимают не только политики, но и люди, которые по долгу своей профессии вынуждены вставать на защиту моральных баррикад (выражение С. Коэна) – священники, журналисты и т.д. [Cohen, 2002: 2]. Предполагаем, что нередко моральные аргументы звучат и из уст рядовых носителей языка, возмущенных поведением, действиями и т.д. тех или иных лиц.

Соответственно, можно выделить два пласта лингвополитологического анализа моральной паники: собственно лингвополитологический, имеющий дело с тем, как моральная паника продуцируется, интерпретируется и развивается политиками и политическими институтами, и обыденно лингвополитологический. Последний аспект изучения моральной паники ориентирован на то, как общество реагирует на нее, способствуя ее разрастанию или свертыванию, сведению на нет.

Подходя к дискурсу моральной паники как к специфическому дискурсу реагирования, ученый имеет дело с целым рядом лингвистически релевантных категорий. Согласно точке зрения Т. МакЭнери, необходимо выявить объект моральной паники, т.е. то, чему она посвящена. В исследовании автора за объект моральной паники принимается «плохой язык». Во-вторых, надо идентифицировать «козла отпущения» (scapegoat), или человека, которого винят в совершении неэтических действий и эскалации проблемы. В-третьих, в фокус внимания должна попасть группа «моральных предпринимателей» (moral entrepreneurs), или людей, стоящих за моральной паникой, ее провоцирующих, часто в своих корыстных интересах. Дискурс моральных предпринимателей, т.е. дискурс моральной паники, обычно освещает вопросы как-то: последствия нерешения проблемы, неотложные действия, которые общество должно предпринять, желаемый исход [McEnergy, 2009: 6].

### **Моральная паника в американском политическом дискурсе 2015-начала 2017 гг.**

Американская политическая жизнь 2015-2017 гг. характеризовалась особым накалом страстей, что позволило нам говорить о моральной панике, сложившейся в американском обществе, спровоцированной употреблением неполиткорректных фраз Д. Трампом [Алексеев, 2017]. Ранее мы рассматривали моральную панику исключительно с точки зрения анализа речей политиков; здесь же предлагаем взглянуть на проблему с точки зрения обыденной лингвополитологии.

В современном мире наблюдаются две противоположные тенденции. С одной стороны, интерес людей к политике снижается, – на это указывал еще Ж. Бодрийяр [Baudrillard, 1983]. Однако,

как замечает А. Курзан, демократизация общения дает о себе знать. Простые граждане все чаще получают доступ к институциональным дискурсам, они принимают активное участие в метаязыковых дискуссиях, что является политически нагруженным: ведя речь о том, как стоит употреблять язык, в каких выражениях говорить об афроамериканцах, женщинах и т.п., люди затрагивают фундаментальные социальные проблемы [Curzan, 2014: 144].

Более того, нельзя не принимать во внимание то обстоятельство, что появление глобальной сети «Интернет» значительно расширило коммуникативное пространство человека. Причем Интернет, в отличие от телевидения, радио и т.п., поддается правительственному контролю лишь частично: в результате именно Интернет становится площадкой для консолидации недовольных людей, их объединения в виртуальные политические сообщества, которые при определенных условиях могут становиться вполне реальными политическими игроками.

Как и другие СМИ, Интернет формирует общественное мнение. Это отлично осознают политики, которые, по свидетельству М. Бойда, задействуют социальные сети, а также анимационные ресурсы глобальной сети. Уже в американской президентской кампании 2008 г. не было ни одного кандидата, кто бы ни имел своего канала на YouTube [Boyd, 2014: 245].

Платформа YouTube, равно как и большинство социальных сетей, позволяет Интернет-пользователям не только просматривать видео, но и комментировать их. На первый взгляд, комментарии, часто написанные анонимно, с искажением нормативной грамматики и характеризующиеся употреблением разговорной, а порой нецензурной лексики, имеют мало социального веса. Это ошибочное впечатление – для Интернет-публики две-три строчки, написанные одним из «своих», имеют несомненную значимость.

Не могут игнорировать интернет-комментарии и лингвисты. По словам зарубежного исследователя, вне зависимости от того насколько повседневными, несущественными нам кажутся определенные тексты, все они заслуживают рассмотрения. Отмечается, что такие тексты характеризуются богатым разнообразием лингвистических средств, использован-

ных в них и необходимых для их интерпретации; выполняя критическую функцию, они непосредственно задействованы в распространении социальных практик, в соответствии с которыми мы живем [Stillar, 1998: 1].

Согласно нашей позиции, моральная паника, будучи кратковременным феноменом то нарастает, то идет на спад, т.е. она проходит через определенные пики. В американском политическом дискурсе 2015-2017 гг. нами идентифицировано 3 высших точки накала моральной паники: весна 2016 г., когда стало очевидно, что Д. Трамп – наиболее вероятный номинант Республиканской партии, октябрь 2016 г., когда была обнародована видеозапись, на которой Д. Трамп оскорбительно и нецензурно говорит о женщинах, и начало 2017 г., когда Д. Трамп стал официально президентом США [Алексеев, 2017].

#### **Дискурс реагирования на видеозапись**

Описать дискурс моральной паники 2015-начала 2017 гг. не входит в задачи настоящей статьи, поскольку в какой-то степени это было сделано нами ранее. Здесь мы выберем один из наиболее скандальных эпизодов президентской кампании того периода – обнародование видеозаписи, на которой Д. Трамп нецензурно выражается, – и пронаблюдаем те интерпретационные стратегии, которыми пользуются люди, оставляющие комментарии в YouTube, – клиенты политического дискурса, – которые тем не менее благодаря интернет-технологиям не лишены возможности влиять на ход политической коммуникации. Приведем фрагмент слов Д. Трампа, попавших на видеозапись, хотя, конечно, вербальный компонент текста составляет лишь часть релевантной для лингвиста информации.

TRUMP: *I moved on her like a bitch. I couldn't get there and she was married. Then all-of-a-sudden I see her, she's now got the big phony tits and everything. ... You know I'm automatically attracted to beautiful... I just start kissing them. It's like a magnet. Just kiss. I don't even wait. And when you're a star they let you do it. You can do anything. ... Grab them by the pussy.*

Видеозапись была сделана в 2005 г., т.е. за 10 лет до того, как Д. Трамп баллотировался в президенты. Однако она вызвала большой общественный резонанс и

до сих пор волнует интернет-пользователей.

В анализируемых комментариях употребляются как холистические, так и элементаристские ИС. Элементаристские ИС фокусируются на одном аспекте высказывания и фактически игнорируют остальную информацию. Чаще всего это нецензурные или прецедентные выражения, повторяемые, цитируемые, осмысляемые людьми.

MrHwil RRR MGTOW: *Grab em by the pussyy!!!!* (Эмоциональность передается с помощью восклицательных знаков).

Или: Weedman: *"And when you're a star they let you do it." sounds like consent to me.*

Иногда элементаристские ИС сопровождаются рационально-логическими доводами.

larry R: *Its true when your a star women spread open like a flower so they can get at some of your money.*

Пользователь применяет сравнение (like a flower), каламбур (актуализирована многозначность слова 'spread', относящегося одновременно к женщинам и цветам); рационально-логические рассуждения вводятся союзом 'so that'.

Холистические комментарии ориентированы на осмысление всего контекста видеозаписи или производимого ею эффекта.

cgy\_flames61: *lol so funny . what a funny guy*

Или: petre5cam: *Just a couple of guys having some laughs, locker room talk, nothing especially serious. Come on you all grow up, get over yourselves. Couple of guys having some laughs.*

В последнем примере автор обращается ко всем людям, читающим и оставляющим комментарии. Используя парцелляции, он высказывает мнение, что видеозапись не представляет ничего серьезного.

Порой осуждение слов Д. Трампа осуществляется через риторические вопросы:

Harriet Teebs: *How is this ok??*

Звучат и оскорбления в адрес Д. Трампа:

Ernesto De La Serna: *He's literally a fat pig.*

Или: AntiAnti: *Predator of the United States*

Оппозиционность человека индицируется уже в нике: 'AntiAnti'. Фраза 'Predator of the United States' построена по звуковой аналогии с 'President of the United States'.

Нередко оскорбление усиливается дополнительными комментариями.

Jonelle Barbati: *HE IS A VILE PIG. NO INSULT TO PIGS INTENDED.*

Предложение 'NO INSULT TO PIGS INTENDED' парадоксально: автор фактически извиняется за оскорбление не перед Д. Трампом, а перед животным, с которым того сравнивает.

Между комментаторами разворачивается дискуссия, иногда используются упреки и оскорбления по отношению друг к другу.

Silas: *...there are many good arguments you could make but you are making a very poor one.*

Сторонники Д. Трампа выражают языковое доверие.

D. Baker: *He's goddamn right. They will let you do anything. Is it right or just? Of course not. Is everything he's saying true? Yep, and that's why he won...*

Экспрессивность комментария усиливается вопросно-ответной подачей информации.

Иногда Д. Трамп удостоивается комплиментов, что только еще раз подчеркивает: однозначного отношения к риторике президента нет, – скорее в дискурсе реагирования происходит столкновение различных идеологических позиций.

MrHwil RRR MGTOW: *Swagg!! :D Trump is a real man. :)*

Порой используется ирония.

Holly B: *We are so proud of our puzzy grabber in Chief.*

Или: Дмитрий Скрыбин: *What a decent gentleman and good husband he is! A true face of America.*

Фраза 'A true face of America' не иронична, но свидетельствует об антиамериканских настроениях автора.

Даются и метаязыковые оценки видеозаписи, в частности отмечается плохое качество звука, неестественная интонация и т.п.

Ben Sei: *Sound like they are stoned.*

Некоторые комментарии эгоцентричны и, на первый взгляд, не имеют прямого отношения к видеозаписи.

Severe Tire Damage: *I'm fixin' to be a star \**

На этот комментарий пользователь с ником 'Charles Roberts' отвечает, употребляя колкость:

*The ONLY way you can get any.*

#### **Заключение.**

Не вызывает сомнения, что дискурс реагирования – актуальный объект рассмотрения политической лингвистики и в особенности обыденной лингвополитологии. Речь непрофессиональных политиков исследована в значительно меньшей степени, чем политиков. Вместе с тем, как показывает анализ, она не лишена лингвокреативности, образности, экспрессивности, эмоциональности.

Одним из направлений изучения дискурса реагирования может быть выявление его различных проявлений. Моральная паника в этой связи может быть интерпретирована как частная манифестация реагирования. Важно установить особенности дискурса реагирования и языковой личности, функционирующей в его пространстве. Это во многом остается задачей будущих исследований.

#### **Литература**

1. Алексеев А. Б. Конструирование моральной паники в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. 2017. № 2(62). С. 47–57.
2. Бурдые П. Социология политики; пер. с фр. М.: Socio-Logos, 1993. 336 с.
3. Ван Дейк Т. А. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации; пер. с англ. Е.А. Кожемякина и др. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 344 с.
4. Васич В. Н., Ширянянц А. А. Политика. Культура. Время. Мифы. М.: Диалог-МГУ, 1999. 129 с.
5. Вафин А. М. Феномен политической маргинальности: теоретический и эмпирический аспекты: дис. ... канд. полит. наук. М, 2013. 131 с.
6. Демидова Г. В. Структурно-семантические характеристики англоязычной переводческой терминологии: монография. Самара, 2012. 211 с.
7. Домышева С. А. Политический дискурс в пространстве дискурса реагирования (на материале британской и американской прессы за 2000-2007) : дис. ... канд. филол. н. Иркутск, 2008. 188 с.

8. Голев Н. Д., Ким Л. Г. Обыденные политические интернет-комментарии как проявление вариативности интерпретации (оппозиции «эксплицитное — имплицитное», «проявленное — ожидаемое») // Имплицитные и эксплицитные стратегии в восточноевропейском политическом дискурсе: материалы российской секции международной конференции Ain't misbehavin'? Implicit and explicit strategies in Eastern European political discourse. Екатеринбург, 2014. С. 47–71.
9. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. М.: Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.
10. Общая психолингвистика: хрестоматия. Учебное пособие / Сост. К. Ф. Седова. М.: Лабиринт, 2004. 320 с.
11. Языковая личность: моделирование, типология, портретирование. Сибирская лингвоперсонология. Вып 2. Под ред. Н. Д. Голева. М.: ЛЕНАНД, 2015. 432 с.
12. Baudrillard. J. In the shadow of the silent majorities and other essays. New York: Columbia University Press, 1983. 129 p.
13. Boyd M. Participation and recontextualization in new media. Political discourse analysis and YouTube. In: From text to political positions: text analysis across disciplines. Ed. By B. Kaal, I. Maks & A. van Elfrinkhof. 2014. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins. pp. 245–268.
14. Cohen S. Folk devils and moral panics. The creation of the Mods and rockers. London & New-York: Routledge. 2002. 281 p.
15. Curzan A. Fixing English. Prescriptivism and language history. Cambridge: Cambridge University Press, 2014. 197 p.
16. McEnery T. Swearing in English. Bad language, purity and power from 1586 to the present. London: Routledge, 2009. 276 p.
17. Stillar G. Analyzing everyday texts: discorsal, rhetorical and social perspectives. Sage publications, 1998. 205 p.

#### **Источники**

18. Grab them by the Pussy Donald Trump [Электронный ресурс] // YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=PwWux5BAczk> (дата обращения 24.02.2020)

## ИРОНИЯ И САРКАЗМ В НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ ФРАНЦУЗСКИХ КОМИКСОВ

Д. А. Сухих

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

Научный руководитель – доктор филол. наук, профессор В. Г. Горшкова

**Аннотация.** Сегодня культура научного дискурса претерпевает некоторые изменения, связанные с жанровой взаимозаменяемостью компонентов или жанровой гибридизацией. В научном дискурсе французских комиксов можно наблюдать использование таких речезыковых средств, входящих в категорию комического, как ирония и сарказм, которые не соответствуют жанровым характеристикам научного дискурса. Показано, что воздействующий потенциал указанных речезыковых средств значительно возрастает в семиотически осложненных текстах комиксов благодаря наличию невербальных знаков и парадоксального несоответствия произносимого иконической составляющей последних.

**Ключевые слова:** научный дискурс, культура, комикс, ирония, сарказм, комическое.

Целью данной статьи является рассмотрение культуры научного дискурса. Понятие культуры широко и многозначно. В терминах Ю. С. Степанова, культура представляет собой «совокупность концептов и отношений между ними, выражающимися в различных рядах» [Степанов, 2004: 40]. Культура противоречива, так как содержит два начала: консервативное и прогрессивное. Последнее направлено на пересмотр, переоценку, а иногда на отказ от того, что существовало на предыдущих этапах [Алефиренко, 2010: 34].

Материалом исследования послужили комиксы французского художника-карикатуриста Марион Монтень серии «Tu mourras moins bête... mais tu mourras quand même» («Ты умрешь не таким глупым... но все равно умрешь»). Каждый комикс рассказывает о конкретном явлении окружающей действительности с научной точки зрения. При этом автор комиксов приводит аргументы из авторитетных научных источников. Выбор такого материала обусловлен ориентацией на тенденцию к интеллектуализации комиксов, усложнению его структуры и содержания, взаимопроникновением научного дискурса, характерными чертами которого является использование терминов, формул, узкоспециализированной лексики, апелляции к авторитету, методов, экспериментов доказательство истинности, а также его целевой установкой получения нового знания [Карасик, 2007: 57–68].

Новые формы породили интерес к изучению комиксов в лингвистике. Эти формы, образуемые при увеличении объема визуальной информации, бази-

руются на сочетании вербальных и невербальных знаков, которые легли в основу креолизованных текстов. Учитывая, что под текстом понимается «осмысленная последовательность любых знаков, любая форма коммуникации» [Ярцева, 1998: 507], к числу таких креолизованных текстов мы отнесем комиксы. Последние связаны с массовой культурой и их можно рассматривать как «особый вид текста, разворачивающийся в результате взаимодействия визуальных, параграфических и вербальных знаков, где визуальные превалируют над вербальными» [Ейкалис, 2017: 9]. Высокий уровень интертекстуальности и прецедентности французских комиксов требует от читателя особого кругозора и умения декодировать заложенную автором информацию. Прагматический потенциал повышается за счет апелляции к прецедентам [Там же: 16].

При исследовании комиксов использовались разные подходы. Однако, несмотря на целый ряд попыток изучения данной проблемы, она до сих пор осталась недостаточно изученной. С этим связана, как считают лингвисты, несерьезность комиксов как объекта исследования. Полагаем, что несерьезность заключается в развлекательной направленности данного жанра, в котором присутствуют элементы комического, которому в принципе нет места в научном дискурсе, однако в нем могут присутствовать ирония и сарказм. Добавим также, что в исследованиях научного дискурса было выявлено присутствие неприсущих данному жанру средств разговорно-бытового сти-



ля, таких как фразеологизмы [Емельянова, 2010: 209].

Само название серии анализируемых нами комиксов позволяет сделать вывод о присутствии элементов иронии и сарказма. Ирония как языковой феномен существует со времен античности. За время своего существования термин не раз переосмысливался. Отсюда множество определений иронии: «осмеяние, содержащее оценку того, что осмеивается» [Николюкин, 2001: 315], «стилистическая фигура, заключающаяся в намеренном употреблении слов, словосочетаний, предложений и более крупных отрезков текста в смысле, абсолютно противоположном буквальному» [Скороходова, 2011].

Понимание иронии в зависимости от того, понятен ли говорящему контекст, обусловлено принципом релевантности [Gibbs, 2007, С. 45-47]. Ирония может создаваться средствами разных языковых уровней, среди которых выделяются лексический, текстовый, стилистические, грамматический, морфологический, семантические уровни. Добавим также, что ирония может проявляться как отдельный стилистический прием, что обусловлено жанром или индивидуальностью автора.

Рассмотрим наши примеры. В комиксе «Mardi, on a super mal dormi» рассказывается о проблеме формирования снов в мозге человека. Главный герой комикса – профессор Мусташ сидит за столом с девочкой и помогает делать домашнее задание по арифметике по теме деление. Девочка не дает ни одного правильного ответа, на что Мусташ говорит «C'est bien», что означает «ладно, хорошо, верно», но в данном контексте оно использовано иронически с обратным смыслом.

*Plus tôt avec votre petite soeur vous avez révisé la division par deux.*

$4/2 = 5.$

$6/2 = 1.$

*C'est bien!* [12].

Понимание иронии реципиентом происходит благодаря владению фоновыми знаниями. Прослеживается связь иронии с сатирой, в основе которой лежит критическая оценка, но, в отличие от сатиры, ирония менее прямолинейна и категорична. Она констатирует несоответствие субъективных представлений объективному положению вещей, обнажая нелепость, абсурдность ситуации, несоответствие формы и содержания [Портнова,

2002: 30]. Нелепость ситуации показана в комиксе «Mardi, parasitologie», где Мусташ рассказывает об энтомофторовых грибах, паразитирующих на насекомых. В комиксе представлена сцена, напоминающая фильм «Титаник»: главный герой – человек – стоит на палубе корабля, гриб поражает нашего героя, и он рассыпается. Абсурдность ситуации заключается в том, что гриб паразитирует на насекомых, а не на человеке:

*Enfin... si vous étiez une sauterelle, vous pourriez vous faire parasite par le champignon entomophthorale. Le parasite monte au cerveau et vous dicte de vous poster à découvert dans le vent... Soudain vous vous desséchez* [14].

Абсурдность ситуации выражена с использованием иронии и в комиксе «Mardi, on a super mal dormi». Во сне Мусташ хочет пройти в парк Астерикс, который строит Жерар Депардьё. Проход возможен только через почтовый ящик. Для этого Жерар разрезает Мусташа пополам и проталкивает его через почтовый ящик по частям:

- *Oh! Gérard Dépardieu! Alors, on fait de la maçonnerie?*

- *Oui! Je fais un mur pour plus qu'on entre au parc Astérix.*

- *Et si je veux y aller?*

- *Faut passer par la boîte aux lettres.*

- *Et comment?*

- *Comme ça! (couic!)*

- *Super, Gérard!*

- *Par moitié, ça passe tout seul!* [12].

Ироничность передана фразой «Super, Gérard!», которая означает противоположную оценку происходящему нашим героем, когда его разрезали пополам.

В отличие от сатиры, ирония способна выразить более широкую шкалу оценки: от насмешки до едкого сарказма. Все, что исходит от человека, выражает субъективную модальность. Широкое распространение иронии обусловлено ее прагматической функцией. Намеренное использование жаргонных значений позволяет автору выразить свое ироническое отношение к описываемым событиям, и адресат эту иронию разделяет. Ирония открывает новый взгляд на действительность, объективный мир [Скороходова, 2011].

Ироническое отношение говорящего в комиксе «Mardi, c'est accidentologie», рассказывающем об аэрофобии, о том, опасно ли летать на самолете и как происходит подготовка пилотов к полету, выражено при помощи инфлективы «zzzz», которая указывает на то, что пилоты спят при посадке самолета. Аналогичную роль играет языковая игра – паронимы piste (взлетно-посадочная полоса) и pisser (мочиться), которая указывает на плохой слух пилотов, что недопустимо в их профессии:

- *Papy! Papy! Piste à 200 mètres!*

- *(zzzz) Hein? Qui pisse à 200 mètres?*[10].

В комиксе «Vendredi, c'est virologie» рассказывается о крупной французской лаборатории, исследующей вирусы. Доступ в нее разрешен только работникам лаборатории. Мусташ пытается получить разрешение на вход, к нему приходят сотрудники Интерпола и требуют объяснить причину такой необходимости. Мусташ отвечает, что это надо для блага. Сотрудники Интерпола отвечают, что для этого существует Википедия. Но, как известно, Википедия представляет собой свободную энциклопедию, в которой может содержаться противоречивая информация, поэтому она не является серьезным источником. Таким образом, автор комикса иронизирует над блогерами, которые зачастую владеют только поверхностной и противоречивой информацией:

- *Pourquoi tu veux visiter le labo?*

- *Pour un blog.*

- *C'est tout?! Pour ça vous avez Wikipedia* [14].

Приведем другой пример из комикса «Mardi, on a super mal dormi». В контексте обсуждения гипотезы о том, как строятся человеческие сны и согласно которой мозг извлекает отдельные фрагменты из памяти и соединяет их вместе, ироническое отношение автора выражено при помощи стилистически сниженных лексических единиц «gros» (толстый, жирный) и «pif» (носопырка):

- *Alors, cerveau?*

- *J'ai un rêve de 10 minutes.*

- *Tant mieux. Allez-y!*

- *Le Gros Gérard Dépardieu avec son slip blanc et bleu et son gros pif me coupe et deux.*

- *Joliii...* [12].

Сущность иронии заключается в ее естественности и универсальности. Она может выступать как скрытое отрицание, особая форма притворства, вид цитации, эха, языковая игра, ее можно объяснить через понятие насмешки – также называемой антифразой, сопоставить с ложью.

Приведем пример с языковой игрой и формой притворства. В комиксе «Mardi, parasitologie» в конкретном контексте речь идет о вшах. Мусташ, сидя в кресле, рассуждает о том, что вши представляют собой серьезную проблему, связанную с нечистоплотностью и т.д., но при этом он гладит вошь Пепито, как домашнее животное, говоря, что она – не самый страшный паразит:

*Des poux? C'est pas drôle. Puis c'est laid. Mais comme dit ma grand-mère "C'est mieux que si c'était pire". Et entre nous, mon petit Pépito, tu n'es pas le pire* [14].

С лингвистической точки зрения ирония, представляющая собой смысловой сдвиг, интересна своей прагматической функцией, где она передает не только смысл, но и субъективное отношение говорящего. Так, в комиксе «Mercredi, microscopie», повествующем о принципе действия растрового электронного микроскопа, автор иронизирует над любознательностью людей. Когда на большом экране показывают голову червяка под микроскопом, зрители начинают гадать, где у последнего находится голова:

- *C'est sa tête ça?*

- *C'est son cul plutôt, non?*

- *C'est quoi le trou là? C'est l'oeil?*

- *On va zoomer.*

Лаборант увеличивает изображение на экране компьютера, на котором, по его мнению, изображен дыхательный орган. Присутствующие высказывают свои догадки: один считает, что это – глаз (он принял дыхательный орган червяка за глаз, а находящиеся в нем волоски за ресницы, что представлено в примере ниже), другой – что это его задняя часть:

- *Aah! Il a les cils dans l'oeil!*

- *C'est pas on cul plutôt?*

- *C'est pour respirer, je pense.*

Лаборант сменяет изображение на своем большом экране и демонстрирует шоколадную плесень под микроскопом. Присутствующие интересуются, где изображен шоколад:

- *On passe à la moisissure du chocolat.*
- *Il est où le chocolat?*
- *Sous la moisissure [13].*

В упомянутом выше комиксе «Mardi, c'est accidentologie» автор иронизирует над аэрофобами. Как известно, авиакатастрофы случаются в том числе из-за птиц, попавших в двигатель. Автор изобразил летающих пингвинов, которых затянуло в работающий двигатель. Перед этим Мусташ специально предложил своему ассистенту Натанаэлю, который боится летать, посмотреть в окно на пролетающего мимо пингвина. Здесь ирония выражена инфлективной «CRCHCH». Реплика пилота о том, что в двигатель попала птица, дополняется невербальным компонентом:

- *Oh, un pingouin! C'est vrai qu'il fait frisquet! (CRCHCH).*

- *Fucking shit! Commandant! On s'est pris un penguin dans le reacteur [11].*

Высшей степенью иронии является сарказм, который, в отличие от иронии, во-первых, более агрессивен, во-вторых, ему не свойственно спокойное отношение к предмету изображения или игра с ним [Николюкин, 2001: 934; Gibbs, 2007: 137, 299]. Сарказм определяется как язвительное суждение о неприятной ситуации или людях [Gibbs, 2007: 13]. Например, в комиксе «Mercredi, Derrick, c'est fini», где речь идет о процедуре полета на Марс, разбираются ключевые особенности полета и рассматриваются факторы, влияющие на здоровье человека во время всего путешествия. Мусташ и Натанаэль ведут диалог, находясь в лаборатории рядом с телом некоего Деррика. Мусташ оплакивает смерть Деррика, говоря, что его душа встретится с душой умершего инспектора Наварро, героя французских детективных фильмов, но Натанаэль ему возражает, что инспектор «не мертв». Мусташ задает вопрос, «еще нет?», посредством которого Марион Монтень, ав-

тор данной серии комиксов, выражает сарказм по отношению к понятию смерти:

- *Derrick est moort! Son âme va rejoindre celle de l'inspecteur Navarro et...*

- *Navarro n'est pas mort.*

- *Non plus?[15].*

Далее говорящие находят в кармане брюк Деррика записку, согласно которой перед смертью он хотел бы побывать на Марсе. Мусташ считает, что мечта Деррика должна сбыться. Исходя из контекста, читатель понимает, что Мусташ собирается отправить тело Деррика на Марс.

- *Avant de mourir ich voudrais aller La Mars Planeten. Ist est possible?*

- *La réponse est simple: c'est non. Puisqu'il est mort.*

- *Tant pis. Le rêve lui ne meurt jamais, Nathanaëlle [Там же].*

В другом комиксе саркастическое отношение выражено в отношении защитников животных. В комиксе «Mardi, c'est accidentologie» самолет готовится к посадке, а на взлетно-посадочной полосе сидит кролик. Один из пилотов предлагает его задавить. Другой соглашается. В итоге, катастрофа случается именно из-за того, что шасси самолета «цепляются» за кролика, самолет переворачивается и взрывается.

- *Commandant! Explore un lapin!*

- *On l'écrase.*

- *Ok [10].*

Таким образом, в научном дискурсе могут присутствовать такие несвойственные данному жанру элементы комического, как ирония и сарказм, использующиеся для передачи субъективного отношения автора к определенной ситуации, явлению или людям. Воздействующий потенциал указанных речевых средств значительно возрастает в семиотически сложных текстах комиксов благодаря наличию невербальных знаков и парадоксального несоответствия произносимого иконической составляющей последних.

### **Литература**

1. Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка: учебное пособие. М.: Флинта, 2010. 224 с.
2. Ейкалис Ю. А. Вербальный и иконический компоненты современного немецкоязычного комикса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Самара, 2017. 23 с.
3. Емельянова Ю. И. Способы выражения оценки в научном лингвистическом дискурсе (на примере публикаций 30-х гг. XX в.) // Вестник ЮУрГГПУ. 2010. № 2. С. 202–212.
4. Карасик В. И. О категориях дискурса // Тверской лингвистический меридиан. 2007. С. 57–68.

5. Портнова С. Ю. Лингвопоэтический аспект оценочных значений в творчестве Игоря Северянина: дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2002. 238 с.
6. Скороходова Е. Ю. Ирония в современном медийном тексте [Электронный ресурс]. URL: [http://www.rusnauka.com/26\\_NII\\_2011/Philologia/7\\_92393.doc.htm](http://www.rusnauka.com/26_NII_2011/Philologia/7_92393.doc.htm) (дата обращения: 13.03.2020).
7. Gibbs W. R. Jr, Colston H. L. Irony in language and thought: a cognitive science reader. NY: Taylor & Francis Group. 619 p.

#### ***Словари и справочные материалы***

8. Николюкин А. Н. Литературная энциклопедия терминов и понятий. М.: Интелвак, 2001. 1600 с.
9. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры. М.: Академический проект, 2004. 992 с.
10. Ярцева В. Н. Языкознание. Большой энциклопедический словарь. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. 685 с.

#### ***Источники***

11. Mardi, c'est accidentologie [Электронный ресурс]. URL: <http://tumourrasmoinsbete.blogspot.com/2008/11/mardi-cest-accidentologie.html> (дата обращения: 10.03.2020).
12. Mardi, c'est accidentologie (Suite) [Электронный ресурс]. URL: <http://tumourrasmoinsbete.blogspot.com/2008/11/mardi-cest-accidentologie-suite.html> (дата обращения: 10.03.2020).
13. Mardi, on a super mal dormi [Электронный ресурс]. URL: <http://tumourrasmoinsbete.blogspot.com/2008/12/mardi-on-super-mal-dormi.html> (дата обращения: 12.03.2020).
14. Mercredi, microscopie [Электронный ресурс]. URL: <http://tumourrasmoinsbete.blogspot.com/2010/12/mercredi-microscopie.html> (дата обращения: 11.03.2020).
15. Vendredi, c'est virologie [Электронный ресурс]. URL: <http://tumourrasmoinsbete.blogspot.com/2009/11/sources-merci-mimipez-dont-le.html> (дата обращения: 14.03.2020).
16. Mercredi, Derrick, c'est fini [Электронный ресурс]. URL: <http://tumourrasmoinsbete.blogspot.com/2008/12/mercredi-derrick-cest-fini.html> (дата обращения: 12.03.2020).

## МЕСТО НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ТЕКСТА В СИСТЕМЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СТИЛЕЙ

*Д. А. Литвиненко*

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск*

*Научный руководитель – доктор филологических наук, профессор  
С. А. Борисова*

**Аннотация.** Основной задачей научно-популярной литературы является оптимизация понимания и стимулирования читательского интереса к научной проблеме. Экономика - одно из направлений, в рамках которых наблюдается рост интереса к научно-популярным текстам.

**Ключевые слова:** функциональные стили; научный стиль; научно-популярный стиль; экономика.

Вопрос о статусе научно-популярного типа речи является одной из дискуссионных тем в сфере лингвостилистики.

Исходя из анализа множества современных определений научно-популярного стиля Т. П. Рогожникова выделяет две концепции [Рогожникова, 2016: 83]. Согласно первой позиции научно-популярная система изложения является подсистемой научного стиля, они имеют как общие черты (например, общую целевую установку и единую коммуникативную задачу), так и различия (например, частные коммуникативные задачи и различные сферы функционирования). Научно-популярный подстиль является одной из стилистико-речевых разновидностей научного функционального стиля, выделяемой на основании популяризации научных знаний для широкой аудитории [Стилистический ..., 2011: 236–237]. Данной концепции придерживаются такие лингвисты, как Р. А. Будагов, И. Р. Гальперин, М. П. Сенкевич, Н. М. Разикина и другие.

В рамках второй концепции научно-популярный тип речи рассматривается как самостоятельный функциональный стиль на основании выделения таких стилеобразующих экстралингвистических факторов, как задачи, цель и содержание общения, а также характер взаимоотношения между автором и читателем [Мавевский, 1979: 17]. Данную позицию исследуют лингвисты М. К. Милых, Н. Я. Сердобинцев, Г. А. Васюченко и другие.

Основной задачей научно-популярной литературы является оптимизация понимания и стимулирования читательского интереса [Гришечкина, 2010: 131]. В отличие от других подстилей научного стиля, где адресатом является специалист и учащийся, в научно-популярном подстиле автор обращается к че-

ловеку, не знакомым с данной областью науки и не владеющим ее языком [Шаповалова, 2015: 122].

С учетом особенностей адресата и целей передачи информации используются специальные приемы донесения сложного текста простым и понятным способом, т.е. сложное научное содержание популяризируется, научный стиль дополняется элементами публицистического текста. Таким образом, наряду с точностью, ясностью, логичностью и объективностью научной речи появляются конкретность, эмоциональность изложения и субъективность, которые характеризуют публицистический стиль. Именно его, на наш взгляд, в современных реалиях имеет смысл рассматривать в качестве основного источника научно-популярного стиля. Если на заре популяризаторского движения учёные «шли в народ», несли в массы научные знания, то сейчас мы, часто наблюдаем обратное движение – публицист, журналист, блогер, заинтересовавшись какой-либо темой, начинают читать специальную литературу, консультируются у специалистов и в итоге делятся новым знанием с такой же неискушенной аудиторией. Поскольку данный процесс очень зачастую происходит на платформах блогов, где прибыль напрямую зависит от посещаемости и активности комментаторов, стимулирование читательского интереса становится для автора сверхзадачей.

При трансформации научного текста в научно-популярный применяются следующие стилистические приемы и языковые средства [Культура..., 2019: 118]:

1. Изменения на лексическом уровне языка:

1) замена заимствований исконно русскими словами (например, легальный – законный);

2) замена абстрактных книжных слов конкретной лексикой (например, жилищный фонд – дома);

3) дополнение родовых понятий видовыми (например, правовые документы – законы, уставы, нормативные акты);

4) объяснение имеющихся в тексте терминов и сложных понятий или приведение в скобках русского эквивалента: (например, экспектации – ожидания);

5) высказывание эмоциональных комментариев, разъяснений и оценки с помощью эмоционально-оценочной лексики (например, неизбежность наказания);

6) введение нового знания через метафору и другие образные средства (например, признает ответственность подзащитного);

7) введение разговорной лексики, фразеологизмов, образных выражений (например, цены на услуги адвоката взлетели вверх).

2. Изменения на морфологическом уровне языка:

1) детализация информации с помощью качественных и относительных прилагательных;

2) общение с адресатом с помощью глаголов в форме повелительного склонения;

3) использование наряду с глаголами, имеющими непрявленное или абстрактное лексическое значение, глаголов, выражающих конкретные действия в разных временах.

3. Замены на синтаксическом уровне языка:

1) разделение сложных предложений на несколько простых;

2) использование более коротких фраз;

3) замена причастных и деепричастных оборотов синонимичными конструкциями, в том числе придаточными предложениями;

4) использование восклицательных и вопросительных предложений;

5) использование для связи вводных слов логического характера (например, таким образом).

4. Стилистические приемы:

1) выстраивание диалога с читателем или аудиторией, в том числе обращения, личные местоимения 1-го и 2-го лица;

2) использование приемов диалогизации в монологической речи автора текста;

3) использование риторических тропов и фигур речи для выразительности (например, метафор, сравнений, эпитетов, гиперболы и т.п.);

4) чередование смысловых типов речи: рассуждения, описания, повествования;

5) конкретизация материала с помощью примеров, приведенных после теории;

6) наделение заголовка информативной и рекламной функцией.

Как правило, читателем научно-популярных произведений является неспециалист, однако в современной научной коммуникации отмечается тенденция к расширению адресации научно-популярной литературы. Таким образом, выделяют три формы популяризации:

1) общеобразовательная;

2) интранаучная форма удовлетворяет профессиональные запросы специалистов, которые стремятся выйти за границы узкой специализации в рамках своей области науки;

3) интернаучная популяризация отвечает междисциплинарным интересам ученых.

Стоит отметить, что основным жанром научно-популярного изложения являются статьи на научные темы в популярных периодических изданиях и журналах, рассчитанных на широкую аудиторию [Прохорова, 1998]. Кроме того, к жанрам научно-популярного стиля относятся очерки, брошюры, монографии, репортажи, дебаты, пресс-конференции, нон-фикшн, научная фантастика и другие. Также в последние годы в России появляются переводные учебные пособия и учебники самой разной тематики – от руководств по созданию и обслуживанию гидропонных установок в домашних условиях до значимых работ по экономике, менеджменту и финансовому управлению предприятиями. Зачастую они по своим стилистическим чертам больше напоминают не столько академические, сколько научно-популярные тексты [Губарева, 2010: 39].

Экономический текст – особый тип текста, который предназначен для фиксации, хранения и передачи экономических знаний и выступает как вербальный результат предшествовавшей его созданию

экономической дискурсивной деятельности [Лядацева, 2018: 29]. К его характерным чертам относят информационную насыщенность, наличие эффективных способов логического рассуждения и аргументации по тому или иному экономическому событию [Голякова, 2002: 158].

Причиной того, что аргументированность является одной из особенностей экономической литературы, является тот факт, что выбор определенной экономической стратегии, как правило, обосновывается, что приводит к высокой частотности структуры типа «тезис-аргумент» в экономических текстах, что чаще всего выражается причинно-следственными союзами и союзными связками [Турлова, 2019: 518].

Как другие научные тексты, экономическая литература создается не только на основе использования терминологической лексики, но и включает в себя достаточно большой объем нетерминологических слов, которые могут подводиться под научную категорию и выступать в роли термина, а также служебных слов общенационального языка [Дроздова, 2011: 41].

В функционально-стилистическом плане экономические тексты стремятся к научным. Однако их лексические, грамматические, стилистические и композиционные особенности во многом зависят от жанровой принадлежности. Экономические материалы можно разделить на две группы:

- 1) Научные работы (монографии, статьи в специальных журналах);
- 2) Тексты публицистической ориентации (статьи широкой тематики, предназначенные для специалистов, и статьи для массового читателя). Данные тексты, как правило, содержат разнообразные экспрессивно-стилистические средства, целью которых является воздействие на читателя. Интерес широких слоев обще-

ства к современным экономическим реалиям, в которые население оказывается вовлеченным помимо собственного желания (кредитование, обязательное страхование, пенсионные реформы и т.п.) обусловили широкое распространение текстов данной группы.

Важное место в текстах экономической направленности занимает дидактическая литература: учебники, учебные пособия, справочная литература. Такие тексты, как налоговый кодекс, договоры, контракты и уставы компаний тяготеют к административно-деловому стилю.

Нами были рассмотрены особенности научно-популярного стиля. В настоящее время отсутствует единый подход к определению стилистического статуса научно-популярного текста. Согласно первой концепции научно-популярная система изложения является подсистемой научного стиля, согласно второй – научно-популярный тип речи рассматривается как самостоятельный функциональный стиль. Характерные особенности научно-популярной литературы обусловлены тем, что ее основными задачами являются оптимизация понимания и стимулирования читательского интереса. Отметим, что основным жанром научно-популярного изложения являются статьи на научные темы в популярных периодических изданиях и журналах.

Экономический текст, в том числе, научно-популярный, предназначен для фиксации, хранения и передачи экономических знаний. Его основными особенностями является информационная насыщенность, наличие эффективных способов логического рассуждения и аргументации. Изменение общественного строя вызвало рост интереса широких слоев населения к научно-популярным экономическим текстам, обусловив тем самым актуальности исследований в этой области.

### *Литература*

1. Голякова Л. А. Текст, контекст, подтекст. Пермь: Пермский Государственный университет. 2002. 231 с.
2. Гришечкина Г. Ю. Научно-популярная лингвистическая литература: аспекты изучения в русле функциональной стилистики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2010. № 4 (025). С. 130–135
3. Губарева О. Н. Перевод при смешении научно-учебного и научно-популярного стилей // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2010. № 593. С. 37–45.
4. Дроздова Т. В., Бочарникова Е. А. Особенности состава терминологической лексики в научном экономическом тексте // Гуманитарные исследования. 2011. № 2 (38). С. 40–45.

5. Культура речи и риторика для юристов: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. Н. А. Юшковой. М: Издательство Юрайт. 2019. 321 с.
6. Лядащева Е. Д. Экономический текст как особый тип текста // Филология и лингвистика. 2018. № 3 (09). С. 29–30
7. Маевский Н. Н. Особенности научно-популярного стиля [Текст]: Автореф. дис. на соиск. учен. стп. канд. филол. наук: (10.02.01). Ростов-на-Дону: [б. и.]. 1979. 25 с.,
8. Прохорова К. В. Научный стиль: учебно-методическое пособие для студентов-журналистов [Электронный ресурс]. 1998. Режим доступа: [http://medialing.spbu.ru/upload/files/file\\_1394719715\\_6494.pdf](http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394719715_6494.pdf) (дата обращения: 15.05.2020).
9. Рогожникова Т. П. Научно-популярный стиль на рубеже XIX-XX вв. // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2016. № 3. С. 83–89.
10. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. 2-е изд., стереотип. М: ФЛИНТА: Наука. 2011. 696 с.
11. Турлова Е. В., Новикова С. А. Лингвостилистические особенности успешного специального перевода (на материале англоязычных экономических текстов) // Лингвистика, лингводидактика, лингвокультурология: актуальные вопросы и перспективы развития Материалы III Международной научно-практической конференции, Минск, 14-15 марта 2019 г. / отв. ред. О. Г. Прохоренко. Минск: БГУ. 2019. С. 515–519.
12. Шаповалова М. Ю. Научно-популярные тексты как одна из разновидностей стиля научной прозы // Молодая наука. 2015. № 6. С. 122–123.



## ХАРАКТЕР ЧЕЛОВЕКА КАК ОБЪЕКТ СРАВНЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

*В. Е. Иванова*

*Иркутский государственный университет, г. Иркутск*

*Научный руководитель – кандидат философских наук О. Г. Кожбицкая*

**Аннотация.** В статье рассматриваются черты характера человека, относящиеся к интеллектуально-познавательной сфере, и являющиеся объектом сравнения в современном китайском языке. Примеры сравнений относятся к литературно-разговорному стилю. Проводится их лингвокультурологический анализ, а также сопоставление с примерами из русского языка.

**Ключевые слова:** характер человека, «внутренний человек», «внешний человек», интеллектуально-познавательная сфера, сравнение, объект и предмет сравнения.

В последнее время отмечается значительный рост исследований в области китайского языка, истории, культуры и этнологии Китая. Актуальными являются такие направления, как периодизация истории китайского языка [Воронина, 2019: 103], грамматика китайского языка [Кирюхина, 2019: 229], региональное развитие КНР [Макеева, 2019: 311], фонетические [Стефановская, 2019: 389] и стилистические [Кожбицкая, 2019: 236] проблемы китайского языка, китайская антропология [Хамаева, 2019: 423].

Характер человека – то, что невозможно понять, невозможно изучить до конца. Характер с рождения есть у каждого, независимо от нации, страны и языка. Эта грань человеческой природы интересует специалистов не только в областях медицины и психологии. В каждом языке существует своя ниша для данного аспекта, поэтому в тему изучения также вовлечены и лингвисты.

Китайский язык за свою долгую и богатую историю также вобрал в себя достаточно много способов описания человеческого характера. Однако самым интересным является использование сравнения, сопоставления каких-либо черт человека с каким-либо предметом по общему признаку. Такой художественный приём, как сравнение, есть в любом языке. Однако образ мышления китайцев сильно отличается от образа мышления людей из других уголков мира. Ведь их культура и быт, формировавшиеся на протяжении тысячелетий, уникальны, и зачастую нам сложно понять даже простую речь, не говоря уже о различных иносказательных выражениях. Именно поэтому крайне важно для понимания

языка разобраться в этой его составляющей.

В данной работе будет рассмотрен такой стилистический приём, как сравнение и его применение для описания характера человека в китайском языке. Также будет проведен сопоставительный анализ сравнений русского и китайского языка. Исследования сопоставительного характера всегда интересовали лингвистов, однако сопоставительный анализ русского и китайского языков в рамках использования сравнений еще не так распространён. Исследования в этой области связаны, как правило, с общими проблемами стилистики и теории перевода, например, работы В. И. Горелова, В. Ф. Щичко, О. И. Калинина и т.д., однако для успешной межкультурной коммуникации данная сфера требует более глубокого анализа конкретных примеров употребления.

Данная работа обусловлена ростом числа участников межкультурного взаимодействия – русских и китайцев, и в связи с этим, необходимостью изучения характера носителей китайского языка будущими переводчиками.

Объектом исследования являются устойчивые сравнения китайского языка, описывающие характер человека.

Предметом исследования выступают языковые единицы, описывающие интеллектуально-познавательную сферу характера человека.

Целью работы является определение понятия «характер человека» в лингвокультурологическом аспекте, исследование системы устойчивых сравнений китайского языка, проведение сопоставительного анализа русских и китайских

компаративных единиц данной семантической группы.

В ходе написания работы был использован метод анализа источников, дефиниционный метод, сплошная выборка из словарей китайского и русского языка, метод обобщения.

Характер человека является частью такой категории, как «характеристика человека». Согласно определению С. И. Ожегова, под характеристикой человека понимают описание характерных, отличительных качеств и черт человека. Говоря о характеристике человека, многие учёные разделяют данную категорию на две составляющие: «внешний человек» и «внутренний человек». В первую группу входят характеристики внешности человека, его социального статуса и физического состояния. Вторая же группа включает в себя характеристики черт характера, умственных способностей, психологического состояния человека, а также единицы, характеризующие поведение, поступки и социально-материальное положение человека [Гергокова, 2004: 4, 12; Идрисова, 2007: 12].

Традиционно под характером человека понимается совокупность свойств и качеств личности, которые отражаются в сознании носителей языка не непосредственно путем воздействия на соответствующие органы чувств, а многократно и опосредованно через наблюдение за сложными комплексами движений, действий, поступков, высказываний человека [Маслова, 2001: 187].

Более широкое понимание этого термина даёт Ж. Х. Гергокова, под характером человека подразумевая сумму всех возможных реакций человека при проявлении воли и аффекта, которые образовались в течение всей его жизни [Гергокова, 2004: 7]. Черты характера определяют тот или иной образ поведения, образ жизни [Рубинштейн, 2017: 622].

Ж. Х. Гергокова и О. В. Коняхина выделяют следующие элементы, направленные на передачу характеристики различных индивидуально-личностных качеств человека:

- 1) признаки и свойства человека;
- 2) поведение в обществе и образ жизни;
- 3) темперамент, волевые качества;

4) интеллектуальные и мыслительные способности (интеллектуально-познавательная сфера);

5) особенности и качества речи, отношение к вещам;

6) отношение к собственности и пище, отношение к труду и умению трудиться.

Сосредоточимся на более подробном рассмотрении интеллектуально-познавательной сферы, чтобы убедиться в том, что она относится именно к характеру человека, является поведенческой особенностью личности, а не физиологической.

По мнению французского психолога А. Бине, человек, обладающий интеллектом, – это тот, кто правильно судит, понимает и размышляет, а также тот, кто, благодаря своему здравому смыслу и инициативности, может приспосабливаться к обстоятельствам жизни. Отсюда следует, что интеллект по большей части связан со способностью развиваться и адаптироваться. Интеллектуальная сфера напрямую связана с видами мышления (творческое, познавательное, эмпирическое и др.), качествами ума (сообразительность, гибкость, критичность и др.), умениями учиться, знаниями, познавательными процессами (внимание, воображение, память, восприятие) и т.д. Познавательное мышление – это внутреннее оперирование информацией и переработка её содержания, закодированного в восприятиях, представлениях и понятиях [Гребенюк, 2000: 40].

Отсюда следует, что в рамках русского языка интеллектуально-познавательная сфера включает в себя такие понятия, как: а) отношение к получению новых знаний; б) проявление интеллекта (способность к адаптации, сообразительность и т.д.); в) уровень образованности, начитанности. Всё это относится к категории «внутреннего человека».

Сравнение представляет собой сложное явление, которое пронизывает всю человеческую деятельность. Сравнение используется для установления сходства и различия предметов и явлений. В сравнении мы познаём окружающий мир и, в то же время выражаем своё отношение, образно характеризуя его [Кобжицкая, 2015: 34].

Сравнение – одно из самых распространённых изобразительно-выразительных средств китайского языка. Как выра-

зительное средство – это сопоставление одного предмета с другим на основании общего у них признака с целью художественного описания первого [Голуб, 2001: 141]. Оно широко используется как в разговорном стиле, так и в художественном и публицистическом. В китайском языке используется термин 比喻 «иносказание, основанное на сравнении». Для удобства в ходе дальнейшего изложения материала будем пользоваться термином «сравнение».

Чжан Гун разделяет сравнение на три вида: 明喻 (явное сравнение), 隐喻 (скрытое сравнение), 借喻 (опосредствованное сравнение). Чэнь Вандао придерживается того же мнения. Фэн Диншань указывает еще один вид – 讽喻 (иносказательное сравнение). В. И. Горелов также относит к сравнениям 强喻 (сильное сравнение). Таким образом, в общей сложности набирается пять разновидностей сравнения [Горелов, 1979: 27].

При изучении структуры русских и китайских сравнений следует иметь в виду некоторую несогласованность в понимании того, что есть объект и предмет сравнения. Как отмечалось выше, в китайском сравнении объектом является то, что сравнивается 本体, а предметом – то, с чем сравнивается 喻体.

Для поиска выражений с использованием сравнения по отношению к характеру человека, а именно, к интеллектуально-познавательной сфере в китайском языке были проанализированы соответствующие статьи в словаре китайских сравнений «比喻语林», для поиска русских аналогов были использованы национальные корпуса русского языка.

В результате анализа словаря, интеллектуально-познавательную сферу китайского языка удалось разделить на несколько групп:

1. 语言: в данную группу входит описание манеры речи, подбора слов и выражений и т.д.

Для анализа структуры используем термины, предложенные Чжан Гуном. В качестве объекта сравнения 本体 используются как слова, речь, сама по себе, так и глаголы говорения. Некоторые предметы сравнения распространены и в русском языке:

应对如流。 – Речь льётся потоком (в русском языке: отвечать без запинки).

像唱歌似地说。 – Говорит, как песни поёт (мелодично, благозвучно).

像朗诵似地说。 – Говорит, будто читает вслух.

像嘴上涂了蜜似的甜丝丝地说。 – Речи так сладки, словно рот в меду.

说得像放连珠炮似的。 – Слова, как автоматная очередь. (в русском языке: трещать как сорока; болтать без умолку; строчить, как из пулемёта).

像撒谎的孩子一样结结巴巴。 – Запнуться (говорить сбивчиво), как врущий ребенок.

像吸铁石一般吸引人的话。 – Слова, привлекающие людей, как магнит [比喻语林].

Другие же примеры достаточно оригинальны и самобытны. Например, 说得像爆豆似。 – Речь звучит, как жарящиеся бобы. (в русском языке: рассыпаться горохом (о пустой болтовне).

В данном случае используется сравнение с жарящимися бобами. Для Китая, где культура еды очень развита, использование названий различных блюд в качестве образных средств, вполне обычно. В русском языке в сравнениях используются не столько конкретные блюда, сколько незаменимые для русского человека продукты питания. Например, «И после этого поплывут льстивые, чавкающие речи, словно маслом смазанные, о достоинствах друг друга и т. д.» [Национальный корпус русского языка].

Из примеров, совпадающих с русским языком, можно выделить сравнения с текущей водой (рекой, ручьём и т.д.). Подобный пример в русском языке: льётся речь, словно ручей, течет мимо, взбулькивая...

В основном используется явное и скрытое сравнение, иногда также встречается сильное сравнение.

2. 知识: знания и отношение к ним. К этой группе относятся понятия, касающиеся знаний: грамотность / безграмотность, образованность / невежество и т.д. Также характеризуются способы получения знаний:

我们不应该像蚂蚁, 单只收集; 也不可像蝴蝶, 只从自己肚子里抽丝; 而应像蜜蜂, 既采集, 由整理, 这样才能酿出香甜的蜂蜜来。 – Нельзя, как муравей, лишь собирать; нельзя подобно мотыльку, из собственного живота тянуть нить. Нужно

как пчела: и собирать, и упорядочивать, и лишь так можно будет получить ароматный и сладкий мёд.

Необразованность и незнание сравниваются с темнотой, слепотой и немотой. В русской культуре эти образы совпадают: «неграмотный – как слепой, а книга глаза открывает». Особенно часто используется сравнение с пчелой, что встречается в нескольких группах: китайские авторы восхищаются её трудолюбием и многоступенчатым процессом работы. Также заметен природный мотив:

不学习的人像不产谷物的荒地，人们只能说他是活着的，此外什么也谈不上。 – *Необразованный человек, как бесплодная пустошь, можно лишь сказать, что он существует, и больше ничего* [比喻语林]. В данном примере используется сравнение с пустошью, бесплодными землями. Так как сельское хозяйство до сих пор является жизненно важной отраслью в Китае, можно представить, насколько сильный эффект на читателя производит образ бесплодных земель.

他需要知识像需要空气一样。 – *Знания ему нужны, как воздух*. Сравнение совпадает с ассоциациями в русском языке:

«Только тогда, когда ваш ум будет требовать знания, ловить его, как задыхающийся ловит воздух, тогда вы будете подлинными творцами науки, не щадящими сил в своем движении вперед, сливающими свою личность с наукой» [Национальный корпус русского языка].

知识是光，无知是黑暗。 – *Учение – свет, а неучение – тьма*. Высказывание полностью соответствует сравнению в русском языке.

Структуры, использующиеся в данной группе, достаточно однообразны. В основном используются такие маркеры сравнения, как 像 или 如 (в явных и сильных сравнениях). В скрытых сравнениях используется связка 是.

3. 书籍: отношение к книгам и начитанность.

В качестве объекта 本体 выступает книга, а также глаголы, описывающие процесс чтения. В нижеследующем примере встречается описание манеры чтения:

这 (指阅读时马马虎虎) 叫我吃了亏 – *光翻动了书页, 而没吸收到应得的营养, 好似把好食品用凉水冲下去, 没有细细咀嚼*. – *Вид подобного (невнимательного, не-*

*брежного чтения) вызывает у меня чувство стыда за чтеца – пролистывать страницы книги, не усваивая полезной информации, всё равно, что запивать вкусную еду холодной водой и глотать, не жуя*.

К слову, в этом же примере, можно заметить почтительное отношение к еде в Китае. Считается верхом невежества быстро глотать пищу, не наслаждаясь её вкусом.

只看一个人的著作, 结果是不大好的: 你就得不到多方面的优点。必须如蜜蜂一样, 采过许多花, 这才能酿出蜜来, 倘若叮在一起, 所得就非常有限, 枯燥了。 – *Если читать труды только одного человека, это не принесёт плодов: вы не получите преимущество от взгляда с разных сторон. Нужно быть как пчелы, что получают мёд лишь, когда собирают нектар с огромного количества цветов. Если бы они вместе опыляли один цветок, вкус был бы однообразным и скучным* [比喻语林].

В этом примере снова идёт сравнение с пчёлами.

Обратим внимание на следующий пример:

书籍是青年人不可分离的生命伴侣和导师。 – *Книга – неразрывный спутник жизни и наставник для молодёжи*.

Здесь используется достаточно распространённый образ спутника жизни. В русском языке он также присутствует, пусть и не является полным аналогом китайского: «Хорошая книга — лучший друг», «Испокон века книга растит человека» [Даль] и т.д.

В русском языке на данную тему полных совпадений найти не удалось.

4. 行动: применение знаний на практике, поступки, действия.

В данной группе встречаются не только исконно китайские примеры: 空有言语而无行动的人, 犹如杂草丛生的花园。(欧洲谚语) – *Человек, впустую растрачивающий слова и ничего при этом не делающий, словно сад, заросший сорняками*.

行动是果实, 言语不过是叶子。(英国谚语) – *Действия – плоды, слова – лишь листья*.

人好像一只表, 以行动来定其价值。(欧洲谚语) – *Человек, как часы, лишь в движении имеет ценность*.

Вышеперечисленные примеры взяты из английской и европейской литературы. Сопоставим их со следующим исконно китайским примером:

有了知识不运用, 如同一个农人排而不播种。 – *Иметь знания и не применять их – всё равно, что быть крестьянином, а не сеять* [比喻语林].

Все они, казалось бы, касаются одной сферы. Однако в китайском примере чувствуется менталитет простого народа, крестьянский быт, тогда как в европейских примерах сравнения с природой более возвышенные, аристократические: плоды (скорее всего, фруктовые) и декоративный сад.

По большей части используется явное и скрытое сравнение.

5. **智慧**: проявление интеллекта, мудрость, разум. К данной группе можно отнести живость и бойкость 活泼, часто встречается сравнение с животными:

鸟靠翅膀兔靠腿, 人靠智慧鱼靠尾。 – *Птица полагается на крылья, кролик – на лапы, человек полагается на разум, рыба – на хвост.*

活泼得像黎明时在翠柳间鸣啼的小鸟。 – *Бойкий, как кричащие на восходе в ветвях ивы птенцы.*

活泼得像在水草里游动的梭子鱼。 – *Ловкий, как щука, плавающая в водяных зарослях* [比喻语林].

Подобные сравнения используются во всех языках, однако ассоциации в китайском языке несколько отличаются от русского. Использованные в данных примерах образы понятны русскому человеку, однако, подобные сравнения в русской литературе не так распространены. Исключением является пример: 鸟靠翅膀兔靠腿, 人靠智慧鱼靠尾。 – *Птица полагается на крылья, кролик – на лапы, человек полагается на разум, рыба – на хвост.* Пусть в несколько иной форме, но тот же образ птицы встречается и в русском языке: «Ум без книги, как птица без крыльев», «Птице даны крылья, а человеку – разум» [Даль] и т.д.

Образ бойкого и ловкого животного обычно предстаёт в виде зайца: «Дарья билась, как в тенетах, бегая поденницей, а мальчишка рос веселый, бойкий, словно молодой заяц» [Национальный корпус русского языка].

В нижеследующем примере снова прослеживается тема сельского хозяйства:

缺乏智慧的灵魂是僵死的灵魂, 若以学问来加以充实, 它就能恢复生气, 犹如雨水浇灌荒芜的上他一样。 – *Душа, что не обладает разумом – мёртвая душа. Если учиться и обогащать её знаниями, душа может вернуться к жизни, как поднимутся запущенные посева, если их польёт дождём* [比喻语林].

Кроме того, здесь возникает понятие души. Если в русской культуре душа воспринимается, как нечто, отдельное от разума (зачастую её сосудом определяют сердце и даже противопоставляют разуму), то в данном примере под душой подразумевается человек в целом, душе же принадлежит и разум.

众人的智慧如日月。 – *Разум народа подобен солнцу и луне.* Встречается понятие разума народа, а не отдельного человека. Это также отражает идею, широко распространённую в Китае. Она заключается в том, что важны не столько отдельные личности, сколько коллектив.

В пятой группе встречаются всё те же виды сравнений (явное, скрытое, сильное).

6. **才能, 天才**: талант, умственные способности.

在要求天才的产生之前, 应该先要求可以使天才生成的民众——譬如想有乔木, 想看好花, 一定要有好土; 没有土, 便没有花木, 所以土实在较花木还重要。 – *Для рождения гениев, нужен народ, способный дать этих гениев – так же, как если вы хотите получить высокое дерево или полюбоваться на красивый цветок, нужна плодородная почва; а без почвы не будет никаких растений, поэтому она важнее цветов и деревьев* [比喻语林].

В данном примере сильнее раскрывается тема народа, подчеркивается важная роль простых людей в рождении гениев. Русскому человеку тоже свойственно подобное мировоззрение. Оно прочно укрепилось у нас в сознании со времен СССР, где все трудились вместе на благо страны.

Помимо этого, используется сравнение с растительностью и пахотными землями:

天然の才能好象天然的植物，需要学问来修剪。 – *Врождённые способности человека, как дикая растительность – учиться всё равно, что подстригать её, придавая форму.*

7. 勤奋: усердие, старание. Также к этой группе можно отнести такую черту характера, как упорство, упрямство 倔强. В данной группе можно отметить несколько самобытных, возможно даже уникальных китайских сравнений: 宝剑锋从磨砺出, 梅花香自苦寒来。 – *Драгоценный меч становится острым благодаря точению, а аромат цветов сливы возникает благодаря суровому холоду.* (образно: *только непрерывное старание и самосовершенствование делает человека успешным*) [比喻语林].

Слива является неотъемлемой частью китайской культуры, её красоту и стойкость воспевают не только в литературе, но и в художественном искусстве, как в раннем, так и в современном.

偏得像板不动的牛角。 – *Упрямый, как несгибаемые коровьи рога.*

执拗得像蒸不熟煮不烂的牛筋。 – *Упрямый, как коровье сухожилие, что никак не уваривается.*

她的眼睛亮得好像在燃烧，并且像野马一样倔强。 – *Глаза её будто горят, к тому же она упрямая, как дикая лошадь* [比喻语林].

В вышеперечисленных примерах отражён быт китайского народа, который одно время был тесно связан со скотоводством.

固执得像不听话的老驴。 – *Упрямый, как осёл, не желающий слушаться.* В этом примере прослеживается всё та же тема скотоводства, однако такой же образ закреплён и в русском языке.

Таким образом, можно сделать вывод, что у русских и китайских образных сравнений есть множество точек соприкосновения в области сравнения черт характера человека, относящихся к интеллектуально-познавательной сфере. Однако некоторые авторские примеры всё же не находят отражения в русском языке. Что касается внешней структуры сравнения, в основном в примерах использовалось явное, скрытое или сильное сравнение. Встретились следующие структуры: 像, 好似, 如 и т.д. При использовании сильного сравнения, встречалась связка 是.

### Литература

1. Воронина О.Ю., Серебренникова Е.Ф. Диахроническая метасистематизация как способ моделирования опыта периодизации истории языка (на материале моделей периодизации истории китайского языка) // III Готлибовские чтения. Востоковедение и регионоведение Азиатско-тихоокеанского региона в фокусе современности: материалы науч.-практ. конф. 10-16 сентября 2019 г. Иркутск: ИГУ, 2019. С. 103–108.
2. Гергокова Ж. Х. Фразеологическая концептуализация понятия «человек» (на материале караево-балкарского, английского и русского языков): автореф. дис. канд. филол. наук. Нальчик, 2004. 18 с.
3. Голуб И. Б. Стилистика русского языка. Москва: Рольф, 2001. 448 с.
4. Горелов В. И. Стилистика современного китайского языка : учеб. пособие. Москва: Просвещение, 1979. 192 с.
5. Гребенюк О. С., Гребенюк Т. Б. Основы педагогики индивидуальности. Калининград: Калининградский государственный университет, 2000. 245 с.
6. Идрисова Н. П. Фразеологические единицы со значением качественной характеристики человека в аварском и английском языках: дис. канд. филол. наук. Махачкала, 2007. 147 с.
7. Кирюхина Л. В., Серебренникова Е. Ф. Категория вспомогательных слов в грамматической теории Ма Цзяньчжуня // III Готлибовские чтения. Востоковедение и регионоведение Азиатско-тихоокеанского региона в фокусе современности: материалы науч.-практ. конф. 10-16 сентября 2019 г. Иркутск: ИГУ, 2019. С. 229–236.
8. Кобжицкая О. Г. Структурно-семантические особенности русских и китайских сравнений // Наука, образование и инновации: материалы науч.-практ. конф. 28 дек. 2015 г. Челябинск: РИО МЦИИ «ОМЕГА САЙНС», 2015. С. 33–37.

9. Кобжицкая О. Г. Эмоционально-оценочная лексика русского и китайского языков в сопоставительном аспекте // III Готлибовские чтения. Востоковедение и регионоведение Азиатско-тихоокеанского региона в фокусе современности: материалы науч.-практ. конф. 10-16 сентября 2019 г. Иркутск: ИГУ, 2019. С. 236–240.

10. Макеева С. Б. Проблемы регионального развития КНР в работах китайских ученых Ли Вэньня, Пань Юйцзюня, У Чуаньцзюня, Ху Чжаоляна // III Готлибовские чтения. Востоковедение и регионоведение Азиатско-тихоокеанского региона в фокусе современности: материалы науч.-практ. конф. 10-16 сентября 2019 г. – Иркутск: ИГУ, 2019. С. 311–317.

11. Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. вузов. М.: Academia, 2001. 208 с.

12. Стефановская С. В. Специфика коннотативных значений лексических единиц 右 право и 左 лево в китайской культуре // III Готлибовские чтения. Востоковедение и регионоведение Азиатско-тихоокеанского региона в фокусе современности: материалы науч.-практ. конф. 10-16 сентября 2019 г. Иркутск: ИГУ, 2019. С. 389–397.

13. Хамаева Е. А. Китайские антропонимы в структурно-словообразовательном аспекте // III Готлибовские чтения. Востоковедение и регионоведение Азиатско-тихоокеанского региона в фокусе современности: материалы науч.-практ. конф. 10-16 сентября 2019 г. Иркутск: ИГУ, 2019. С. 423–429.

#### ***Словари и справочные материалы***

14. Даль В. И. Пословицы русского народа [Электронный ресурс]. URL: <https://vdahl.ru/> (дата обращения 17.03.2020).

15. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ruscorpora.ru/> (дата обращения: 09.03.2020).

16. 比喻语林。周宏溟编。湖南教育出版社版发行。1988年。432页。

## ИНТЕРВЕНЦИЯ КРИМИНАЛЬНОГО ЯЗЫКА: ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ

*К. М. Крылова*

*Московский городской педагогический университет, г. Москва*

*Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент*

*А. В. Леонтьева*

**Аннотация.** В статье приводятся причины распространения криминального жаргона в обществе. На примерах рассмотрено функционирование арготизмов в СМИ и массовой культуре. Отмечено негативное влияние использования арготизмов на сознание и поведение людей.

**Ключевые слова:** криминальный язык; языковая интервенция; арготизмы; жаргон; криминализация общества.

Известно, что язык является своего рода живым организмом, подстраивающимся под потребности общества. На протяжении веков русский язык претерпевал изменения как внутренние, так и внешние, наводнялся заимствованиями из других языков. Однако в последние десятилетия исследователи бьют тревогу: русский язык изменился до неузнаваемости. Главная причина тому – языковые интервенции. Среди них выделяют интервенции англицизмов, интернет-сленга, повсеместной аббревиации и криминального жаргона [Хагуров, Остапенко, 2017: 76].

Последнее из упомянутых явлений кажется менее очевидным и часто неотличимо от подросткового сленга. Слова “халтура”, “шпана”, “отвалить”, “париться” так часто употребляются в разговорном языке, что, кажется, и не имеют никакого негативного подтекста. На самом же деле подобные арготизмы, т.е. слова и выражения, заимствованные у определенной социальной группы, некогда были частью тюремной субкультуры и использовались для обозначения привычных понятий воровской среды (халтура – кража, совершаемая в квартирах, где находится покойник; шпана – коренное тюремное население; отвалить – немедленно после совершения кражи скрыться и стушеваться в толпе; париться – содержаться в полицейском участке или части) [Трахтенберг, 1908: 63, 42, 67, 44].

Тюремный жаргон (также блатной жаргон или “феня”) по одной из самых распространенных теорий, имеет в основе язык офеней – мелких торговцев. Интересны лингвистические особенности данного жаргона. Например, обилие заимствований – больше всего из разговорного идиша, так как на рубеже XIX и XX веков в России действовало много еврей-

ских преступных сообществ. Само слово “блат” происходит от “Die Blatte”, что на идише значит “лист, бумажка”. Отсюда выражение “устроиться по блату”, то есть по договоренности, через документ от нужного человека. Другая особенность – обилие зоологических терминов: “канарейка”, “птичка”, “козёл”, “попугай”, “плавник” и др. Часть из них связана с обозначением денежных купюр и монет, большинство же несёт уничижительный характер и используется, чтобы продемонстрировать пренебрежительное отношение к сокамернику. Стоит заметить, что у блатного языка нет четкой грамматики и орфографии: заключенные записывали слова на слух исходя из своего уровня грамотности и происхождения. Потому в разных источниках графические формы одних и тех же слов могут отличаться.

Говоря об интервенции криминального языка, часто подразумевают поток слов, хлынувших в речь основной массы населения в беспокойные 1990-е годы. Однако истоки криминального жаргона в том виде, в котором он дошел до нас, следует искать в начале XX века.

Считается, что первая серьезная волна жаргонизмов заполонила русский разговорный язык после революции 1917-го года. Это связано с увеличившимся по сравнению с дореволюционными временами количеством заключённых. Беспризорные дети, оставшиеся без родителей и крова, активно перенимали звучащий на улицах лексикон [Анищенко, 2009]. Государство не запрещало употребление блатных слов в печати, считая их народными.

Ещё 1908 году был опубликован первый объёмный словарь тюремного жаргона “Блатная музыка (“Жаргон” тюрьмы)”, составленный авантюристом Василием



Трахтенбергом и отредактированный лингвистом Бодуэном де Куртенэ. Некоторые слова и фразы из этого словаря до сих пор сохранились в разговорном языке, поменяв, однако, своё значение. Например, слово “тырить” в словаре Трахтенбенга означает “скрывать, прятать”. Позднее это слово будет встречаться только в значении “красть, воровать”. Слово “трава” в том же словаре – табак, махорка. В настоящее время под этим словом подразумевают любое наркотическое вещество, предназначенное для курения.

На примере культурных явлений рассмотрим возможные причины, по которым криминальный жаргон становится частью нормированного языка общества. В первую очередь стоит упомянуть, что язык является отражением политических и социальных потрясений в обществе. В результате в культуре возникают новые устойчивые образы, персонажи с определенным ходом мыслей, ценностными ориентирами и, конечно, с некоторыми речевыми особенностями. При характеристике их речевой деятельности не обойтись без жаргонных слов. Примеры таких персонажей можно часто встретить в литературе и кино. Благодаря своей актуальности и колоритности, они легко запоминаются реципиентом, а их фразы быстро становятся расхожими и популярными у народа.

Так, в 1990-е на экраны выходит много кинофильмов о бандитах. Их герои вольны говорить и делать, что захотят: “Ты хоть спишь когда? А то мой все ездит, ездит, стрелки ставит, базары трет” (реплика Татарина в знаменитом фильме Алексея Балабанова “Брат-2”); “Плеер такой реальный, а одет как обсос. Кислота есть? А башли? Башли есть?” (слова Кэт в фильме “Брат” того же режиссера).

Не обходят жаргонные слова и литературные художественные произведения. Современные писатели стараются отразить дух времени, выхватить из бесконечного информационного потока типичного современного человека со его проблемами и стремлениями. Таким представляется роман Виктора Пелевина “Generation «П»”, опубликованный в 1999 году. Его герои говорят на и актуальном для них языке: “Сценарии только чужие портит, а потом на бабки попадаем”, “Все потому, что мы у них на пансионе. Их фильмы

смотрим, на их тачках ездим и даже хавку ихнюю едим”, “Вот они довольны-то были — на халяву в Швейцарию съездить”.

Не менее богаты на тюремный жаргон популярные блатные песни, так называемый “русский шансон”. Песни “Гоп-стоп”, “Мурка”, “Базара нет”, содержащие блатную лексику, нисколько не табуированы, они часто звучат по радио и телевидению.

Современные СМИ в целом характеризуются снижением требований к языку. Всё чаще арготизмы встречаются публицистике и в речи дикторов и телеведущих. Это объясняется возникновением новых реалий и понятий, которые требуют кратких, ёмких и понятных обществу терминов. Вот лишь некоторые примеры употребления воровского жаргона в заголовках новостных статей популярного интернет-издания в последние годы: “Жизнь тяжелая, вот и слетают с катушек”, “Вор в Новой Зеландии обчистил дом, укрывшись детским одеялом”, “Подгон с Донбасса”, “Большая жратва во время всеобщей баланды”.

Наибольшее же распространение жаргон получает в сети интернет. Там его активно перенимают подростки, делают языком своего повседневного общения со сверстниками, языком, понятным всем ровесникам, и, зачастую недоступным старшему поколению. Так жаргон становится молодежным сленгом. Техническая составляющая взаимодействия посредством сети интернет, вызывающая к неизбежному формату компрессии, упрощения, шаблонности, арготизмов обособленных групп, обуславливает не только форму общения, но и неизбежно влияет на «психологию межличностного общения и психологию личности и общества в условиях современности» [Леонтьева, 2009: 41].

Помимо приведенных выше экстралингвистических факторов распространения арготизмов в общепотребительной речи существуют также факторы внутриязыковые. Язык не может прекратить своё развитие, он стремится к упрощению, к уменьшению произносительных затрат человека. Жаргонные слова и фразы, будучи к тому же эмоционально окрашенными, часто позволяют точно и кратко описать не только целое явление, но и отношение к нему говорящего, а потому такие фразы долго живут в языке.

Результаты подобной языковой интервенции по большей части неутешительны. Отмечается криминализация общества. Вместе с новыми понятиями в общеупотребительный язык входят элементы криминальной психологии и морали. Появляется деление на “своих” и “чужих”, на “братанов” и “крыс” вне криминальных сообществ. Снижается грамотность и культура речи. Литературные и нейтральные выражения всё чаще замещаются жаргонизмами, что затрудняет понимание для людей старших поколений и иностранцев, изучающих русский язык. Арготизмы проникают во все области словесности и начинают восприниматься людьми как нейтральные слова.

Важно отметить, что, становясь частью общеупотребительного языка, криминальный жаргон теряет свою главную функцию – обмен информацией между “своими” и её сокрытие от непосвященных, так как значения некогда кодовых слов становятся понятны всем, то есть перестаёт быть социолектом. Стирается разграничение между здоровым обществом и криминальными субкультурами. На этом фоне повышается криминализация общества. Наиболее подвержены данному явлению дети и подростки. В 2000-х в России появилось молодёжное криминализированное движение АУЕ (расшифровывается как “арестантский уклад един” либо “арестантское уркаганское единство”), предполагаемые члены которого живут по “воровским законам” и пропаганди-

руют тюремные понятия среди подростков и молодых людей, что несёт прямую угрозу безопасности общества.

Представители научного сообщества по-разному относятся к интервенции криминального языка. Большинство лингвистов выступают резко против легализации ненормированной лексики, считая её инструментом разложения общества. Исследователь криминального жаргона профессор М. А. Грачёв полагает: “Особенно велика опасность непотребной лексики для подростков, у которых еще не сформировалась психика. Употребление молодыми людьми блатных словечек — своеобразный показатель того, что общество сильно болеет” [Грачёв, 2007]. Однако некоторые лингвисты настроены более оптимистично, считая, что использования жаргонных слов в том числе в СМИ помогает сделать речь более выразительной, экспрессивной и интересной, помогает точнее выразить мысль, привлечь внимание аудитории и эффективнее воздействовать на чувства и эмоции людей [Абдальмуни, 2007].

Единственное, с чем трудно поспорить - повсеместное использование арготизмов меняет наш язык, а вместе с ним и современное общество, его мораль, ценности и умонастроения. Выводы о результатах подобного вмешательства можно будет сделать уже в обозримом будущем, а пока данная тема остаётся открытой для более подробного изучения и анализа.

### **Литература**

1. Абдальмуни, Х. А. Жаргонизмы как средство экспрессивного пародирования в текстах СМИ // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2007. №2-II [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhargonizmy-kak-sredstvo-ekspressivnogo-parodirovaniya-v-tekstah-smi-1> (дата обращения: 14.03.2020).
2. Анищенко О. А. О проекте «Словаря жаргона школьников и беспризорников послереволюционной России. 1920-1930-е гг.» // Проблемы истории, филологии, культуры. 2009. №2 (24) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-proekte-slovary-zhargona-shkolnikov-i-besprizornikov-poslerevolucionnoy-rossii-1920-1930-e-gg> (дата обращения: 14.03.2020).
3. Грачёв М.А. Мы живем на лингвистической свалке // Журнал «Золотой Лев» № 135-136 - издание русской консервативной мысли, 2007 [Электронный ресурс]. URL: [http://www.zlev.ru/135/135\\_60.htm](http://www.zlev.ru/135/135_60.htm) (дата обращения: 14.03. 2020).
4. Леонтьева А.В. Компрессия современного электронного дискурса // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2009. № 2. С. 41-45.
5. Хагуров Т.А., Остапенко А.А. От кризиса языка к хаосу в головах. Языковые интервенции как причины духовной деградации молодёжи // Покров. Журнал духовно-нравственной культуры. 2017. № 1 (547). С. 74-78.

### **Словари и справочные материалы**

6. В.Ф. Трахтенберг. Блатная музыка (“Жаргонь” тюрьмы). СПб., 1908. 116 с.

# Актуальные проблемы межкультурной коммуникации и транслатологии

---

## МЕЖЪЯЗЫКОВОЕ И КУЛЬТУРНОЕ ОБЩЕНИЕ В СРЕДЕ РОССИЙСКОГО ВУЗА

*Е. Н. Макарова*

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

**Аннотация.** В статье рассмотрены особенности межъязыкового и межкультурного общения иностранных студентов, обучающихся в российских вузах. Описаны основные факторы, определяющие успешное межкультурное взаимодействие представителей разных стран в эпоху глобализации. Выявлены трудности, препятствующие диалогу представителей разных культур в процессе коммуникации в условиях академической среды. Определены пути создания благоприятных условий для комфортной адаптации иностранных учащихся в среде российской высшей школы.

**Ключевые слова:** межкультурное взаимодействие, диалог культур, высшая школа, российский вуз, русский язык.

Проблемы межъязыковой и межкультурной коммуникации, несмотря на относительную изученность, не теряют актуальности. Особую важность в условиях глобализации и интернационализации высшей школы представляет изучение особенностей коммуникативного поведения представителей разных национальностей среди представителей других культур. Сегодня интернационализация считается ключевой стратегией развития высших учебных заведений, поскольку именно международная деятельность и сотрудничество могут способствовать выходу страны на мировые рынки не только образования, но отраслей новой экономики [Алешина, 2017]. Именно поэтому вопросы успешной адаптации иностранных студентов в среде российского вуза привлекают внимание как исследователей, так и педагогов, и активно дискутируются в современной научной литературе. Именно в сфере образования «интернационализация становится основанием для модернизации и оказывает большое влияние на парадигму подготовки специалистов» [Левченко, Агрикова, Упирова, 2019: 497].

Обзор современных работ по проблемам овладения межкультурной компетенцией и адаптации иностранных студентов в среде российской высшей школы позволяет выделить основные направления их разработки, выявить существующие и потенциальные проблемы

межкультурного общения представителей разных национальностей, а также описать пути их решения.

Большинство авторов признают наличие трудностей, которые испытывают зарубежные студенты, приехавшие в российские вузы для получения высшего образования. Восприятие чужой культуры через призму своей, существующие стереотипы мышления, несомненно, могут иметь отрицательное воздействие на коммуникацию между представителями русскоязычной и другой культур. Проявление этноцентризма и, как следствие, неэффективная межкультурная коммуникация, может быть обусловлена, по мнению ряда авторов, недостаточной сформированностью компетенции межкультурного общения [Акимова, Адольф, 2016]. Для решения задачи формирования межкультурной компетенции, а также воспитания положительного отношения к представителям других культур, исследователи предлагают различные методы и средства. Одним из наиболее эффективных способов преодоления трудностей в осуществлении межкультурного диалога принято считать развитие межкультурной компетенции посредством изучения неродного языка. Именно при обучении русскому языку формируется не только языковая личность иностранных студентов, но и их межкультурная компетенция. Это процесс имеет ряд особенностей и может быть осуществлён разными методами.

Интеграция компонентов российской культуры в процессе овладения русским языком с учётом специфики разного видения мира представителями разных национальностей представляется чрезвычайно эффективной. Примером успешного использования культурного наследия в решении задачи повышения интереса к русскому языку и культуре является опыт Алтайского государственного университета [Землюков, Мансков, Нехвядович, 2016]. Среди результативных форм реализации своего проекта авторы называют использование как традиционных, так и новейших образовательных технологий, считая вузовские издательские проекты наиболее действенной формой популяризации культурного наследия. Другой интересной моделью формирования культурного фона при изучении иностранными студентами русского языка может служить обучение межнациональному взаимодействию посредством знакомства с культурными основами народов разных регионов Российской Федерации. Применение эффективных педагогических технологий с использованием исторических, литературных и краеведческих материалов о территории и жителях Донского края, представленных в статье «Стратегии коммуникативного обучения русскому языку как иностранному при реализации компетентностного подхода к образованию», способствует, как полагают авторы, изменению стереотипного восприятия этнокультуры юга Российской Федерации и формированию межкультурной компетенции иностранных студентов [Кондратьева, Рогачева, Малина, 2017]. При реализации таких проектов особое внимание должно быть уделено подбору традиционных и электронных учебных материалов и учебно-методических комплексов, способствующих формированию лингвокультурной компетенции иностранного студента.

Посредством обучения русскому языку как иностранному формируется и социокультурная компетенция: понимание речевого и социального поведения носителей других культур является чрезвычайно важным для осуществления межкультурного диалога. Н.Э. Петрова анализирует трудности вербальной и невербальной коммуникации у индийских студентов, получающих образование в вузах Российской Федерации. Знание как студентами, так и преподавателями особен-

ностей этикетной интерференции в разных культурах, по мнению автора, облегчает иностранным студентам социокультурную адаптацию [Петрова, 2019].

Неотъемлемой чертой современного высшего образования является поликультурная вузовская среда, предполагающая владение участниками учебного процесса не одним, а несколькими языками. Сегодня полиязычность можно назвать одной из главных характеристик образовательной вузовской среды. Т. А. Глебова, рассматривая особенности языковой подготовки иностранных студентов в МГИМО-Университете, поднимает вопрос об обучении в условиях триязычия и взаимодействия, как минимум, трёх культур. Использование английского языка в качестве лингва франка наряду с русским языком в условиях российского вуза ставит перед участниками образовательного процесса новые задачи. В качестве педагогических технологий, способствующих их решению, автор называет различные типы игр, проблемное обучение и кейс-анализ. Особое место в этом ряду занимает техника обучения переводу, который в этом случае является системой перекодирования с использованием систем русского, английского и родного языка иностранного студента [Глебова, 2014]. Использование материала, предполагающего сопоставление, представляется важным моментом в процессе осуществления обучения языку и культуре. В последние годы появляется большое количество работ по анализу различных концептов на материале разных языков. Результаты таких исследований могут быть успешно использованы в процессе обучения как иностранному языку, так и особенностям культуры. Включение концепта в содержание преподавания в целях формирования у студентов концептной компетенции на материале русского, английского и родного языков в полиэтнической среде может способствовать усвоению студентами ценностей как своей, так и иной культуры, способствовать эффективности межкультурного общения [Баранникова, Казиахмедова, Магамдаров, 2019].

В статье представлены предварительные результаты анкетирования студентов из Республики Узбекистан, обучающихся в российский вузах. Несмотря на то, что количество представителей этой страны в Российской Федерации по-

стоянно растёт, к проблемам адаптации мигрантов и учащихся из Узбекистана в Российской Федерации обращались немногие авторы [Поздеев, Арзамазов, 2015; Латыпов, 2018]. Анализ особенностей вхождения узбекских студентов в российскую академическую среду, основанный на результатах опроса с помощью анкет, представляется актуальной для изучения задачей.

Анкетирование проводилось среди 50 узбекских студентов 1 курса экономических и технических специальностей в возрасте от 19 до 21 года, обучающихся в университетах г. Екатеринбурга. Родным языком все студенты назвали узбекский язык. Несмотря на то, роль русского языка в качестве средства межнационального общения в последние годы в Республике Узбекистан подвергалась изменениям, статус русского языка в этой стране остаётся высоким. Вместе с тем, всё чаще дискутируется вопрос об использовании в качестве языка межэтнического общения английский язык. Данный факт делает языковую ситуацию в Республике Узбекистан интересной для изучения.

Анкета содержала 15 вопросов открытого и закрытого типа и была нацелена на выявление отношения студентов из Республики Узбекистан к русскому языку, понимания важности его изучения, а также их знакомства с элементами русской культуры.

Предварительные результаты подтверждают понимание узбекскими учащимися важности изучения русского языка. 90 % студентов, принявших участие в опросе, считают, что умение общаться на русском языке необходимо для успешной профессиональной деятельности на родине. Лишь 10 % молодых людей затруднились ответить на этот вопрос, написав в листах ответов «не уверен, что это поможет», «не знаю». Отрицательных ответов зафиксировано не было.

На вопрос «Можно ли сделать успешную профессиональную карьеру в республике Узбекистан, не владея английским языком?» были получены следующие ответы: около 50 % студентов считают, что знание английского языка для этого обязательно. Данные подтверждают существующий интерес к коммуникации на английском языке среди молодежи Республики Узбекистан [Рахимов, 2016]. Оставшиеся учащиеся либо полагают, что это возможно, либо не смогли дать определённого ответа на этот вопрос. Русский язык, как показал опрос, подтвердил свой преимущественный статус в качестве языка-посредника в этой стране.

Студенты из Республики Узбекистан продемонстрировали хорошее знание элементов русской культуры. Все респонденты знакомы с героями русских народных сказок, знают русские пословицы и поговорки, поют русские эстрадные и народные песни. Более 60 % опрошенных смотрят телевидение на русском языке находясь не только на территории Российской Федерации, но и дома. Более 85 % опрошенных предпочитают слушать российских музыкальных исполнителей.

Полученные в результате анкетирования данные, направленные на выявление особенностей восприятия статуса русского языка студентами из Республики Узбекистан, а также степени их знакомства с русской культурой, подтверждают необходимость дальнейшего изучения этого вопроса. Многонациональная академическая среда также может выступать в качестве площадки для изучения особенностей межъязыковой и межкультурной коммуникации студентов из стран как ближнего, так и дальнего зарубежья. Результаты анкетирования могут служить основой для сопоставительного анализа восприятия русского языка и элементов русской культуры представителями различных стран.

### *Литература*

1. Акимова О. А., Адольф В. А. Особенности формирования готовности к межкультурной коммуникации иностранных студентов в процессе обучения русскому языку // Вестник КГПУ им. В. П. Астафьева. 2016. № 1 (35). С. 48–52.
2. Алешина И. В. Интернационализация: стратегия развития университета в эпоху глобализации // Вестник ГУУ. 2017. № 3. С. 210–214.
3. Баранникова Т. Б., Магамдаров Р. Ш., Казиахмедова С. Х. Разработка проблемы формирования концептной компетенции студентов-лингвистов в условиях полиэтнической среды // Известия

Дагестанского государственного педагогического университета. Психолого-педагогические науки. 2019. Т. 13. № 1. С. 12-20. DOI: 10.31161/1995-06592019-13-1-12-20.

4. Глебова Т. А. Языковая подготовка студентов-иностранцев в поликультурной среде вуза // Вестник МГИМО. 2014. № 4 (37). С. 317–323.

5. Землюков С. В, Мансков С. А., Нехвядович Л. И. Использование культурного наследия для изучения русского языка в России и в странах азиатского региона // Высшее образование в России. 2016. № 7 (203). С. 161–167.

6. Кондратьева И. А., Рогачева Т. Д., Малина Н. В. Стратегии коммуникативного обучения русскому языку как иностранному при реализации компетентностного подхода к образованию // Интернет-журнал «Мир науки» 2017, Том 5, № 1. [Электронный ресурс]. <http://mir-nauki.com/PDF/04PDMN117.pdf>.

7. Латыпов И. А. Культура как фактор формирования жизненных ценностей российских студентов и студентов из Узбекистана // Вестник Института социологии. 2018. № 24, С. 155–170.

8. Левченко В. В., Агрикова Е. В., Упирова В. Г. Деятельность преподавателей высших учебных заведений в контексте интернационализации образования // ПНиО. 2019. №4 (40). С 497–508. doi: 10.32744/pse.2019.4.38.

9. Петрова Н. Э. К вопросу о проблемах иностранных студентов в межкультурной коммуникации: пути преодоления этикетной интерференции// Карельский научный журнал. 2019. № 2 (27). С. 53–55.

10. Поздеев И. Л., Арзамазов А. А. Узбеки в России: практики адаптации в инокультурной среде // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2015. № 4. С. 123–134.

11. Рахимов Г. Х. Восприятие английского языка в узбекистанском лингвистико-образовательном пространстве // Вестник ЮУрГГПУ. 2016. № 8. С. 187–191.

## ВЛИЯНИЕ БРЕНДИНГА НА СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК

*Н. А. Гончарова, Д. У. Емакулова*

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

**Аннотация.** Статья посвящена влиянию брендинга на состояние современного русского языка. Авторы статьи проводят анализ языка рекламного текста, выявляя в нем существенные закономерности, влияющие на синтаксические конструкции русского языка. Рассмотренными характеристиками являются: графические текстовые выделения, интержаргон, стилизация текста, изменение функциональной роли знаков препинания, а также использование поликодного текста.

**Ключевые слова:** бренд, реклама, русский язык, синтаксические конструкции, англицизмы.

Очевидным является тот факт, что английский язык оказывает весьма глубокое влияние на языки других народов. Являясь средством международного общения, он проникает в лингвистическую культуру других стран и привносит свой особый вклад.

За последние два века русский язык заимствовал из других языков около 40 тысяч различных слов и терминов. Если задуматься, это довольно большое количество, которое может вызвать вполне обоснованные сомнения даже у образованного человека. Стоит отметить, что большая часть заимствований происходит из английского языка [Макарова, 2017: 235].

Проанализируем сложившуюся ситуацию на примере заимствованного из английского языка слова brand, и его производного - branding. Попробуем разобраться, что означает данный термин, и какое влияние он оказывает на фонетические особенности русского языка.

Слово бренд происходит от древнескандинавского «brande» и означает «жечь», «клеймо», «огонь». В настоящее время под словом бренд понимается комплекс представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя. Бренд — это своеобразный образ торговой марки, или, иначе говоря, некая ментальная связь, образующаяся между продавцом и покупателем. В свою очередь, брендинг – это процесс создания и продвижения самого бренда.

На данный момент существует довольно большое количество брендов. С учетом широкого ассортимента продукции, потребители выбирают товары с особой тщательностью, учитывая не только качество, но и личные предпочтения. Таким образом, можно понять, что необходимость брендинга очевидна.

Именно он помогает активно продвигать определенный товар на рынке, способствуя его активной продажи среди сотен аналогов.

Образ бренда является ключевой особенностью функционирования самого бренда. Появляющиеся в сознании потребителей образы помогают сформировать не только отношение к определенному виду продукции, но и оказывают ценностно-ориентировочное воздействие на человека.

Рассмотрим с социологической точки зрения процесс формирования и становления образа бренда. В данном контексте, бренд является уже не только инструментом эффективной продажи товара на рынке, но и неким социальным конструктом. Ориентируясь на определенные современные константы и используя образно-фантазийное мышление, бренд формирует новые ценностные ориентиры человека, способствует влиянию на поведение общественных масс [N. A. Goncharova, T. Zh. Solosichenko, N. V. Merzlyakova, 2019: 817].

Довольно сильное влияние оказывает брендинг и на синтаксические конструкции языка. Анализируя современный русский язык, можно заметить, как расширяется количество расчлененных предложений, коротких, рубленых фраз. Тем самым, происходит парцелляция речи. А наиболее наглядным примером, доказывающим приведенные выше доводы, служит бренд сети магазинов «Дикси», девиз которого звучит следующим образом: «Просто. Рядом. По-соседски». Кроме того, существуют типологические различия русского и английского языков. Как известно «английский – язык аналитический, русский – синтетический». Это означает, что смысл фразы, который в английском выражается через изменения формальных характеристик слов, в рус-

ском передается через сочетание смыслов нескольких слов. При переводе англоязычных рекламных текстов, в некоторых случаях русские переводчики не переводят текст, а дают его «семантический эквивалент». Например, рекламу сигарет Winston «Super Slims» перевели как «Тонкости настоящего вкуса», а «Maybe she's born it, Maybe it's Maybelline» – «Все в восторге от тебя, а ты – от «Мэйбеллин» [Шемякина, 2018: 379]. Проблема чаще всего заключается в том, что невозможно точно перевести слоган с одного языка на другой, например, «Just Do It» или «Жевать не переживать» [Гончарова, 2019: 124].

Кроме того, интенсивные процессы в изменении синтаксических конструкций сопровождаются активным изменением роли знаков препинания, таких, как точки, запятые, тире и т.п. Как говорил А. П. Чехов: «Знаки препинания есть ноты текста» [Мордвинова, URL]. Очевидно, что данное высказывание актуально и в настоящее время. Именно знаки препинания оказывают одно из важнейших значений на понимание текста, задают его основной тон, чем, в свою очередь, активно пользуются торговые марки. Если придать логотипу своего бренда яркую эмоциональную окраску с помощью восклицательного знака или акцентировать все внимание потребителя на каком-либо одном важном слове, то такой подход позволит ярко выделить логотип своего бренда по сравнению с однотипным содержанием логотипов конкурентов.

Попробуем проследить изменение функции современных знаков препинания на конкретных примерах. Например, точка на сегодняшний момент означает не только конец предложения, но и выполняет функцию разрыва самой синтаксической конструкции, тем самым деля одну мысль на несколько. Таким образом, она помогает наиболее точно передать интонацию текста, его звучание и мелодичность, усиливает выразительность речи.

Рассмотрим изменение своего функционала у сравнительно недавно появившегося знака. Тире. Одними из первых функций данного знака являлись обозначение пропусков, придание тексту некоторого значения условия, противопоставления. Сегодня же, кроме всего прочего, тире подчеркивает экспрессивность речи, придает в некотором роде яркость и не-

ожиданность. Например, рассматривая логотип бренда «Kraft» («Коровы знают точно – сыр Kraft полезен очень!»), можно заметить, насколько сильно тире выделяет связку «точно и сыр», придавая ей эмоциональное звучание и колоритность.

Восклицательный знак, в свою очередь, так же не стоит на месте. В брендах некоторых торговых марок можно заметить, что он уже позволяет разбить текст на определенные смысловые части, подчеркивая какое-либо конкретное значение. Все это достигается благодаря изменению места постановки самого знака. Если раньше он использовался исключительно в конце предложения, то сегодня можно увидеть его не только в середине предложения, но и в составе определённого слова. Это позволяет выделить какую-либо особую часть высказывания.

Наконец, рассмотрим многоточие, которая указывает на то, что часть текста пропущена и ее придется домыслить. Девиз известного бренда конфет «Комплимент от Calbury» звучит следующим образом: «О чем не скажут слова...». Конец предложения намеренно остается открытым, позволяя нам самим додумать его истинный смысл.

Довольно важным моментом при создании бренда является его творческое начало. По мнению многих ученых-социологов, это достигается путем игровых стратегий построения текста.

Одним из способов придания окраски бренду является использование поликодового текста. Поликодовым называется текст, состоящий из двух частей – вербальной и невербальной. Благодаря такой комбинации, текст становится более динамичным, подвижным. Зачастую этому факту придается значение игры, в которой потребителю необходимо разгадать некий ребус, вложенный производителем. Например, рассмотрим рекламу розничной сети магазинов садовой техники «ТвойДоДыр». В названии содержится точная отсылка к известной детской сказке «Мойдодыр». Также в качестве примера можно привести сеть магазинов «Lego Merlin», реклама которой, звучащая как «Гордость и водоснабжение» содержит отсылку к роману Дж. Остин «Гордость и предубеждение».

Рекламная коммерция способствовала появлению в русском языке интержаргона – смеси просторечных и иностран-



ных слов. Например, выражение: «ноу проблем». Кроме того, из английского языка проникли слова со служебной морфемой *s*: *экономикс*, *баксы*.

Сегодня приобретают все большую популярность смесь английского и русского языка, наблюдающаяся в проникновении английских слов и слогов в словообразовательные конструкции. Например, реклама «LADA PRIora. PRImи решение» (реклама автомобиля «Лада Приора») или реклама жевательной резинки «Stimogol ICE», которая звучит «Освежайс!». Благодаря синтезу английских и русских слогов у потребителя формируются стойкие ассоциации, вызывающие влечение к предложенному продукту. Рассмотрим примеры других реклам. Бренд сети медицинских учреждений, звучащий как «Med 4 you», который переводится как «Медицина для вас», помимо использования слов английского языка, имеет довольно интересную конструкцию. Для того чтобы правильно прочитать название, следует цифру 4 (*four*) прочитать как *for-для*. Данные слова выступают в роли омофонов [Баско, 2017: 14]. По идеи у пользователей сети «Интернет» и молодежи проблем с переводом не должно возникнуть, поскольку они в значительной мере привыкли к цифрословесным комбинациям. Бренд известных сухариков «Емеля» в своей рекламе: «YESтественный выбор» подталкивает покупателей к осознанию правильности покупки данного товара, сочетая в своем названии английское слово «*yes*», которое переводится как «да».

Кроме всего вышеперечисленного необходимые ассоциации позволяют вызвать различные графические и текстовые выделения. Например, в рекламе напитка «Zooot. PaZOOOMный выбор!» выделение шрифта отрывает взгляд читателя от всей фразы, направляя его на определенную часть, тем самым подводя его к каким-либо частным заключениям, завершающим формированием смыслового поля. Реклама известного бренда стоматологических клиник «Стоматогия», благодаря своему графическому оформлению, позволяем разделить слово «сто-

матология» на 3 части: стоматолог и я, тем самым формируя представления об индивидуальном подходе к каждому клиенту.

Стоит добавить, что кроме синтеза английских и русских слов, одним из наиболее популярных графических способов оформления рекламы бренда служит стилизация текста под какие-либо категории. Например, бренд узбекского ресторана «Бабай клуб» имеет стилизацию текста под рукописный, что привносит характерный восточный колорит – несмотря на английское происхождение слова «клуб».

Таким образом, благодаря использованию в одном тексте различных алфавитов, символов, шрифтов, иному употреблению знаков препинания, создаются новые языки. К ним можно отнести цифробуквенный, русско-английский, символно-буквенный и т.п.

Подводя итог, хочется сказать, что на сегодняшний момент бренд является не просто средством борьбы с конкуренцией, а неким конструктом, оказывающим весьма сильное воздействие на синтаксические конструкции русского языка. В этом смысле он начинает активно использовать все доступные ему средства и технологии. Рассмотренные заимствования из английского языка, графические текстовые выделения, интержаргон, стилизация текста, изменение функциональной роли знаков препинания, а также использование поликодного текста помогают в значительной мере придать тексту именно ту окраску, на которую рассчитывает производитель. Например, акцентирование внимания на определенных словах, появление у потребителя стойких ассоциаций, вызывающих влечение к предложенному продукту и т.д.

Изменения, происходящие в русском языке посредством рекламы, в значительной мере обогащают язык, способствуя появлению новых слов, конструкций. Кроме того, смешение языков, проведение различных языковых игр в значительной мере совершенствуют человека, способствуя развитию мышления, памяти, а также знания культурного контекста.

### ***Литература***

1. Баско Н. В. Иноязычное влияние: угроза или благо // Известия вузов. Сер. Гуманитарные науки. 2017. № 8 (1). С. 5–61.
2. Гончарова Н. А. Перевод рекламных слоганов в условиях межкультурной коммуникации // Материалы IX Международной научно-практической конференции «Современные подходы к повышению качества сервиса в индустрии туризма и гостеприимства в условиях межкультурной коммуникации». Екатеринбург, 25–26 апреля 2019 г. С. 123–126.
3. Goncharova N. A., Solosichenko T. Zh., Merzlyakova N. V. Brand platform as an element of a company marketing strategy // International Journal of Supply Chain Management. Vol. 8, No. 4, August 2019. Pp 815–823.
4. Макарова Е. Н. Влияние социолингвистических факторов на усвоение неродного языка // Вестник Костромского государственного университета. 2017. Т. 23. № 4. С. 222–224.
5. Шемякина Е. А. Трудности перевода рекламных текстов // Проблемы инженерного и социально-экономического образования в техническом вузе в условиях модернизации высшего образования. 2018. С. 378–381.

### ***Источники***

6. Мордвинова Е. В. Языковые и культурные особенности восприятия [Электронный ресурс]. URL: [http://www.multikulti.ru/info\\_722.html](http://www.multikulti.ru/info_722.html) (дата обращения: 10.07.2014).

## ЛЕКСИЧЕСКИЕ, ГРАММАТИЧЕСКИЕ И СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

*Д. И. Зайнуллина, Т. С. Алексеева*

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск*

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются лексические, стилистические и грамматические аспекты, которые необходимо учитывать переводчику при переводе правовых документов с исходного языка на язык перевода. Акцентируется внимание на необходимости проведения стилистического анализа документов правового характера, а также рассмотрения особенностей перевода, связанных с культурными различиями, на которых базируются различные правовые системы. На основе проведенного исследования авторы предлагают различные способы перевода правовых документов, при которых учитываются особенности грамматического и лексического состава текста.

**Ключевые слова:** грамматический состав, лексические особенности, юридический текст, перевод, правовые документы, стилистика.

Ни для кого не секрет, что в настоящее время происходит активное развитие межличностных, межкультурных и иных видов отношений как между людьми, так и между целыми государствами. В 99 % случаев различные соглашения между сторонами для закрепления положений и отношений между субъектами закрепляются на законодательном уровне. 21 век – время технологий, развития, бизнеса, изобретения вещей, облегчающих повседневную жизнь. Поэтому так важно закреплять данные позиции различными видами юридических документов. Супруги зачастую заключают брачный договор, который позволяет им на законодательном уровне обозначить свои позиции касательно имущества и иных тонкостей. Точно таким же образом поступают государства, обговаривая и обозначая свои позиции по какому-либо вопросу, касающемуся данных государств и, опять-таки, закрепляя обговоренные позиции с помощью определенного вида юридической силы, иными словами, правового акта, закреплённого определенными соглашениями на законодательном уровне.

Исходя из этого, мы можем сделать вывод о том, что, учитывая происходящую активную глобализацию во всем мире и развитие закрепления отношений различного характера на законодательном уровне, часто требуется качественный и высокопрофессиональный перевод юридической документации. Как известно, юридический перевод далеко не самый простой и требует определенного багажа знаний. Во-первых, по причине того, что правовые акты изобилуют различной терминологией, которой важно владеть

для передачи исходного текста на язык перевода без малейшей вольности. Во-вторых, грамматика в подобных текстах имеет свою определенную структуру, и нельзя пренебрегать данным фактом по причине того, что юридический перевод – это серьезное явление в лингвистике, требующее серьезности, внимательного, тщательного отношения и скрупулезности. В-третьих, важно помнить о различиях в правовых системах разных стран [Алексеев, 2015: 155]. Иными словами, переводчик, обращаясь при переводе к правовой документации, должен обладать обширными знаниями и культурным багажом, которые являются неотъемлемой частью исходного языка и языка перевода.

Из всего вышесказанного напрашивается вывод о том, что юридический перевод является сложным процессом, требующим определенных знаний, решения лингвистических и переводческих задач, коими являются, в первую очередь, задачи и проблемы перевода терминологии. Переводчику необходимо обладать всем спектром знаний и умением применять их при переводе культурных особенностей той или иной правовой системы, на которую опирается правовая документация, являясь, по сути своей, юридическим текстом. Но мы также не должны забывать о стилистических особенностях юридического текста, который можно отнести к официально-деловому стилю [Рахманин, 2013: 112].

В данной статье мы рассматриваем перевод юридического текста с английского языка на русский, и поэтому обратимся к культурным различиям между

англо-американской правовой семьей и славянской правовой семьей [Салыгин, 2002: 86]. Во-первых, стоит отметить направленность данных систем в различных философских руслах. Славянская правовая система базируется, скорее, на духовных началах, где ценно честное устройство мира, власть более сильного и более одухотворенного правителя, служащего примером для народа [Орлов, 2009: 256]. В то время как англо-американскую правовую семью можно охарактеризовать таким словом, как «прагматизм». Данная правовая семья ставит во главу такое явление, как «судебный прецедент» [Шумилов, 2019: 352]. Проще говоря, англо-американская система права в корне отличается от славянской, в которой власть является проявлением чего-то высшего и непостижимого, но англо-американская система далека от такого одухотворенного подхода и с некой, можно сказать, опаской относится к власти, опираясь в первую очередь на логику и прагматизм, как критерий истинности и справедливости.

Соответственно напрашивается вывод о том, что переводчик должен учитывать подобные культурные реалии систем права, которые относятся к исходному языку и языку перевода, чтобы передать все детали и добиться адекватного и точного перевода юридического текста.

Далее обратимся к особенностям стилистики юридического текста, которые не должны быть оставлены без внимания по причине того, что правовые документы, по сути своей, несут в себе тщательный подход, внимательность и скрупулезность, поэтому переводчику важно рассмотреть каждую деталь, каждый механизм, составляющие юридический перевод.

Начнем с того, что, как уже упоминалось ранее, юридический текст относится к официально-деловому стилю, но в свою очередь он делится на два подстиля: официально-документальный и обиходно-деловой [Кожина, 2016: 378]. Юридический текст относится к официально-документальному подстилю, поэтому мы можем выявить следующие его стилистические особенности – потребность в точности и ясности, отсутствие каких-либо двусмысленностей, подтекстов, которые могут в корне поменять смысловую нагрузку

текста, и, соответственно, ограниченность тематики текста.

Для того чтобы разобраться в стилистике юридического текста и проблемах его перевода, обратимся к классификации деловых бумаг, являющейся абсолютным стандартом [Леонтьева, 2014].

1. Личные документы граждан (доверенности, заявления, резюме, жалобы, характеристики).

2. Административно-организационные документы (положения, правила, инструкции, договора).

3. Распорядительные документы (приказы, выписки из приказов, директивы, распоряжения, указания).

4. Информационные документы справочного характера (справки, объяснительные записки, служебные записки, докладные записки, акты).

5. Деловые письма.

6. Протоколы.

Рассмотрев классификацию документов, относящихся к юридическому тексту, мы можем сделать выводы о типичных стилистических особенностях юридического текста и его перевода. Во-первых, информация, содержащаяся в тексте и передаваемая при переводе должна быть полной и соответствовать требованиям своевременности. Во-вторых, формулировки должны отличаться искусной точностью и лаконичностью, переводчик ни в коем случае не должен отдавать предпочтения вольностям, что в корне противоречит стилистике официально-делового стиля. В-третьих, тон текста должен быть нейтральным, иными словами, лишен эмоциональной окраски. В-четвертых, лексические конструкции должны быть безличными, что характерно для подобного стиля.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что перевод юридического текста должен быть практически полностью эквивалентным и адекватным, то есть текст перевода должен быть максимально близким к исходному тексту и соответствовать требованиям языка перевода, исключая переводческие вольности [Комиссаров, 1993: 57–58].

Рассмотрев стилистические особенности юридического текста, перейдем к его лексической стороне. Трудности лексического характера при переводе юридического текста возникают, как правило, по причине того, что уровень стандарти-

зации документов различного типа как в русском, так и в английском языках очень высок, но при переводе переводчик не всегда может найти лексему, которая будет отвечать требованиям эквивалентного перевода из-за расхождений культурного характера, менталитета, лексических структур исходного языка и языка перевода и особенностей грамматического состава двух языков.

Юридические материалы, как правило, изобилуют юридической терминологией, архаизмами и жаргонизмами соответствующей тематики. Для начала рассмотрим классификацию внутренней структуры юридического языка, которая была предложена В. Отто [цит. по: Шкатулла, 2014]:

1. Язык законов: общие, абстрактные правовые нормы, предназначенные законодательством, как для специалистов, так и для граждан.

2. Язык судебных решений.

3. Язык юридической науки и экспертизы: комментарии и обсуждение специальных вопросов специалистами для специалистов.

4. Язык ведомственного письменного общения: формуляры, памятки, повестки и т.д.

5. Административный жаргон: неофициальное обсуждение специальных и полуспециальных вопросов специалистами.

Данная классификация позволяет выявить типичные особенности лексики юридического текста и способы перевода лексики данной тематики.

Начнем с того, что лексическая сторона содержит в себе такие словосочетания, которые не существуют в русской судебно-правовой системе, поэтому составляют определенную сложность при переводе с английского языка. Поэтому переводчик при переводе прибегает к такому приему перевода, как описательный, который помогает описать определенные словосочетания более подробно и сделать перевод точным и понятным [Зайнуллина, 2020: 71]:

*Limited divorce* – *раздельное проживание супругов по решению суда;*

*Indeterminate sentence* - *решение суда с неопределенным сроком тюремного заключения, когда реальный срок пребывания в тюрьме определяется тюремной администрацией или специальной комиссией, принимающими во внимание*

*поведение заключенного, состояние его здоровья и другие обстоятельства;*

*Vior dire* – *процесс допроса присяжных для выявления наличия у них определенной доли предубежденности;*

*Solicitor* – *человек, ведущий дела клиентов и подготавливающий дела для адвокатов.*

Также часто возникают проблемы с переводом юридической терминологии, которая носит свой самобытный характер и вызывает определенный ряд сложностей по ряду вышеупомянутых причин. Для перевода терминов используется переводчиком такой прием, как транскрибирование:

*Felony* – *фелония, категория тяжких преступлений;*

*Coroner* – *коронер, следователь, который занимается расследованием насильственной или непредумышленной смерти;*

*Misdemeanor* – *мисдиминор, категория наименее опасных преступлений, которые находятся на границе между административными правонарушениями.*

Калькирование также является удобным способом перевода юридической терминологии, который отвечает требованиям эквивалентного перевода, что так важно при переводе юридической документации. Суть данного способа перевода заключается в том, что переводчик изменяет лексическую единицу оригинала путем замены ее составных частей – морфем или слов их лексическими соответствиями в переводимом языке:

*Magistrates court* – *магистратский суд;*

*Arbitrary arrest* – *произвольный арест;*

*International law* – *международное право.*

Далее рассмотрим особенности грамматического характера, которые возникают при переводе юридического текста. Начнем с того, что в подобных текстах преобладает наличие личных и безличных форм глагола, страдательного залога, модальных глаголов, которые служат для отображения различных существующих или же отсутствующих возможностей правового характера, а также наличие в тексте однородных членов с разным управлением [Караулова, 2003: 78–79].

Более того, стоит отметить, что на смысловую нагрузку текста влияет синтаксис юридического текста и вызывает при переводе определенные трудности. Однако подобные трудности могут быть преодолены с помощью различного рода грамматических преобразований – изменение порядка слов или структуры предложения.

Но хотелось бы подчеркнуть, что такие трудности возникают по причине того, что английский язык является аналитическим и из-за этого установленный обязательный порядок слов в предложении четко выделяет смысловой центр предложения, то есть помогает выделить основную информацию в тексте. В то время как в русском языке при переводе используется зачастую порядок слов обратный и тем самым помогает выделить смысловой центр предложения.

*There are three basic propositions underlying the American federal system.*

*В основе федеративного устройства США лежат три базовые идеи.*

Как уже говорилось ранее, использование личных и неличных форм глагола характерно для юридического текста, и замена частей речи и членов предложения помогает справиться с трудностями, которые возникают при их переводе.

*The simplest way to form an express contract begins with a formal offer.*

*Простейшим способом заключения прямо выраженного договора является направление формальной оферты.*

Страдательный залог часто используется в юридических документах по причине того, что залог носит сам по себе функциональный характер и помогает решить ряд задач для автора документа и самого переводчика. Например, необходимость скрыть реальный субъект.

*It is agreed that the child will continue to live with after the divorce.*

*Принято решение о том, что после развода ребенок останется жить с Вами.*

Двойное управление весьма характерно для грамматического состава английского языка и вызывает трудность при переводе на русский язык. Но решающим фактором при переводе, позволяющим его осуществить, является управление в русском.

*The Client shall deposit such amounts in foreign currency on his Account with the*

*Bank as may be brought into, transferred or sent to the Russian Federation from abroad or obtained on the Russian Federation's territory pursuant to the law in force.*

*Клиент хранит на счете в банке денежные средства в иностранной валюте, ввезенные, переведенные или пересланные в Российскую Федерацию из-за границы или приобретенные в соответствии с действующим законодательством.*

Далее рассмотрим особенности модальности в юридическом тексте. Уделим особое внимание такому модальному глаголу как *shall* по причине того, что в юридическом тексте он является распространенным и носит характер многозначности [Огнева, 2015: 289].

Начнем с того, что *shall* служит для образования будущего времени и несет в себе следующие характеристики: предложение совершить действие, предостереечь о действии, показать уверенность в действии. Но в юридическом тексте данный модальный глагол несет иные характеристики и, конечно же, выбор правильной характеристики при переводе зависит от контекста. Например, в юридическом тексте *shall* носит следующие характеристики: императивность, комиссивность, пермиссивность и т.д. [Шевелева, 1999: 56–64].

*The United States shall guarantee to every State in this Union a Republican Form of Government, and shall protect each of them against Invasion.*

*Соединенные Штаты гарантируют каждому штату в этом союзе республиканскую форму правления и должны защищать каждый из них от вторжения (обязанность – императивная функция).*

*Borrower shall have performed and complied with all terms and conditions required by this Agreement to be performed or complied with.*

*Заемщик обязан выполнить и соблюсти все условия, предусмотренные настоящим договором, которые должны быть выполнены или соблюдены (принятие участниками договора определенных обязательств – комиссивная функция).*

*The President shall, at stated Times, receive for his Services, a Compensation.*

*Председатель может в установленные сроки получить за свою службу вознаграждение (выражение возможно-*

сти или разрешение – пермиссивная функция).

Таким образом, рассмотрев такие особенности юридического текста, как стилистика, лексика и грамматика, мы можем сделать вывод о том, что юридический текст является специфичным и несет в себе определенные трудности при его переводе. Поэтому прежде чем

начинать процесс перевода юридического текста, необходимо изучать все его особенности, углубившись в культурные особенности правовых систем языка исходного и языка перевода, изучив лексический состав и грамматический, а также важно не забывать про особенности стилистики юридического текста.

### ***Литература***

1. Алексеев Ю. Г., Алексеева Т. С., Гаврилова Т. С. Синтаксические трансформации в юридическом переводе (на примере постановления Большой палаты Европейского суда по правам человека по делу «Бочан против Украины № 2», № 22251/08 от 05.02.2015) // Симбирский научный вестник № 1 (19). Ульяновск, 2015. С. 155-158.
2. Зайнуллина Д. И., Алексеева Т. С. Проблемы адекватности перевода юридических терминов при несоответствии правовых систем // *Lingua Academica: Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики: материалы V Всерос. научно-практической конференции (5-9 февраля 2020 г., г. Ульяновск) / под ред. доц. Н.А. Крашенинниковой.* Ульяновск: УлГУ, 2020. С. 68–73.
3. Караулова Ю. А. Практикум по юридическому переводу. Учебное пособие. М.: МГИ Международных Отношений при МИД России, 2003. 321 с.
4. Кожина М. Н., Дускаева Л. Р., Салимовский В. А. Стилистика русского языка. М.: Флинта, 2016. 464 с.
5. Комиссаров В. Н. Теория перевода. М.: Высшая школа, 1993. 243 с.
6. Леонтьева Т. В. Документная лингвистика. М.: Флинта, 2019. 257 с.
7. Огнева Н. В. Английский язык для юристов. Грамматические трудности. М.: Наука, 2015. 434 с.
8. Орлов А. С. История России. М.: Лабиринт, 2009. 321 с.
9. Рахманин Л. В. Стилистика деловой речи и редактирование деловых документов. М.: Флинта, 2013. 257 с.
10. Салыгин Е. Н. Основы правоведения. М.: Наука, 2002. 156 с.
11. Шевелева С.А. Английский для юристов. Учебное пособие. СПб.: Юнити-Дана, 1999. 268 с.
12. Шкатулла В. И. Юридическая техника. Учебник. М.: Юстицинформ, 2014. 640 с.
13. Шумилов В. М., Акчурин Т. Ф. Правовая система США. Учебное пособие. М.: Лабиринт, 2019. 624 с.

## РОЛЬ ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОНФЕРЕНЦ-ПЕРЕВОДЕ

*Е. А. Путилина*

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск*

**Аннотация.** В статье рассматривается функционирование психолингвистических механизмов, лежащих в основе речемыслительной деятельности переводчика в процессе конференц-перевода. Особенности механизмов восприятия, осмысления, понимания, мышления и памяти, их практически одновременного включения в процесс декодирования исходного сообщения и порождения сообщения на языке перевода играют ключевую роль в профессиональной деятельности переводчика.

**Ключевые слова:** психолингвистика, речемыслительная деятельность, когнитивные механизмы, кодирование, перекодирование, конференц-перевод.

Многочисленные наблюдения за деятельностью профессиональных переводчиков всегда подчеркивали важную роль психических факторов, таких как скорость мышления, концентрация внимания, объем и распределение ресурсов рабочей памяти. С позиций психолингвистики и когнитивистики речевая деятельность переводчика осуществляется на основе взаимосвязанного функционирования психологических механизмов.

Общепсихологическими механизмами когнитивной деятельности переводчика выступают: восприятие, осмысление, понимание, мышление, память, которые активно включены в речемыслительный процесс.

Речемыслительная деятельность переводчика в условиях конференц-перевода с психолингвистической точки зрения предполагает поэтапное осуществление. Вопрос о том, какие именно этапы реализуются в процессе конференц-перевода, решается неоднозначно, хотя общее видение этих этапов у разных исследователей совпадает.

В. И. Ермолович выделяет следующие этапы устного перевода: восприятие и осмысление исходного текста, перекодирование и порождение речи на языке перевода [Ермолович, 1999: 47]. А. Ф. Ширяев говорит о трех фазах процесса синхронного перевода: фазы ориентирования в условиях задачи и выбора плана действий (действия), фазы осуществления и фазы сопоставления результата с намеченной целью [Ширяев, 1979: 11]. Л. П. Тарнаева выделяет четыре ступени переводческого семиозиса: авторская (исходный текст), переводческая (модель исходного текста в сознании переводчика), вербализация исходного

текста на языке перевода и формирование модели исходного текста в сознании реципиента [Тарнаева, 2017: 203]. И. С. Вацковская считает, что последовательный перевод в обобщенном виде состоит из этапов анализа и синтеза. Этап анализа включает в себя восприятие на слух речи оратора (аудирование), девербализацию и переключение. Этап синтеза начинается с ревербализации и заканчивается проговариванием (озвучиванием) текста перевода [Вацковская, 2016: 356].

В конференц-переводе восприятие исходного текста на слух, его осмысление и понимание представляют собой единый, не делимый во времени процесс, который синхронизирован с процессом речепорождения. Слуховой канал для устного переводчика является ведущим в процессе восприятия, хотя при определенных условиях, в котором проходит конференц-перевод, переводчик может иметь перед глазами опорный текст, презентацию или он может вести переводческую запись (при последовательном переводе). Данные техники призваны снять общую нагрузку на аудиальные системы памяти и внимания [Савчук, 2018: 196] и помочь в формировании программы последующего вторичного высказывания переводчика [Руцкая, 2011: 154].

Специфика аудирования в условиях устного последовательного перевода, по мнению Е. А. Руцкой, определяется необходимостью глубокого понимания смыслового содержания исходного сообщения, одновременностью осмысления оригинала и формирования замысла текста-высказывания перевода, синхронизацией слушания и письма-фиксации [Руцкая, 2011: 152].



Л. П. Тарнаева определяет *восприятие* как психический процесс обработки сенсорной информации, которая может идти как снизу-вверх (от стимула через воздействие на органы чувств), так и сверху-вниз (от опыта, ожиданий, установок, мышления и т.п.) [Тарнаева, 2017: 202].

В процессе восприятия иноязычной речи на слух выделяют несколько стадий, которые связаны с обработкой поступающей информации на всех языковых уровнях: фонетическом, лексическом, синтаксическом и на уровне дискурса [Андреева, 2006: 12]. На начальной стадии сенсорная информация классифицируется для создания ряда фонетических и фонологических репрезентаций. Затем распознавание отдельных лексических единиц соотносится с ментальным лексиконом слушающего с целью определения соответствующего лексического компонента. После этого появляется релевантная семантическая и синтаксическая информация, соотносимая с данным словом [там же].

Итак, в конференц-переводе процесс восприятия исходного текста сопровождается декодированием информации на всех уровнях языка, в отличие от процесса порождения текста перевода, который характеризуется фонологическим и грамматическим кодированием и процессом извлечения лексических единиц из ментального лексикона [Андреева, 2006: 14]. Несмотря на различие, оба процесса – восприятие и речепорождение – происходят инкрементно, т.е. строятся постепенно, интегрируя каждый новый отрезок информации с ранее сформированными репрезентациями [там же].

При восприятии текста перевода в сознании реципиента как представителя культуры-получателя активизируется понятийный пласт концепта [Савицкая, 2013: 118]. Переводчик вызывает ментальный образ (концепт) к соответствующей языковой единице. Концепты и языковые единицы взаимно активизируют друг друга. Восприятие и понимание обеспечиваются реконструированием переводчиком этих когнитивных образов [Янссен-Фесенко, 2013: 70].

Восприятие и понимание речи в условиях конференц-перевода существенно отличается от условий обычной речевой деятельности. Если в традиционном акте

коммуникации восприятие и понимание речи происходит на основе узнавания слов и словосочетаний при скрытом артикуляционном воспроизведении речевых сигналов, то в синхронном переводе в периоды произнесения текста на языке перевода участие речедвигательного анализатора в узнавании речевых сигналов на исходном языке чрезвычайно ограничено [Ширяев, 1979: 66]. Синхронный перевод предполагает использование не обычного, свойственного данному субъекту языка внутренней речи, основанного в значительной степени на речедвигательных ощущениях, а особого кода, включающего главным образом слуховые и зрительные ощущения. Этот код формируется в результате субъективных ощущений переводчика во время синхронного перевода и определяется как «механизм слухового узнавания речевых образов без артикуляционного воспроизведения» [Ширяев, 1979: 67]. Кроме того, другим механизмом, облегчающим восприятие исходного текста в условиях конференц-перевода является использование микропауз в собственной речи при свободном от говорения артикуляционном аппарате [там же].

Формирование переводческих механизмов восприятия речи является специфической и целенаправленной деятельностью, которая требует времени, тренировок и особой способности понимать речь на одном языке одновременно с порождением и проговариванием речи на другом языке, поэтому далеко не каждый, владеющий иностранным языком и даже не каждый переводчик, может осуществлять синхронный перевод на конференциях международного уровня.

Процесс восприятия исходного текста в конференц-переводе сопровождается осмыслением и пониманием заложенной в тексте информации. Осмысление представляет собой процесс установления смысловых связей и смысловых отношений между элементами и единицами воспринимаемого материала [Гавриленко, 2016: 10]. На этом этапе переводчик ощущает и осознает картину мира, которая репрезентирована исходным текстом [Савицкая, 2013: 119]. Осмысление требует от переводчика умения выделять в тексте ключевые слова, которые отражают основную информацию и логику изложения высказывания и служат опорой для

доступа к хранящимся в долговременной памяти знаниям. Таким образом, процесс осмысления ведет к смысловой сегментации и компрессии исходного текста [там же]. При достаточно высоком уровне владения переводческой деятельностью осмысление исходного сообщения осуществляется посредством внутреннего предметно-схемного кода, с помощью которого переформулирование средств выражения воспринимаемой мысли протекает как неосознаваемая высокоавтоматизированная операция [Руцкая, 2011: 154].

Успешность осмысления оригинала зависит от того, насколько знания переводчика о связях тех или иных единиц исходного текста с концептами соответствуют знаниям типичных представителей языка источника [Фурсова, 2013: 72]. По мере накопления языкового опыта переводчик приобретает знания о концептосфере языка источника, помогающие ему осуществить адекватный конференц-перевод.

Понимание представляет собой рецептивную переводческую компетенцию, которая начинается с опознавания формы текстового образования и составляющих его элементов, благодаря которому переводчик ассоциирует форму с содержанием на основе имеющихся у него знаний о значениях слов, понятий, культурных концептов и т.д. [Злобин, 2012: 74]. В основе процессов понимания, согласно когнитивному подходу, лежит процедура построения индивидуального семантического вывода (инференции), позволяющая переводчику восстановить редуцированную, неявно выраженную информацию [Фесенко, 2001: 60]. Инференция является наиболее существенной составляющей процесса понимания текста, именно выводное знание позволяет соединять разные высказывания в тексте, обеспечивая его связность и логику изложения [Гавриленко, 2016: 11].

В процессе понимания каждая вербальная единица исходного текста вызывает соответствующий образ (концепт), который, в свою очередь, репрезентируется вербальной единицей языка перевода [Савицкая, 2013: 119]. Понимание означает когнитивный процесс постижения смысла исходного текста [Тарнаева, 2017: 202]. При этом смысл исходного текста и текста перевода никогда не бу-

дут тождественны друг другу, что объясняется несколькими причинами: когнитивным опытом переводчика, который несет на себе отпечаток его индивидуальности, невозможностью обладать предельно полными фоновыми знаниями по проблеме, отсутствием идентичности социокультурных контекстов исходного языка и языка перевода. Т. А. Янссен-Фесенко отмечает, что «воспринимаемый переводчиком исходный текст никогда не будет наполнен для него тем смыслом, который вкладывал в него автор, поскольку каждая культура имеет в своей основе собственную систему социальных стереотипов, образов и когнитивных схем, а за каждым вербальным знаком стоит фрагмент образа мира данной конкретной культуры» [Янссен-Фесенко, 2013: 70].

Следует отметить, что степень понимания переводчиком содержания исходного текста во многом зависит от вида перевода. В письменном переводе толкование информации исходного текста будет более полным. При конференц-переводе полнота понимания зависит от многих факторов (от темпа и ритма речи автора исходного текста, от длины фрагмента, предъявляемого для перевода, от продолжительности пауз и т.д.), соответственно, уровень полноты понимания может быть ниже [Тарнаева, 2017: 203].

Итак, *понимание* в конференц-переводе возможно определить как процесс восприятия, осмысления и интерпретации исходного высказывания переводчиком с целью его последующего перевода.

К важнейшим психологическим механизмам речевой деятельности переводчика относятся мышление и память. Тесная взаимосвязь памяти и мышления проявляется в том, что наиболее важные мыслительные операции, такие как анализ, синтез, сравнение, обобщение, систематизация, классификация способствуют стимулированию смыслового запоминания переводчика. Данные операции, с одной стороны, позволяют совершать умозаключения о смысле исходного сообщения, логике его развития, а с другой – формулировать мысль на стадии порождения сообщения на языке перевода, прибегая к соответствующим переводческим приемам [Аликина, 2012: 285].

Конференц-перевод требует профессионального переводческого мышления.

Профессиональное мышление переводчика – это интегративное качество специалиста, целостное видение специфического контекста межкультурной коммуникации, включая осознание своей социально-профессиональной функции и комплекса требований, предъявляемых к процессуально-результативным аспектам переводческой деятельности, служащее основанием для организации умственного труда по оптимальному с точки зрения временных и интеллектуальных затрат алгоритму [Наугольных, 2010: 77].

Структура *профессионального мышления* устного переводчика объединяет разные виды мышления, из которых, на наш взгляд, словесно-логическое, аналитическое и интуитивное мышление имеют наибольшее значение в конференц-переводе. Аналитическое мышление необходимо на этапе восприятия и осмысления исходного сообщения с целью отбора информации на основе содержательной важности и понимания логической структуры оригинала. Развитое словесно-логическое мышление позволяет переводчику оперировать понятиями. Именно эти два вида мышления обеспечивают точность, полноту и глубину понимания информации иноязычных текстов [Наугольных, 2010: 76].

Роль интуитивного мышления очевидна, поскольку оно непосредственно участвует в специфически деятельностном когнитивном механизме конференц-перевода – вероятностном прогнозировании. Интуитивное мышление способствует высокому темпу умственной деятельности, благодаря свертыванию или полному опущению промежуточных мыслительных операций [Наугольных, 2010: 76]. Благодаря интуитивному предвосхищению формального и содержательного планов сообщения, переводчик добивается оперативности – отличительному качеству профессионального конференц-перевода.

Сложность обработки исходного текста в процессе понимания определяет особенности работы *памяти* переводчика. Память является абсолютно необходимым когнитивным механизмом речевой деятельности переводчика, особенно специализирующемся на последовательном переводе. Роли рабочей памяти как когнитивной способности переводчика синхрониста уделяется много внимания в

работах зарубежных исследователей (B. Moser, D. Gerver, M. Dillinger, D. Gile, M. Shlesinger). Память характеризуется свойством запечатлевать, хранить и воспроизводить следы прежнего опыта [Тарнаева, 2017: 203]. Обобщенные знания о типах ситуаций и социокультурных контекстах хранятся в памяти в виде фреймов или сценариев. Осуществление процесса конференц-перевода предваряется сопоставлением описываемого в оригинале отрезка реальности с имеющимся в памяти переводчика когнитивным сценарием [Гавриленко, 2016: 10].

В последовательном переводе в условиях острого дефицита времени основное значение отводится оперативной и кратковременной памяти [Гавриленко, 2016: 11]. По замечанию Л. П. Тарнаевой, высокая активность оперативной памяти обусловлена потребностью соотнесения получаемых в процессе перевода знаний с уже существующим запасом знаний, а кратковременная память позволяет сфокусировать внимание на узловых моментах воспринимаемых высказываний [Тарнаева, 2017: 204].

С точки зрения психологии, сигнал, поступивший в оперативную память, хранится от 3 до 30 секунд, при этом объем обрабатываемой информации составляет примерно семь единиц [Андреева, 2007: 20]. В затрудненных условиях конференц-перевода может наблюдаться переполнение оперативной памяти, и, как следствие, потеря части сообщения. Постоянно тренируясь, чтобы расширить объем кратковременной памяти, переводчик стремится структурировать получаемую информацию, преобразуя предложения в компактные элементы – смысловые единицы [Чужакин, 2007: 37].

В последовательном переводе широко практикуется ведение переводческой скорописи, которая рассматривается как разновидность профессиональной фиксации информации с целью снижения нагрузки на оперативную память и создания программы порождения текста перевода [Аликина, 2012: 285].

Долговременная память позволяет хранить разнообразную информацию и фоновые знания о мире неограниченное время. Совершенствование долговременной памяти должно быть направлено на повышение ее ёмкости и оперативности. Ёмкость долговременной памяти в

конференц-переводе предполагает запоминание и хранение обширного вокабуляра, значительного набора (в несколько тысяч единиц) лексико-грамматических соответствий и широких знаний в области экономики, политики, культуры, науки и техники [Андреева, 2007: 20]. Оперативность долговременной памяти подразумевает практически мгновенное извлечение вокабуляра и лексико-грамматических соответствий для осуществления синхронности конференц-перевода.

При переработке словесной информации активизируется словесная память, которая помогает выделить и удержать не только воспринимаемые слова, но и мысли, заключенные в словесном сообщении [Тарнаева, 2017: 203]. Особенность функционирования словесной памяти в ситуациях конференц-перевода проявляется в том, что восприятие и речепорождение происходят на разных языках. Это условие влечет за собой сложный процесс перекодирования информации как на этапе рецептивных, так и на этапе продуктивных речевых действий переводчика [там же].

Работа разных видов памяти в конференц-переводе происходит следующим образом: воспринимаемая информация сначала передается по зрительному и слуховому регистрам, которые распознают сенсорные сигналы. Сенсорные сигналы «отпечатываются» за доли секунды в регистрах, образующих иконическую память [Андреева, 2007: 19]. Затем отпечатки сенсорной информации отправляются в кратковременную память, далее, по мере понимания смыслового сегмента, переходят в оперативную память, и в результате сличения с информацией, хранящейся в долговременной памяти, происходит порождение сообщения на языке перевода [Аликина, 2012: 285].

Таким образом, представленные выше общепсихологические механизмы речевой деятельности – восприятие, осмысление, понимание, мышление и память – играют ключевую роль в процессе декодирования исходного сообщения в жестких условиях конференц-перевода. Интенсивность участия данных когнитивных механизмов в устной переводческой деятельности требует, чтобы они были сформированы у переводчика на самом высоком профессиональном уровне.

### **Литература**

1. Аликина Е. В. Психологическая модель устного последовательного перевода // Современные проблемы науки и образования. Пенза: Издательский дом «Академия Естествознания», 2012. № 6. С. 285.
2. Андреева Н. В. К проблеме разработки психолингвистической модели синхронного перевода // Вестник РГУ им. И. Канта. 2006. Вып. 2. Филологические науки. С. 11–17.
3. Андреева Н. В. Психолингвистические модели функционирования памяти при синхронном переводе // Вестник РГУ им. И. Канта. 2007. Вып. 2. Филологические науки. С. 16–21.
4. Вацковская И. С. Этапы процесса устного последовательного перевода // Мир науки, культуры, образования. № 2 (57) 2016. С. 355–356.
5. Гавриленко Н. Н. Функционирование психологических механизмов в процессе понимания переводчиком иноязычного текста // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2016. № 4. С. 10–12.
6. Ермолович В. И. Проблемы изучения психологических аспектов перевода // Тетради переводчика / под ред. С. Ф. Гончаренко. 1999. Вып. 24. С. 45–62.
7. Злобин А. Н. Перевод в когнитивном формате знания: монография / науч. ред. С. И. Дубинин. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2012. 152 с.
8. Наугольных А. Ю. Профессиональное мышление переводчика как категория дидактики перевода // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. 2010. С. 73–79.
9. Руцкая Е. А. Механизм переключения в процессе формирования информационно-направленных навыков переводческого аудирования // Вестник НГЛУ. Проблемы перевода и переводоведения. Вып. 16. 2011. С. 51–161.

10. Савицкая Л. В. Когнитивный аспект перевода в свете межкультурной коммуникации // Лингвистика и межкультурная коммуникация. Вып. № 10. 2013. С. 114–120.
11. Савчук А. В. Перспективы исследования когнитивных функций устных переводчиков // Актуальные вопросы переводоведения и практики перевода. Международный сборник научных статей. Нижний Новгород, 2018. С. 194–197.
12. Тарнаева Л. П. Психологические механизмы речевой деятельности переводчика: лингводидактический аспект проблемы // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2017. № 6(72): в 3-х ч. Ч. 2. С. 202–205.
13. Фесенко Т. А. Лингвоментальная модель процесса перевода // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. М.: МАКС Пресс, 2001. Вып. 20. С. 58–63.
14. Фурсова И. Н. Когнитивный подход в переводоведении //Lingua mobilis № 6 (45), 2013. С. 66–73.
15. Чужакин А. П., Спирина С. Г. Основы последовательного перевода и переводческой скорописи. М.: Экспримо. 2007. 88 с.
16. Ширяев А. Ф. Синхронный перевод: Деятельность синхронного переводчика и методика преподавания синхронного перевода. М.: Воениздат, 1979. 183 с.
17. Янссен-Фесенко Т. А., Вайгель А. Л. Перевод в структуре ментального пространства: концептуальный подход // Язык и культура. № 4 (24). Томск: Национальный исследовательский Томский государственный университет, 2013. С. 66–76.

## РОЛЬ ЛИЧНОСТИ В ИСТОРИИ И ЛИНГВИСТИКЕ

*С. Ш. Рыткина, М. Ю. Смирнова*

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск*

**Аннотация.** В статье рассматривается восприятие концептуальной оппозиции «индивид – группа» в различные исторические эпохи; прослеживается переход от «группового» к «индивидуальному» в отдельных периодах; выявляются причины, определяющие различную аранжировку коррелируемых концептов и анализируются их языковые репрезентации в русско- и англоязычных картинах мира. Исследование отвечает на вопросы, какова роль личности в истории и как смещение акцентов с «группового» на «индивидуальное» отражается в языке.

**Ключевые слова:** концепт; индивид; группа; картина мира; концептуальная оппозиция; личность.

**Актуальность исследуемой проблемы.** Исследование основывается на анализе языковой репрезентации концептов по русско- и англоязычному корпусам. Анализ языковых средств является инструментом для понимания способов категоризации языковых универсальных концептов, установления культурно-идеографических полей. Актуальность исследования заключается в том, что оно посвящено изучению важных концептов, которые отражают и определяют взаимодействия людей, философские воззрения и моральные принципы в социуме. Взаимоотношения личности и общества определяли направление исторических эпох и коллизий. Любая эпоха, общественный строй начинают с расстановки и балансирования ключевых игроков. Язык немедленно реагирует на все изменения в обществе, поэтому анализ конкретных языковых примеров имеет теоретическую и практическую важность не только для лингвистики, но и истории, а также всего общества.

**Материал и методика исследования.** Материалом для исследования послужили языковые средства реализации оппозиции «личность – группа» и их значимых коррелятов, выявленных путём контролируемого отбора лексических единиц из Национального корпуса русского языка ([ruscorpora.ru](http://ruscorpora.ru)), в том числе параллельного русско-английского корпуса, и национального корпуса английского языка (BNC). Помимо анализа языковой репрезентации концептов, работа основывается на исторической рефлексии, позволяющей проследить ключевые моменты в смещении акцентов с «группового» на «индивидуальное». Теоретической основой исследования явились труды

К. Юнга, Дж. Лакоффа и М. Джонсона, Ф. Фукуямы.

**Результаты исследования и их обсуждение.** Авторы исследования ставили перед собой задачу изучить, какими были взаимоотношения между личностью и группой в истории, задачу ответить на вопрос: личность движет историей, прислушивается и подчиняется «большинству», или «большинство» подчиняет и одобряет? Статья иллюстрирует, как лидирующей становится политика идентичности, самореализации, и как она соотносится с реальной картиной мира, неумолимо отраженной в языке.

«Идеи не возникают из ничего» – так звучит главное положение, сформулированное Дж. Лакоффом и М. Джонсоном в контексте когнитивной теории метафоры [Лакофф, Джонсон, 2004: 23]. Наше мышление, действия и коммуникация управляются концептами, которые формируются под воздействием экстралингвистических и лингвистических факторов. Под «концептом» обычно понимают какое-либо содержание, исторически сформировавшееся и закреплявшееся в коллективном опыте народа. Положения когнитивной теории метафоры подтверждают гипотезу К. Юнга о существовании т. н. «архетипов», выдвинутую в статье «Об архетипах коллективного бессознательного». Архетипы составляют «коллективное бессознательное», имеющее «не индивидуальную, а всеобщую природу» [Юнг, 1991: 105]. Оно противопоставляется «личностной душе» и является идентичным для всех людей, образуя всеобщее основание душевной жизни каждого.

Стоит отметить, что важность идентичности неожиданным образом находит свое обоснование в природе. Разнообра-

зие, основанное на генетическом отклонении и индивидуальной вариации, стало движущей силой эволюции. Согласно

теории естественного отбора, дивергентные признаки сохранялись лучше и со временем давали начало новым видам.

Рис. 1

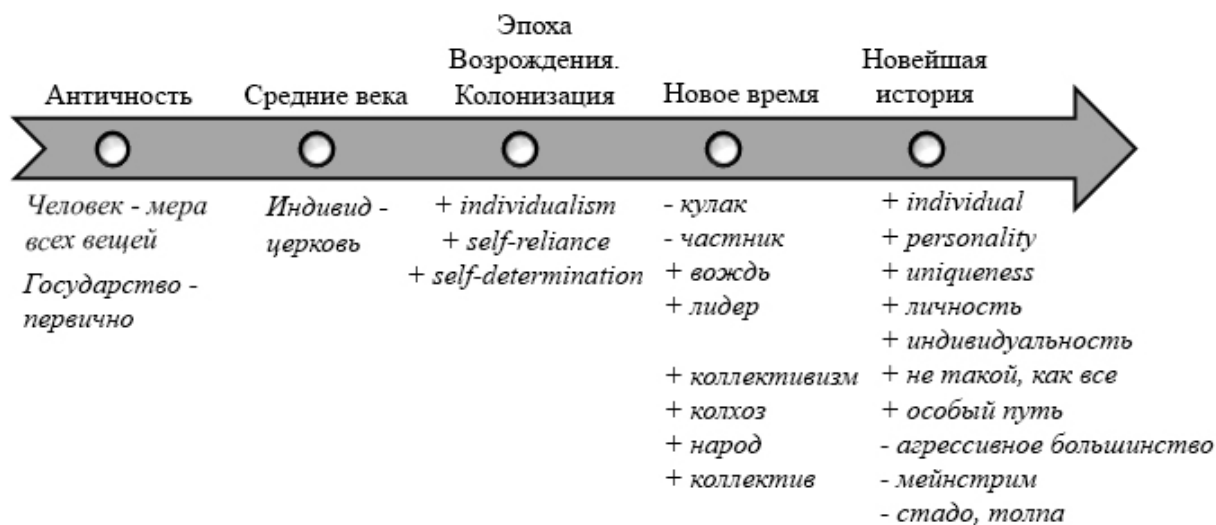


Рис. 1 иллюстрирует изменение отношений внутри концептуальной оппозиции «личность-группа» в каждой из различных исторических эпох, а также её языковую репрезентацию.

Для выявления закономерностей следует обратиться в первую очередь к античной философии, заложившей основы личностно-общественных отношений. Уже тогда человек пытался найти собственное место в мире, задаваясь вопросом: «Кто я такой на самом деле?». Само появление философии в Древней Греции свидетельствует о росте роли личности в обществе, поскольку философы создают свою картину мира и говорят от своего имени. Душу человека – «психе» – было принято разделять на две части: разум и желание. Но Сократ выделил третью часть души – «тимос», которая жаждет признания и уважения человеческого достоинства. Именно эта третья часть души стала основополагающей в сегодняшней политике идентичности.

В средневековой картине мира индивид формировался, по большей части, внутри общины и сословия, поэтому основные черты его мышления и поведения по-прежнему определялись и регулировались природой социума. Спустя семь с лишним столетий после Аристотеля на вопрос о человеческой сущности пытается ответить Августин Блаженный: он видит в нем не только часть Вселенной, но

самобытную, индивидуальную сущность. Однако личность человека должна быть направлена, прежде всего, к Богу. Так, индивидуальная человеческая личность неразрывно связана с социальной средой – церковью. В период масштабной модернизации Европы в XVI-XVII вв. начинает меняться сложившаяся социальная иерархия. «С открытием новых горизонтов вопрос «Кто я?» стал более актуальным, как и восприятие огромной пропасти между внутренней личностью и внешней реальностью» [Фукуяма, 2019: 32].

В Америке значимая переаранжировка концептов происходит с прибытием на материк колонистов. Америка превратилась в настоящий 'melting pot' («плавильный котёл»). В таких условиях представители каждой нации стремились сохранить свою идентичность. Библейская заповедь «все люди – братья» уступила место достижениям отдельного человека, т. н. «джентльмена удачи» / 'filibuster' / 'freebooter', который стремится стать успешным и богатым благодаря труду и самоотдаче. Зарождение американской мечты обратило внимание общества на следующие ценностные понятия: 'individualism' / «индивидуализм», 'self-reliance' / «самодостаточность», 'self-determination' / «самоопределение» [BNC].

Советская эпоха и идеология проповедовали личностные идеалы с некото-

рой иронией. Роль отдельной личности понималась в контексте всего государства: «народ — нуль, в смысле личности, в смысле человека» [НКРЯ]. Поэтому «кулаки»/ 'well-offs', «частники» / 'floggers' и «шабашники» / 'hacks' становились объектами для иронии и насмешек. Концепт «народ» неизменно включал в себя «колхоз» и «коллективизм», используемые в позитивном ключе: «Главное, *коллектив*: ты даже не представляешь, что это за сила!» [НКРЯ]. В Европе советский коллективизм видели как инструмент управления обществом: 'a new social environment in which priority is given to the *collectivity* over the *individual*.' (пер. автора: «новое социальное окружение, в котором *индивиду* подчинялся *коллективизму*») [BNC]. Обычный человек не должен был «отрываться от коллектива», единственной личностью, возвышающейся над коллективом, был лидер, вождь.

В современном мире на смену коллективизму приходит капиталистическая система 'every-man-for-himself' / «каждый сам за себя». Она одобряет амбициозность и т.н. 'glorifyingselfishness' / «прославленную эгоистичность». На первый план выходит 'self-centeredness' / «личная целеустремленность», обесцениваются такие понятия, как 'solidarity' / «солидарность». Сейчас выражение «стать личностью» несет в себе положительные коннотации и считается первостепенной задачей каждого, долгой и непростой, выполнение которой может занять всю жизнь. «Мейнстрим» / 'mainstream', «стадность»/ 'gregariousness' и «толпа»/ 'crowd' губят индивидуальность; эти понятия отмечены отрицательными коннота-

циями и используются в одном контексте с негативной лексикой: «ненавидеть», «бояться отличаться от других», «агрессивное большинство». «Они боятся *отличаться от других*. Мы только стали расцветать, как из нового поколения опять намереваются сделать *стадо*» [НКРЯ].

Характеристика нашей эпохи отражена в выражениях 'to stand out from the crowd' / «выделяться из толпы», 'to go against the flow' / «плыть против течения», 'a statement of individuality' / «выражение индивидуальности», 'uniqueness' / «исключительность», 'personality' / «личность», 'individuality' / «индивидуальность», «не такой, как все» / 'not like anyone else'. Они напоминают нам о важности поиска, раскрытия и сохранения собственной индивидуальности. «Настоящим человеком» считается тот, кто не боится выходить за общественные рамки, который «мог отважиться, не скрывая своих пороков, пристрастий и личных ценностей, выставить на всеобщее обозрение Себя!» [НКРЯ]. В стремительно меняющемся мире есть единственное, что можно и нужно сохранить в целостности, — это наше внутреннее «я». Как писал первый французский философ-экзистенциалист Габриэль Марсель: «Явись людям и себе тем, кто ты есть».

Таким образом, от микроконтекста концепта анализ приводит нас к макроконтексту культуры, к «диалогу веков», в котором слышен большой хор голосов. А общество продолжает жить ожиданием личности, как в Средневековье мессии, который явится людям «тем, кто он есть» и сможет преобразовать мир / 'make a difference to the world'!

### Литература

1. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: пер. с англ. / под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. М.: Едиториал УРСС, 2004. — 256 с.
2. Юнг К. Г. Архетип и символ. М., 1991. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. 11.12.2011. URL: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/4229/4232>.
3. Фукуяма Ф. Идентичность. М.: Альпина Пабlishер, 2019.

### Источники

4. Национальный корпус русского языка URL: <http://www.ruscorpora.ru/new/index.html> (дата обращения: 05.03.20) В тексте - НКРЯ.
5. British National Corpus URL: <https://www.english-corpora.org/bnc/> (дата обращения: 05.03.19). В тексте – BNC.



## ГРАММАТИЧЕСКИЕ ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ АВИАЦИОННОЙ ТЕМАТИКИ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

*И. Н. Соколова, А. Р. Тюрина*

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск*

**Аннотация.** В статье рассматриваются грамматические трудности перевода текстов авиационной тематики. Акцент при анализе технических текстов делается на выявление переводческих трансформаций для англо-русской языковой пары.

**Ключевые слова:** технический перевод, переводческая трансформация, грамматические трудности перевода, авиационные тексты.

Проблема перевода в сфере авиационной тематики, а именно, перевод текстов руководств, документов ICAO, графиков, диаграмм, правил траекторий полета, текстов для диспетчеров и т.п. с английского языка на русский в настоящее время требует более детального изучения. Необходимо отметить, что четкая характеристика языковых особенностей авиационных текстов в научных работах встречается крайне редко. Так, например, учебно-методические пособия, как правило, не включают теоретический материал по переводу текстов данной типологии, а содержат в основном анализ перевода предложений-образцов. Согласно Морозовой М. А., главным признаком текстов авиационной направленности является точное и полное изложение материала при отсутствии стилистических окрасок, свойственных художественной литературе, и при переводе английского авиационного текста переводчик должен точно и полно передать информацию текста оригинала, соблюдая научно-технический стиль языка. Автор считает, что в текстах данной тематики не встречаются такие стилистические приемы, как метафора, метонимия, эпитет и т.д. Морозова М. А. объясняет это тем, что ключевым подходом в переводе данных текстов является упор на логическую, а не на эмоционально-чувственную сторону излагаемого. Морозова М. А. уточняет, что составители текстов авиационной тематики избегают применения выразительных средств, чтобы не нарушить основной принцип научно-технического языка, который заключается в точности и ясности изложения мысли [Морозова, 2005: 3]. Поэтому, как правило, текст данной тематики иногда выглядит суховатым, однако в редких случаях в таких текстах можно наблюдать наличие фразеологических сочетаний, специальной терминологии, заимствований с греческого языка; для них также свойственна префиксация, суффиксация и словосложение.

За основу описываемого исследования, направленного на выявление в первую очередь грамматических особенностей перевода текстов авиационной тематики взяты тексты таких авиационных документов, как руководство по навигации, основанной на навигационных характеристиках (PBN), ИКАО «Air Traffic Management» (Doc. 4444); тексты, размещенные на официальном сайте компании Волга-Днепр; авиакомпании «Аэрофлот»; нидерландской авиакомпании «KLM».

В ходе исследования согласно классификации В. Н. Комиссарова было проанализировано 500 примеров грамматических трансформаций, 265 – морфологических, и 235 примеров синтаксических трансформаций. Что касается синтаксических трансформаций, то процент их использования в незначительной степени ниже процента использования морфологических трансформаций. Было найдено 173 примера замен одной части речи на другую и 92 примера замен словоформ. Следует отметить, что замена одной части речи на другую в переводе используется в текстах авиационной тематики чаще всего, следовательно, замена словоформ – значительно реже. В большей степени замена словоформ и частей речи выявлена в переводе документации ICAO и руководства на основе навигационных характеристик PBN. Можно выделить следующие типы замен частей речи: замена имени прилагательного на имя существительное, имени прилагательного на глагол, причастия на глагол, имени существительного на глагол. Рассмотрим данные типы замен на следующих примерах:

- имя прилагательное на имя существительное:

*«For ordering information and for a complete listing of sales agents and booksellers, please go to the ICAO website at [www.icao.int](http://www.icao.int)».*

«Информация о порядке оформления заказов и полный список агентов по продаже и книготорговых фирм размещены на веб-сайте ИКАО www.icao.int» (PBN Doc. 9613).

- Имя прилагательное на глагол:

*«Within an airspace concept, PBN requirements will be affected by the communication, surveillance and ATM environments, the navaid infrastructure, and the functional and operational capabilities needed to meet the ATM application ».*

*«В рамках концепции воздушного пространства требования PBN будут зависеть от средств связи, наблюдения и мер ОрВД, инфраструктуры навигационных средств, а также функциональных и эксплуатационных возможностей, необходимых для соблюдения применяемого процесса ОрВД»* (PBN Doc.9613).

- Причастие на глагол:

1. *«Amendments are announced in the supplements to the Catalogue of ICAO Publications.»*

*«Об издании поправок сообщается в дополнениях к Каталогу изданий ИКАО»* (PBN Doc. 9613).

2. *«A specific RNAV system was identified and its performance was evaluated through a combination of analysis and flight testing».*

*«Определялась конкретная система RNAV и посредством анализа и летных испытаний производилась оценка ее характеристик»* (PBN Doc. 9613).

3. *«These «new» system were developed, evaluated and certified».*

*«Эти «новые» системы разрабатывались, оценивались и сертифицировались»* (PBN Doc. 9613).

- Наречие на имя существительное:

*«These applications could potentially be expanded to provide guidance for ground movement operations».*

*«Эти процессы в потенциале могут быть расширены с целью обеспечения управления наземными операциями»* (PBN Doc. 9613).

- Имя существительное на глагол:

*«..this manual supports those responsible for assessing whether an application can use an existing navigation specification for implementation».*

*«..данное руководство помогает ответственным за эти вопросы специалистам определить, можно ли реализовать данный прикладной процесс с*

*использованием существующей навигационной спецификации»* (PBN Doc. 9613).

В процессе исследования было найдено 20 примеров замен имени прилагательного на имя существительное, 35 примеров замен имени прилагательного на глагол, 83 примера замен имени прилагательного на глагол, 35 примеров замен имени существительного на глагол. Таким образом, частотность использования замен имени прилагательного на глагол стоит на первом месте. На втором месте по использованию находятся замены имени прилагательного на имя существительное и замена имени существительного на глагол. Следует отметить, что процент их использования одинаков. На третьем месте находится использование замен имени прилагательного на имя существительное.

Анализируя замены частей речи, можно также сделать выводы о том, что, во-первых, значение слова не зависит от его словообразования (суффикса, приставки, окончания), а в полной мере зависит от контекста.

Проанализируем примеры использования такой грамматической замены, как замены словоформ. Можно выделить следующие типы словоформ: замена словоформ в именах существительных, замена словоформ в именах прилагательных, замена словоформ в глаголах. Рассмотрим данные типы на следующих примерах:

- В именах существительных:

*«States and international organizations should take particular note of the Explanation of Terms and to Chapter 1, Part A, of Volume I of this manual».*

*«Государствам и международным организациям следует обратить особое внимание на раздел "Объяснение терминов" и часть А главы 1 тома I настоящего руководства»* (PBN Doc. 9613).

При дословном переводе выражение «states and international organizations» переводится как «государства и международные организации». В процессе перевода именительный падеж меняется на родительные падеж, что говорит о замене словоформы. В данном контексте меняется окончание.

- В именах прилагательных:

*«This twin-jet aircraft is an earlier version of the Airbus A330-200 but was added to our fleet after the -200».*

«Этот двухдвигательный реактивный самолет представляет собой раннюю версию Airbus A330-200, но был добавлен в парк после -200» (текст с официального сайта KLM).

В данном контексте происходит замена фразы «ранняя версия» на «раннюю версию». Меняется окончание и падеж данного имени существительного.

- В глаголах:

1. «*It was proposed that a specified type of RNP should define the navigation performance of all users within the airspace to be commensurate with the navigation capability available within the airspace*».

«Было предложено, чтобы указанный тип RNP определял соответствие навигационных характеристик всех пользователей в пределах данного воздушного пространства навигационным возможностям, имеющимся в пределах данного воздушного пространства» (выявлен из ICAO Doc. 9613).

В ходе трансформации инфинитив глагола сменился на глагол в прошедшем времени, и произошла замена суффикса на окончание.

2. «*To avoid such prescriptive specifications of requirements, this manual introduces an alternative method for defining equipage requirements by specifying the performance requirements*».

«Для того чтобы избежать таких предписывающих требований, в настоящем руководстве предлагается альтернативный метод определения требований к оборудованию путем установления требований к характеристикам» (PBN Doc.9613).

По правилам грамматики в данном примере «introduces» должно переводиться как «представляет», но в ходе трансформации в основу данного предложения добавляется суффикс -ся: «предлагается».

3. «*Operators then evaluate options in respect of available technology and navigation services, which could allow the requirements to be met*».

«Эксплуатанты затем рассматривают различные варианты с учетом имеющихся технических средств и навигационного обслуживания, которые позволили бы обеспечить соблюдение данных требований» (Doc. 9613).

В данном контексте фраза «could allow» переводится как «мог позволить», но в ходе трансформаций происходит замена инфинитива глагола на прошедшее время глагола: «позволили бы».

В ходе исследования было обнаружено 30 примеров замен словоформ в имени существительном, 16 примеров замен словоформ в имени прилагательном, 46 примеров замен словоформ в глаголе. Таким образом, замены словоформ глаголов встречаются чаще всего, на втором месте в использовании замен словоформ стоит использование имен существительных, реже всего используется замена словоформ имен прилагательных. При осуществлении данной трансформации происходит замена окончания. В большинстве случаев к основе слова добавляется суффикс. Частое использование словоформ можно встретить в заменах глаголов, так как глаголы богаты различной грамматической структурой, которая часто меняется в зависимости от контекста. Следует отметить, что грамматическая замена делится на замену словоформ и замену одной части речи на другую. Как правило, замена частей речи встречается чаще в связи с многогранным использованием синтаксических использований в структуре предложения.

Суммируя результаты, полученные в ходе исследования переводческих трансформаций, можно сделать вывод о том, что чаще всего авторы прибегают к использованию переводческих, в частности, грамматических трансформаций для придания многообразия и красочности текстам авиационной тематики. А полученные статистические данные позволяют сделать вывод о том, что закономерность употребления грамматических трансформаций полностью зависит от типа подачи текста. В ходе применения грамматических трансформаций при переводе авиационных текстов с английского языка на русский меняется структура слов и предложений. Это связано с тем, что английский и русский язык – это разноразличные языки, у которых свой морфологический, лексический и грамматический строй. Кроме этого, у английского и русского языка разные синтаксические структуры.

#### Литература

1. Морозова М. А. Особенность технического перевода научных текстов авиационной тематики. Ульяновск, 2005. 27 с.

## ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ С РУССКОГО НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК (на материале рекламы Ульяновской области)\*

**В. В. Шнырикова, Ю. Г. Алексеев**

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск*

**Аннотация.** В статье рассматриваются понятие и виды рекламы, дается характеристика лексическим особенностям рекламного текста, изучается проблема перевода рекламных текстов, выявляются лексические особенности русскоязычной наружной рекламы Ульяновской области и способы их перевода на английский язык, проводится статистический анализ использованных переводческих трансформаций.

**Ключевые слова:** рекламный текст; перевод; наружная реклама; лексические особенности рекламного текста; переводческие трансформации.

Реклама сегодня окружает каждого человека и на улице, и на магазине, и дома, и на работе. При этом рекламируются продукты, произведенные в разных странах. Следовательно, рекламные компании данных продуктов за рубежом требуют эквивалентного и адекватного перевода, чтобы оказать то же воздействие на реципиентов переведенной рекламы, что и на реципиентов оригинала.

Целью данной работы явился анализ лексических особенностей перевода с русского языка на английский язык наружной рекламы г. Ульяновска и Ульяновской области в рамках группового проекта «Прагматические особенности перевода рекламного текста (на материале рекламы Ульяновской области)», входящего в Банк проектов УлГУ [Банк проектов УлГУ [https://www.ulsu.ru/ru/page/page\\_3630](https://www.ulsu.ru/ru/page/page_3630)]. В группе студентов, задействованных в проекте, было проведено практическое занятие по переводу рекламных текстов, что явилось своего рода консультацией перед выполнением студентами своей части задания проекта [Алексеев, 2020]. В ходе занятия была уточнена методика работы, принципы отбора теоретического и практического материала, ход практического анализа, требования к представлению результатов и т.д.

В задачи данного исследования входило рассмотреть понятие и виды рекламы, охарактеризовать лексические особенности рекламного текста, изучить проблему перевода рекламных текстов, выявить лексические особенности Ульянов-

ской наружной рекламы и способы их перевода, провести статистический анализ переводческих трансформаций, использованных для перевода наружной рекламы на английский язык. Материалом исследования послужило 40 текстов наружной рекламы, размещенной в Ульяновской области.

Понятие «рекламный текст» многозначно и зависит, прежде всего, от той области, в рамках которой он исследуется. Его определение может отличаться в зависимости от аспекта его рассмотрения, например, социального [Савельева, 2006: 21], коммуникативного [Соловьева, 2014: 40; Ткаченко, Красноярова, 2013: 265] и др. Так, в маркетинге реклама – это вид бизнеса, направленный на одностороннее воздействие на потребителя. С этого ракурса реклама – это «сложная форма общения, взаимодействия и взаимовлияния людей, в результате которого они приобретают некие средства для последующей коммуникации с другими людьми, представителями так называемых референтных групп» [Аникаева, 2011: 190].

Рекламный текст с точки зрения лингвистики определяется следующим образом: «коммуникативная единица, используемая в сфере маркетинговой коммуникации, имеющая в структуре формальный признак – один или несколько компонентов бренда и/или рекламные реквизиты и отличающаяся семантической совокупностью вербально и невербально выраженного смысла» [Фещенко, 2012: 16].

\* Работа выполнена в рамках группового проекта «Прагматические особенности перевода рекламного текста (на материале рекламы Ульяновской области)», входящего в Банк проектов УлГУ (Банк проектов УлГУ [https://www.ulsu.ru/ru/page/page\\_3630](https://www.ulsu.ru/ru/page/page_3630)).

Доминирующей функцией рекламного текста является воздействие на потенциального покупателя. Следовательно, реклама имеет три коммуникативные цели: предупредить, призвать и привлечь внимание реципиента [Солодовникова, 2011: 35]. Для выполнения данных целей реклама ставит перед собой задачи помочь покупателю в правильном восприятии рекламы, вызвать в нем интерес к рекламируемому продукту, указать на его преимущества перед другими однотипными продуктами, раскрыть его отличительные свойства, популяризировать бренд, помочь реципиенту запомнить продукт, а также мотивировать реципиента на покупку рекламируемого товара или услуги [Воробьев, 1988: 58]. Для достижения данных задач используются разнообразные языковые средства, включая и всю совокупность лексических особенностей рекламного текста.

В научной литературе приводится большое количество разных классификаций рекламных текстов, построенных на основе различных аспектов. В основу классификации рекламного текста в зависимости от рекламируемого объекта положен предмет рекламы, т.е. его товар, услуга, идея, личность, территория и т.д. В зависимости от рекламируемого объекта реклама подразделяется на шесть основных типов [Васильев, Поляков, 2004: 23], одним из которых является потребительская реклама, рассчитанная на товары потребления широкими массами, где выделяются различные группы рекламируемых товаров, например, косметика, одежда, автомобили, т.е. любой предмет или услуга, на которые направлен рекламный текст [Баскакова, Буйновская, 2015: 196].

Самой распространенной классификацией рекламного текста в зависимости от типа рекламоносителя является деление всех рекламных текстов на два типа: традиционная реклама / Above-the-line и нетрадиционная реклама / Below-the-line. К традиционным рекламным текстам относят рекламу в прессе), на радио, телевидении, в кино, а также наружную рекламу и рекламу на транспорте. Нетрадиционным типом рекламоносителя сегодня считается особая рекламная литература (листовки, брошюры, каталоги, еженедельники, прайс-листы, бланки заказов), оформление мест торговли (ви-

деозкраны, надписи на городских объектах, демонстрационные стенды, наклейки, салфетки в ресторанах и т.д.), печатная продукция (календари, игральные карты, расписание транспорта), печать на одежде (на футболках, майках, кепках, обуви), книжная реклама (обложки, вкладыши, закладки), подарки и упаковки (ручки, ножи, канцтовары, пакеты и сумки) [Васильев, Поляков, 2004: 22].

Для данного исследования важна также более узкая классификация рекламы по носителю информации. Согласно данному критерию выделяются следующие виды рекламы: 1) наружная реклама (щит, панель, баннер, реклама на транспорте, растяжка и др.); 2) радиореклама; 3) интернет-реклама (баннер, текстовая реклама, вирусная реклама, контекстная реклама); 4) печатная реклама (текстовая, модульная, рубричная реклама, листовка, плакат, буклет, проспект, каталог и др.); 5) телевизионная реклама [Чабанюк, 2013].

Согласно другой классификации по типу рекламоносителя, выделяется четыре основных вида рекламных текстов: 1. Вербальный рекламный текст. 2. Вербально-визуальный рекламный текст. 3. Аудио-вербальный рекламный текст. 4. Мультимедийный рекламный текст (или аудио-вербально-визуальный) [Фещенко, 2003]. Следовательно, в данной работе в качестве материала исследования используется вербально-визуальный рекламный текст.

Исходя из вышеизложенного, можно сказать, что особенности перевода рекламного текста зависят как от самого понимания рекламы и аспекта ее рассмотрения, от функции, выполняемой рекламным текстом, и от типа рекламы.

Рекламный текст имеет отличительные языковые особенности на каждом языковом уровне. В данной работе нас больше интересуют особенности выбора лексики для построения рекламного текста и, соответственно, сложность их перевода с одного языка на другой.

Как отмечает С.Н. Должилова, подача рекламного текста напоминает телеграфный стиль. С одной стороны, здесь присутствует четкая, просто изложенная информация о свойствах и качествах рекламируемого товара. С другой стороны, в простых и лаконичных выражениях сочетаются свежесть, необычность информа-

ции, большая выразительность и новизна лексических единиц [Должикова, 2009: 136]. Главными лексическими особенностями рекламного текста является фон нейтральной лексики и использование на ее фоне терминов, разговорной лексики, неологизмов, заимствований, разнообразных стилистических средств привлечения внимания потенциального покупателя.

В отличие от перевода других жанров текста, перевод рекламного текста требует решения не только чисто языковых проблем, заключающихся в типологических различиях между русским и английским языками. Переводчик рекламного текста должен передать все художественно-эстетические особенности оригинального рекламного текста, отразить значимые языковые средства, перенести коммуникативную направленность оригинала в переводной текст.

Другими двумя стратегиями перевода, которые необходимо применять при переводе рекламных текстов, являются адекватный и эквивалентный перевод. Адекватный перевод всегда соответствует оригиналу и выражает ту же коммуникативную задачу и жанрово-стилистические особенности, что и текста оригинала. Что касается эквивалентного перевода, он осуществляется на уровне, необходимом и достаточном для передачи неизменного плана содержания при соблюдении норм переводящего языка [Бархударов, 2008: 184].

Всего в данной работе проанализировано 40 примеров наружной рекламы, в которых выявлено 92 различных лексических особенностей, которые требуют использования разнообразных переводческих трансформаций для достижения эквивалентности перевода.

Прежде всего, отметим обилие имен собственных в Ульяновской рекламе, которые требуют особого подхода при переводе на английский язык. Имена собственные чаще всего представлены названиями рекламируемых организаций или товаров. При переводе на английский язык наименований рекламируемых объектов используются чаще всего два способа перевода: транскрипция / транслитерация или трансплантация. Транскрипция и транслитерация представляют собой «способы перевода лексической единицы оригинала путем воссоздания ее

формы с помощью букв ПЯ» [Дубкова, Колышкина, 2017: 23]. Данные способы перевода используются для перевода названий рекламируемых организаций и продуктов, даже если они построены на основе нарицательных существительных. Например: **Самолёт. Жаркая летняя распродажа.** – **Samolyot. It's a hot summer sale.** Название компании *Самолёт* в русском языке имеет семантическое наполнение, в отличие от обычных личных имен. Значение данной лексемы: «летающий аппарат тяжелее воздуха с двигателем и неподвижными крыльями» [Ефремова, 2000]. Однако поскольку это слово выступает в качестве названия компании, его следует переводить транскрипцией, а не передавать словарным эквивалентом (например, *plane*).

Также посредством транскрипции и транслитерации передаются рекламные названия, которые в русском языке являются заимствованиями из английского языка, что сегодня очень популярно в российской рекламе. Например: **Бьюти-мед. Центр медицины и косметологии.** – **Beautymed. Centre of medicine and cosmetology.** Название медицинского центра *Бьютимед* состоит из двух компонентов. Первый компонент *бьюти* заимствован из английского языка (*beauty* – красота). Второй компонент является сокращением от слова *медицина*, которое является интернационализмом и имеет схожую орфографию и произношение в английском языке (*medicine*). Таким образом, посредством транскрипции есть возможность полностью передать орфографию и фонетические особенности имени собственного.

Трансплантация как способ перевода представляет собой «механический перенос инокультурной лексической единицы без каких-либо изменений из текста оригинала в текст перевода» [Ролина, 2009: 9]. В результате трансплантации в языке перевода образуется иноязычное вкрапление, т.е. слово на иностранном языке. Посредством трансплантации при переводе наружной рекламы на английский язык передаются те названия, которые в русском языке являются иноязычными вкраплениями (чаще всего из английского языка). Например: **terem. INTERIOR DOORS. Больше, чем просто двери.** – **terem. INTERIOR DOORS. It's more than just doors.** Название реклами-

руемой компании и продукции в Ульяновской наружной рекламе приводится на английском языке. Следовательно, при переводе данной рекламы на английский язык не нужно использовать каких-либо преобразований, а, напротив, оставлять название в неизменном виде.

Также трансплантации подвергаются известные международные продукты и компании, названия которых встречаются в анализируемой наружной рекламе: *Скоро открытие. 99 р. KFC – Opening soon. 99 rubles. KFC.*

Для отдельных имен собственных, присутствующих в Ульяновской наружной рекламе, необходимо применение калькирования. Калькирование как переводческая трансформация представляет собой «способ перевода лексической единицы оригинала путем замены ее составных частей морфем или слов (в случае устойчивых словосочетаний) их лексическими соответствиями в переводящем языке» [Казакова, 2006: 88]. Однако в рамках переведенного материала калькированию подверглось только одно название: *Щелкунчик. Все для волшебства рядом. 74 миллиона призов. Magnit. – Nutcracker. Everything for near magic. 74 millions of prizes. Magnit.* «Щелкунчик» – это название фильма, анонс которого используется в рекламе продуктового супермаркета «Магнит» в наружной рекламе. Поскольку персонаж Щелкунчик, как и многочисленные адаптации художественного произведения с этим персонажем, широко известен во всем мире, в переводе на английский язык необходимо использовать уже устоявшийся калькированный эквивалент слова. В данном случае, это слово *Nutcracker*.

В некоторых случаях для перевода имен собственных в наружной рекламе требуется использование полукальки, т.е. сочетания калькирования и транскрипции / транслитерации. Чаще всего это требуется для составных наименований. Например: *Магнит семейный. Время жарить! Скидка 10% НА ВСЕ мясо, рыбу и птицу. Пятница, суббота, воскресенье. – Family Magnit. It's barbecue time! 10% off on EVERYTHING: meat, fish and poultry. Friday, Saturday, Sunday.*

В одном примере наружной рекламы в качестве имен собственных используются многокомпонентные названия государственных учреждений. При их перево-

де на английский язык требуется перестановка – такая переводческая трансформация, которая представляет собой «перемещение компонентов» [Гарбовский, 2004: 372]. Например: *Управление Росгвардии по Ульяновской области и Правительство Ульяновской области, Управление вневедомственной охраны ВНГ России по Ульяновской области гарантирует надежную защиту: - объектов всех форм собственности, - личного имущества граждан (квартира, дом, гараж) – Ulyanovsk Region Directorate of Federal National Guard Troops Service and Ulyanovsk Region Government, Ulyanovsk Region Extradepartmental Protection Directorate guarantees the solid security of: - the objects of property of all forms, - private property of people (an apartment, a house, a garage).*

Перестановка компонентов названий происходит как при включении региона в название (в английском языке принято ставить название географического места в начало названия, в от время как в русском языке используется предложное дополнение), так и в самом названии государственного ведомства: *Управление ... охраны – Protection directorate.* В некоторых названиях также требуется развертывание, т.е. «добавление в него дополнительных элементов» [Казакова, 2006: 93]. Это связано с тем, что для названий данных ведомств в лексикографических источниках предлагается устоявшийся эквивалент, который используется при переводе.

Далее отметим генерализацию, которая потребовалась для перевода одного имени собственного в проанализированном материале: *Hyundai Tucson в Авторай-Заволжье. 10000 р/мес. КАСКО в подарок. - Hyundai Tucson in Autoparadise-Volga. 10000 rubles per month. Vehicle insurance as a gift.* Генерализация – это «лексико-семантическая замена единицы ИЯ, имеющей более узкое значение, единицей ПЯ с более широким значением» [Губская, 2011: 118]. В приведенном примере генерализации подвергается имя собственное *КАСКО* (Комплексное Автомобильное Страхование, Кроме Ответственности). Это русская реалия, которая не существует в англоязычной культуре. Следовательно, носители английского языка не поймут данное имя собственное, переведенное посредством транскрипции

или калькирования его полной формы. Сделан вывод, что в данном случае лучше перевести это имя собственное при помощи генерализации, т.е. использовать в переводе рекламы на английский язык более общее понятие: *Vehicle insurance* – автомобильное страхование.

Помимо имен собственных, некоторую проблему при переводе могут представлять нейтральные лексические единицы, наиболее характерные для рекламного текста. Они используются в большинстве реклам, исходя из назначения текста – привлечь покупателя, рассказать о главных особенностях рекламируемого товара. Чаще всего для перевода таких лексем используется словарный эквивалент, т.е. «постоянное равнозначное соответствие, как правило, не зависящее от контекста» [Рецкер, 2007: 13]. Например: *скидка 10% - 10% off, новая коллекция - new collection*.

В некоторых случаях для перевода лексических единиц, распространенных в рекламных текстах, требуется грамматическая переводческая трансформация – грамматическая замена, т.е. замена лексической единицы одной части речи на эквивалентную лексическую единицу другой части речи в переводе. Например: *Проводим лето с пользой. Spartak. - Let's summer **productively**. Spartak*. В оригинале в данном рекламном сообщении применяется существительное *польза*, которое на английский язык переведено при помощи наречия *productively* с аналогичным значением.

В анализируемой Ульяновской наружной рекламе используется много терминов разных сфер. Применение терминологии в рекламе обусловлено информационной функцией рекламы, которая должна показать главные преимущества предлагаемого товара. Термины чаще всего передаются их словарными эквивалентами, например: *Стальные кровли и фасады. Металл Профиль Дилер. №1 в мире по производству стальных кровель и фасадов - Iron **covering and fronts**. Metal Profile Dealer. Number 1 in the world on the production of iron covering and fronts*.

Наибольший интерес представляют те лексические особенности рекламного текста, которые выполняют не информационную функцию, как вышеперечисленные средства, а воздействующую функцию. Такие лексические средства более

сложны в переводе, поскольку требуется сохранить их функцию и эффект на реципиента рекламы в переводном рекламном тексте.

Прежде всего, отметим особенности перевода многозначных слов. В Ульяновской наружной рекламе лексические единицы часто используются не в прямом, а в переносном значении, что привлекает внимание потенциального покупателя и заставляет его запомнить рекламу. Для перевода такой лексики лучше всего подходит контекстуальная замена, которая представляет собой «нерегулярный, исключительный способ перевода единицы оригинала, пригодный лишь для данного контекста» [Казакова, 2000: 89]. Например: *Магнит семейный. Время жарить! Скидка 10% НА ВСЕ мясо, рыбу и птицу. Пятница, суббота, воскресенье. – Family Magnit. It's **barbeque** time! 10% off on EVERYTHING: meat, fish and poultry. Friday, Saturday, Sunday* (Пример 2). Слово *жарить* здесь используется для отражения шашлычного периода – лета. В английском языке для обозначения шашлыка используется слово *barbeque*. Поэтому глагол *жарить* лучше всего заменить на данную лексему, чтобы достичь того же эффекта в переведенной рекламе.

Иногда для перевода многозначной лексики требуется компенсация – «замена непередаваемого элемента подлинника элементом иного порядка в соответствии с общим идейно-художественным характером подлинника» [Рецкер, 2007: 58]. Например: *Водомир. Сантехническое оборудование. 33 Пора менять сантехника/у. Рады вам **ежедневно**. – Vodomir. Plumbing equipment. It's time for a new plumber/ing. We are glad for you **Monday to Sunday*** (Пример 8). Слово *ежедневно* здесь используется не только для отражения значения «повседневно, буднично, обыденно» [Ефремова 2000], но и как намек на график работы магазина. С нашей точки зрения, второе значение является главенствующим в данной рекламе. Следовательно, его необходимо передать в переводе в первую очередь. В связи с этим использовалась компенсация потерь и добавлено словосочетание *Monday to Sunday*.

Наиболее сложным для перевода рекламы является перевод игры слов. Игра слов – это «стилистический оборот речи или миниатюру определенного ав-



тора, основанные на комическом использовании одинакового звучания слов или групп слов, либо разных значений одного и того же слова и словосочетания [...] это большей частью игра на несоответствии между привычным звучанием и непривычным значением» [Влахов, Флорин, 2012: 288].

Для перевода игры слов чаще всего используется компенсация, поскольку сохранить и содержание, и лексику, составляющую игру слов, в английском языке практически невозможно без потерь, приведем примеры использования компенсации: *Осень выгодно. Мегафон. – Autup-timally beneficial. Megafon.* Игра слова в данной рекламе заключается в использовании слова *осень*, которое также отсылает к созвучному слову *очень* (выгодно). Чтобы передать эту игру слов, можно связать два английских слова, основываясь на переводе главного компонента игры слов *осень* (*autumn*) и добавить слово с созвучным компонентом (*optimally*). С нашей точки зрения, такой способ перевода позволил сохранить игру слов в переводе на английский язык.

*Авто с пробегом. Выбирай люБУЮ. от 30000 руб. Авторай. – Used cars. ChoUSE any car. 30000 and more. Autoparadise.* В этом случае игра слов основывается на выделении нескольких букв в слове, которые имеют свое значение: *БУ* (т.е. бывший в употреблении). В английском языке невозможно построить аналогичную игру слов с такими же компонентами. Поэтому здесь использована компенсация, чтобы сохранить способ создания игры слов (слияние слова *choose* – выбирай и *used* – бывший в употреблении).

В некоторых случаях игра слов основывается на российских реалиях, в связи с чем сохранить ее в переводе на английский язык не удалось: *Кровати / матрасы, зеркала. 2 этаж. Почувствуй нашу гарантию. – Beds / mattresses, mirrors. 2 floor. Feel our guaranty.* Игра слов в оригинальном рекламном тексте основывается на трансформации известного слогана телевизионного канала «Почувствуй нашу любовь» с изменением последнего компонента. В англоязычных странах данный слоган не известен. Следовательно, игра слов передана калькированием, однако сущность обыгрывания в переводе исчезла, поскольку она все

равно будет непонятна англоязычным реципиентам рекламы.

В следующей наружной рекламе игра слов основывается на фразеологизме: *Раздача лещей по средам. Сеть фирменных магазинов и баров. Аббатское. – Fishing expedition every Wednesday. Brand shops and bars chain. Abbatskoe.* В современном русском языке вырывание *дать леща* используется как фразеологизм с разговорной коннотацией со значением «сильно ударить ладонью, толкнуть кого-либо». Игра слов основывается на столкновении прямого значения словосочетания (раздавать рыбу, возможно, бесплатно) и фразеологического значения. В переводе на английский язык подбирается фразеологизм с компонентом *fish* (рыба), чтобы как можно ближе передать значение фразеологизма в русской рекламе. *Fishing expedition* также можно понимать как в прямом, так и в переносном значении. Фразеологическое значение выражения: увеселительная прогулка.

Довольно сложным для передачи на английский язык при переводе наружной рекламы является сохранение рифмы. Поэтому рифма передается нами при помощи компенсации: *METRO. Новый год от и до! – METRO. New Year only pro!* В данном случае для сохранения рифмы пришлось изменить концовку рекламы. Однако общий посыл рекламного сообщения, на наш взгляд, удалось сохранить.

Также компенсация используется при переводе созвучий, на основе которых создается рекламный текст. Например: *Живи реальной жизнью! Откажись от наркотиков! Трезвый взгляд на жизнь. – Live a real life! Give up drugs! Sober view of things.* Созвучие слов *живи* и *жизнь* воссоздается в переводе эквивалентами данных слов: *live – life*.

В некоторых случаях появление интернациональных слов в созвучии упрощает процесс перевода, как в следующем примере: *Мастер новогодних подарков. Sportmaster.ru. – Master of New Year gifts. Sportmaster.ru.* Созвучие названия рекламируемого магазина и слова *мастер* довольно легко сохраняется в переводе, поскольку в английском языке также есть слово *master*.

Также отметим проблему перевода метафоры. Метафора присутствует в следующем рекламном сообщении: *Ком-*

**мунизм – знамя Человечности.** – *Communism is the flag of humanity.* Метафора, которая основывается на переносе семантики слова *знамя* на абстрактное существительное *человечность*, передается нами за счет калькирования. С нашей точки зрения, метафора полностью сохранена в переводе на английский язык.

В некоторых случаях лексические единицы в наружной рекламе организованы особым способом, чтобы достичь запоминаемости рекламы реципиентами. Например, отметим присутствие параллелизма – связи между отдельными образами, мотивами и т.п. в произведении речи, выражающаяся в одинаковом расположении сходных элементов» [Ахманова, 2012: 311]. Данный прием передается

за счет калькирования: *Землю - народу! Спорт - молодежи! Автовладельцам - народный гараж! За пределами двора.* – *Land is for people. Sports is for youth. People's garage is for car owners! Beyond the yard.*

Таким образом, среди лексических особенностей Ульяновской наружной рекламы выделено использование имен собственных, особых лексических единиц рекламного текста, многозначных лексем, терминов, игры слов, рифмы, созвучия, метафоры и параллелизма. Каждая из лексических особенностей требует особого подхода при переводе на английский язык, исходя из ее назначения в каждом отдельно взятом контексте.

**Таблица. Количество переводческих трансформаций, использованных для перевода наружной рекламы с русского на английский язык**

Трансформация	Количество использований	Процентное соотношение
Словарный эквивалент	28	30,4%
Транскрипция	25	27,2%
Трансплантация	11	11,9%
Калькирование / полукалька	11	11,9%
Компенсация	9	9,8%
Перестановка	3	3,3%
Контекстуальная замена	3	3,3%
Генерализация	1	1,1%
Грамматическая замена	1	1,1%
Общее количество	92	100%

Согласно количественному подсчету, чаще всего при переводе Ульяновской наружной рекламы использовался словарный эквивалент (30,4 %). С его помощью передается доминирующая рекламная лексика (*распродажа - sale*), многозначные слова (*залей - water*) и термины (*эхолот - depth recorder*).

На втором месте по частотности использования при переводе русской рекламы на английский язык находится транскрипция и транслитерация (27,2 %). Данные переводческие трансформации используются при переводе имен собственных (*Мегафон - Megaphon*), доминирующей рекламной лексики (*покупка - purchase*), терминов (*спа - spa*), игры слов (*Шэрь. Стримь. Сторь - Share. Stream. Story*), созвучий (*Мастер Sportmaster – Master Sportmaster*).

Третье место по частотности использования при переводе наружной рекламы с русского на английский язык делят каль-

кирование и полукалька (11,9 %) и трансплантация (11,9 %). Калькирование и полукалька используются повсеместно для перевода имен собственных (*Авторай - Autorparadise*), терминов (*сантехническое оборудование - plumbing equipment*) и т.п. Иноязычное вкрапление используются только для перевода отдельных имен собственных (*Galaxy A6 - Galaxy A6*).

В 9,8 процентах случаев при переводе рекламных текстов с русского на английский язык используется компенсация, в частности, для передачи многозначных лексем (*ежедневно - Monday to Sunday*), игры слов (*выбирай люБУю - choUSE any car*), рифмы (*за мечтой вперед! Улём! - Let's fly for our dream. Wicked!*) и созвучий (*живи реальной жизнью - live a real life*).

Контекстуальная замена используется в трех случаях (3,3 %) для перевода многозначной лексики. Перестановка также используется 3 раза для передачи имен собственных (3,3 %). Лишь едино-

жды используется генерализация для передачи имени собственного и грамматическая замена для перевода доминирующей рекламной лексики.

Таким образом, в ходе проведения исследования рассмотрена реклама с лингвистической точки зрения, под которой понимается коммуникативная единица, используемая в сфере маркетинговой коммуникации, имеющая в структуре формальный признак – один или несколько компонентов бренда и/или рекламные реквизиты и отличающаяся семантической совокупностью вербально и невербально выраженного смысла. Характерными особенностями рекламного текста являются отсутствие обратной связи, полифункциональность, но главенствующие информационная и воздействующая функции, множество типологий.

Согласно приведенным в работе классификациям, в данной работе проанализирована потребительская реклама (согласно классификации по рекламируемому объекту), наружная реклама (в классификации по носителю информации) и традиционная и нетрадиционная реклама (плакаты, надписи на городских объектах, транспорте, вывески и т.п.). В зависимости от типа рекламодателя анализируемая в данной работе реклама относится к вербально-визуальным текстам.

Лексические особенности рекламного текста очень многообразны. С одной стороны, в рекламе преобладает нейтральная лексика, чтобы текст был понятен абсолютно всем реципиентам. С другой

стороны, здесь используются средства выразительности, новизна лексических единиц и подключается необычность информации и ее подачи. Лексические пласты лексики, часто используемые в рекламе, это терминология, разговорная лексика. Часто лексические средства формируют средства выразительности, такие как созвучия, метафоры, сравнения, гиперболы, эпитеты, олицетворения. Рекламодатели используют в рекламных текстах неологизмы, заимствования. Все эти особенности представляют большие сложности при переводе.

Проблема перевода рекламных текстов стоит сегодня достаточно остро, поскольку до сих пор не существует четкой схемы переводческих стратегий, приемов и трансформаций, оптимальных для перевода рекламного текста. Буквальный перевод не может использоваться при переводе рекламы, как и вольный перевод (или адаптация). Необходима золотая середина между этими двумя стратегиями перевода. Рекламный текст при переводе часто подвергается прагматической адаптации, чтобы достичь эквивалентности и адекватности перевода.

Анализ лексических особенностей Ульяновской наружной рекламы позволил выявить следующие особенности, представляющие зачастую трудности при переводе рекламных текстов: имена собственные, рекламная лексика, терминология, многозначные слова, игра слов, рифма, созвучие, метафора и параллелизмы.

### ***Литература***

1. Алексеев Ю. Г. Русскоязычная наружная реклама как дидактический материал при обучении переводу // *Lingua Academica: Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики: материалы V Всерос. научно-практической конференции (5–9 февраля 2020 г., г. Ульяновск)* / под ред. доц. Н. А. Крашенинниковой. Ульяновск: УлГУ, 2020. С. 144–149.
2. Аникаева А. А. Сущность графических невербальных средств в печатной рекламе // *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки* 2011. № 12. Т. 10. С. 186–191.
3. Ахманова О. С. *Словарь лингвистических терминов*. М.: Рипол-Классик, 2012. 608 с.
4. Банк проектов УлГУ // Ульяновский государственный университет (сайт) [Электронный ресурс]. [https://www.ulsu.ru/ru/page/page\\_3630/](https://www.ulsu.ru/ru/page/page_3630/) (дата обращения: 25.11.2019).
5. Бархударов Л.С. *Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода*. 2-е изд. М.: ЛКИ, 2008. 240 с.
6. Баскакова Е. С., Буйновская Н. П. Особенности перевода рекламного текста с английского языка на русский // *Вестник Челябинского государственного педагогического университета*. 2015. № 2. С. 194–202.
7. Васильев Г. А., Поляков В. А. *Основы рекламной деятельности*. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 414 с.

8. Влахов С., Флорин С. Непере译имое в переводе. М.: Р. Валент, 2012. 408 с.
9. Воробьев Г. Г. Твоя информационная культура. М.: Мол. гвардия, 1988. 303 с.
10. Губская Т.В. Теория и практика перевода: переводческие трансформации. Орск: Изд-во ОГТИ, 2011. 121 с.
11. Должикова С. Н. Лингвистический аспект рекламы // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2009. № 2. С. 134–139.
12. Дубкова О. В., Колышкина С. С. Теория и практика перевода иностранных текстов: Восточные языки. Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2017. 175 с.
13. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. В 2-х т. М.: Русский язык, 2000. [Электронный ресурс] URL: <http://www.efremova.info/> (дата обращения: 25.01.2020).
14. Казакова Т. А. Практические основы перевода. СПб.: Издательство Союз, 2006. 320 с.
15. Казакова Т. А. Теория перевода (Лингвистические аспекты). СПб.: Союз, 2000. 220 с.
16. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. М.: Р. Валент, 2007. 244 с.
17. Ролина О. К. Адаптация русских культуронимов при переводе на английский язык (на материале романа М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита»): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. СПб., 2009. 22 с.
18. Савельева О. О. Социология рекламного воздействия. М.: РИП-холдинг, 2006. 284 с.
19. Соболева Н. П. Проблемы и особенности перевода рекламных текстов, содержащих фразеологические единицы (на материале русскоязычных и англоязычных слоганов к фильмам) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 12 (30): в 2-х ч. Ч. II. С. 187–190.
20. Соловьева Т. С. Понятие «реклама» как средство массовой коммуникации // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2014. № 1. С. 39–42.
21. Солодовникова А. Н. Жанр социальной рекламы как способ воздействия на адресата // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. 2011. № 4. Т. 11. С. 34–38.
22. Ткаченко О. Н., Красноярова Д. К. Креативная основа визуальной коммуникации // Омский научный вестник. 2013. № 5 (122). С. 265–267.
23. Чабанюк Т. А. Теория и практика рекламы. Комсомольск-на-Амуре: КНАГТУ, 2013. 62 с.
24. Фещенко Л. Г. Структура рекламного текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. СПб., 2012. 28 с.
25. Фещенко Л. Г. Структура рекламного текста. СПб.: Изд-во «Петербургский институт печати», 2003. 232 с.

## ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ (на материале статей ресурса Popular Science)

**Н. С. Бузова**

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск*

**Научный руководитель – кандидат филологических наук О. И. Осетрова**

**Аннотация.** В статье рассматривается специфика перевода научно-популярного текста биологической направленности на примере перевода статей интернет-ресурса Popular Science.

**Ключевые слова:** научный стиль; научно-популярная литература; перевод; переводческие трансформации.

Известно, что научно-популярная литература рассчитана не столько на специалистов, сколько на малоподготовленных читателей. Научная картина мира отличается от обыденной своей систематичностью, последовательностью в процессе поиска знаний, а научно-популярные тексты написаны проще, к ним не предъявляются такие строгие требования, как к научным публикациям. В таких текстах, как правило, отсутствуют детали, что заметно упрощает понимание информации. Кроме того, они редко содержат формулы, зато богаты иллюстрациями, автор не зажат в строгие рамки научной коммуникации и может позволить себе употребление разговорных конструкций. Отметим, что научно-популярная литература как стиль сформировалась относительно недавно, но успела уверенно занять лидирующие позиции среди остальных. Многих читателей этот вид литературы привлекает простотой изложения мысли и возможностью прикоснуться к научным фактам, даже не имея определенных знаний в той или иной области.

Нельзя не отметить и проблему важности и сложности перевода текстов подобного рода. Переводчик может столкнуться с рядом трудностей, возникающих в связи со спецификой текстов данного стиля речи.

Перевод научного текста должен осуществляться человеком, который осведомлен в области науки, точно и досконально знает терминологическую лексику той отрасли, с текстами которой он работает, как на языке оригинала, так и перевода, поэтому переводчик должен быть специалистом в этой сфере. С научно-популярными текстами дело обстоит проще. Их могут переводить не только специалисты, но также и переводчики

широкого профиля. Безусловно, им также необходимо сохранить и передать точный смысл и содержание того, что хотел донести до нас ученый, но язык текстов данного стиля легче для перевода, чем собственно научный, и термины не вызывают такой сложности для понимания, так как, во-первых, авторы стараются не перегружать свои тексты терминами, а во-вторых, большинство из них даются с пояснениями [Назаренко 2000].

Важно определить, какие сложности могут возникнуть при переводе текстов научного стиля и научно-популярного подстиля. Безусловно, это, в первую очередь, перевод новых терминов, которые только возникли в определенной области науки, и которые не имеют эквивалентов в языке перевода. Поэтому переводчик зачастую вынужден применить транслитерацию или транскрибирование, а затем уже пояснить, что означает данный термин. Однако сложности возникают не только с новыми терминами. Существенным различием в этом случае между переводом научной и научно-популярной литературы является то, что в научно-популярной литературе допускается выразительность и переводчику проще объяснить тот или иной термин при помощи эпитетов, метафор.

При переводе научного текста переводчик лишен возможности упрощать текст, этот стиль «загоняет» его в жесткие рамки. Основная же цель качественного перевода научно-популярных текстов – сохранение простоты восприятия. Переводчику необходимо не только передать основную мысль, но и настроение и эмоции, что невозможно выполнить, не используя стилистические приемы.

Наше исследование выполнено на материале статей ресурса «Popular

Science» (*Scientists Are Making Progress with Better Plastic-Eating Bacteria* [Scoles, Электронный ресурс]; *How a Zebra's Stripes Put Bloodthirsty Flies into a Tailspin* [Boddy, Электронный ресурс]; *These Single-Cell Organisms Don't Need Brains to Make up Their Minds* [Watson, Электронный ресурс]; *Meteorite-Eating Microbes Could Help Us Look for Alien Life* [Wood, Электронный ресурс]).

Научно-популярная литература обычно доступна для читателей всех возрастов, однако для юных читателей выбранные статьи подходят не очень хорошо. Причина не в сложности текста и не в переизбытке информации, а в использовании некоторых выразительных языковых средств. Наряду с описанием научных фактов, их объяснением и изложением хода исследования, что характерно для научной литературы, присутствуют эмоциональная оценка, ирония и жаргонизмы (*crap, brainstorming pint, no rejecting Gwyneth Paltrow*). Интересно также, что, как и многие другие материалы на ресурсе *Popular Science*, рассмотренные нами статьи описывают «открытия», которые либо не заинтересовали научное сообщество (например, имеют сомнительную актуальность), либо их результаты еще не подтверждены полноценными исследованиями, другими словами, находятся на периферии научного мира и академического дискурса.

Одной из особенностей биологических текстов является сохранение при переводе латинских терминов (например: *Stentor roeselii*; *metallosphaera sedula* и др.). Ряд терминов имеет признанный перевод, (*экстремофил*; *кевлар*; *этология* и др.). Для облегчения восприятия текста термины, которые могут вызвать некоторые затруднения у русскоязычного читателя, и которые автор оставил без разъяснения в тексте, нами были отмечены и разъяснены в приложении (например: *Stentor roeselii* – свободноживущий ресничный вид рода *Stentor* в классе *Heterotrichea*. Это распространенный и широко распространенный простейший, встречающийся по всему миру в пресноводных прудах, озерах, реках и канавах). В тексте перевода указано наличие примечания.

При переводе мы также столкнулись с большим количеством единиц измерения, и их было необходимо переводить в

привычный для русскоязычного читателя вид (например, 160 degrees F – 72° C). При этом формат научно-популярного стиля позволяет переводчику некоторые вольности с точностью подсчетов при переводе таких единиц (например: *the Rocky Mountains, which slope up quickly out of nothingness into 14,000-foot peaks* – *Скалистые горы, которые тянутся вверх почти на четыре с половиной км*). Кроме того, мы столкнулись с историческими фактами, терминологией, что обязывало нас перепроверять их, сравнивать с авторитетными изданиями. Имена собственные подверглись транслитерации.

В процессе перевода были применены различные виды переводческих трансформаций. Перечислим некоторые из них.

#### **Описательный перевод**

*ROYGBIV – всех цветов радуги*

Поскольку в русском языке есть аналог этому акрониму, но он не обозначен аббревиатурой, нами был выбран описательный перевод.

#### **Калькирование**

*the Great Pacific Garbage Patch – Большое тихоокеанское мусорное пятно*

#### **Приблизительный перевод**

*The campus nudges against the foothills of the Rocky Mountains*

*Академгородок упирается в подножье Скалистых гор*

#### **Лексико-семантическая замена**

*And, in a small meeting room on the ground floor, a matrix of screens backlights four scientists.*

*А в небольшом конференц-зале на первом этаже красуются на экране имена четырех ученых.*

#### **Конкретизация**

*Even within this group of rugged specimens, M. sedula is an extreme survivalist.*

*Даже в этой группе экстремофилов M. sedula отличается удивительной живучестью.*

#### **Модуляция**

*had Darwined – эволюционировала*

#### **Опущение**

*Beckham would have to eat (and digest) those words.*

*Бекхэму пришлось взять свои слова обратно*

В русском языке есть устойчивое выражение. Добавление к нему опущенной

части могло бы привести к неблагоприятной оценке текста читателем.

#### **Антонимическая замена**

*It's an extremely remote possibility but **not completely misguided**.*

Об этом пока рано говорить, но **основания для этого есть**.

#### **Лексические добавления**

*But that innovation also brought us to where we are today: **overwhelmed and hopeless**.*

*Но это нововведение также привело нас туда, где мы находимся сегодня: к **состоянию подавленности и безнадежности***

#### **Подбор аналогов при переводе сленговых выражений**

*"This is going to be a **crap activity**", he imagined. It seemed so obvious that cutinase had Darwined its way into PETase. – «**Это раз плюнуть**», – подумал он. Казалось настолько очевидным, что кутиназа эволюционировала в петазу.*

В научных текстах подобные выражения недопустимы, однако здесь они придают тексту своеобразную легкость.

При этом та же лексема *crap* в другом контексте потребовала также применения **стилистической трансформации и синтаксической перестройки** :

*After four days in a test tube with a new mutant, a bit of hole-punched plastic is what he calls "**a soupy mix of crap**." "**Crap**," here, is chewed-up plastic parts – Через четыре дня пребывания в одной пробирке с му-*

*тантом перед нами дырявый пластик, то, что Бэкхем называет «**мерзкой кашей**».*

#### **Экспликации содержания.**

*On top of the fact that these cells seemingly decide to take action when irritated instead of merely twitching away, Gunawardena found that it was **there was an almost exactly 50/50 chance that when bothered, the cell would either "choose" to contract or "choose" to swim away – almost like flipping a coin.***

Вдобавок к тому, что эти клетки, по видимому, решают действовать, когда раздражены, а не просто дергаются, Гунавардена обнаружил, что клетка, **подвергнутая раздражению, «предпочитает» отплыть в сторону в 50% случаев.**

Выполнив анализ переведенного текста, мы можем сделать вывод о применении большого количества трансформаций. В тексте присутствуют терминология, имена ученых, названия университетов и другие элементы, характерные как для научного стиля, так и научно-популярного подстиля. Все физические величины были адаптированы под систему измерений, характерных для читателя. В то же время нельзя не отметить присутствие в исходном тексте иронии, сленговых выражений, что потребовало сохранения при переводе настроения, эмоций оригинала и в целом авторского стиля.

### **Литература**

1. Назаренко А. Л. Научно-популярная литература как объект функциональной стилистики и лингводидактики: На материале английского языка : диссертация ... доктора филологических наук : 10.02.04. Москва, 2000. 307 с.

### **Источники**

2. Scoles S. Scientists are making progress with better plastic-eating bacteria // Popular Science [Электронный ресурс]. URL: <https://www.popsci.com/plastic-eating-bacteria/> (дата обращения: 10.05.2020).

3. Boddy J. How a zebra's stripes put bloodthirsty flies into a tailspin // Popular Science [Электронный ресурс]. URL: <https://www.popsci.com/zebra-stripes-confuse-horseflies/> (дата обращения: 10.05.2020).

4. Watson S. K. These single-cell organisms don't need brains to make up their minds // Popular Science [Электронный ресурс]. URL: <https://www.popsci.com/story/science/single-cell-decision-cognition-stentor-roeseli/> (дата обращения: 10.05.2020).

5. Wood Ch. Meteorite-eating microbes could help us look for alien life // Popular Science [Электронный ресурс]. URL: <https://www.popsci.com/story/space/microbes-eating-meteorites-help-search-for-alien-life-in-space/> (дата обращения: 10.05.2020).

# ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ РУССКОЯЗЫЧНОЙ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК (на материале рекламы Ульяновской области)\*

**А. В. Жегалина**

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск*

**Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Ю. Г. Алексеев**

**Аннотация.** В данной статье описываются грамматические особенности перевода русскоязычных рекламных текстов на английский язык. Материалом исследования послужили русскоязычные тексты наружной рекламы Ульяновской области. В статье рассматриваются основные проблемы, возникающие при переводе текстов рекламы с русского на английский, а также приводятся варианты их перевода.

**Ключевые слова:** реклама, рекламный текст, наружная реклама, перевод, переводческие трансформации.

Существование и благоприятное развитие бизнеса сегодня невозможно в условиях информационной блокады, которое, в свою очередь, требует не только правильно выстроенной маркетинговой стратегии, но и развития ее на других сегментах рынка, в том числе, и на иностранных рынках. Следовательно, создание рекламы для иностранных клиентов становится важнейшим критерием для проведения рекламных компаний на зарубежном рынке, что в некотором случае, также предполагает перевод и интерпретацию уже готовой рекламы на другой язык.

Вследствие этого, появляется важное направление – перевод рекламного текста, однако, иногда перевод рекламы является довольно сложной задачей, учитывая креативный подход к ее созданию. Вследствие этого дословный перевод рекламных текстов не допускается, что обусловлено спецификой рекламного текста, так как, в данной связи, первостепенной задачей является необходимость передать смысл рекламного сообщения, и, чаще всего, это становится трудоемкой задачей для переводчика, так как при большом количестве языковых средств, невозможно передать всю информации, заложенной автором рекламного сообщения, на языке перевода.

Однако, при большом количестве исследовательских работ на подобную тему, очевидна тенденция, согласно которой внимание исследователей сосредото-

чено на проблемах перевода с английского на русский. Этим и обусловлен выбор темы нашей статьи, так как проблемы перевода рекламы с русского на английский язык все еще остаются мало изученными.

Объектом исследования выступили русскоязычные рекламные тексты наружной рекламы, представленной в Ульяновской области.

В качестве предмета исследования были выбраны грамматические особенности перевода рекламных текстов наружной рекламы Ульяновской области.

Цель исследования направлена на выявление грамматических особенностей русскоязычных рекламных текстов наружной рекламы Ульяновской области, перевод которых может представлять проблему для перевода. Работа выполнена в рамках группового проекта «Прагматические особенности перевода рекламного текста (на материале рекламы Ульяновской области)», входящего в Банк проектов УлГУ [Банк проектов УлГУ [https://www.ulsu.ru/ru/page/page\\_3630](https://www.ulsu.ru/ru/page/page_3630)]. В группе студентов, задействованных в проекте, было проведено практическое занятие по переводу рекламных текстов, что явилось своего рода консультацией перед выполнением студентами своей части задания проекта [Алексеев, 2020]. В ходе занятия была уточнена методика работы, принципы отбора теоретического и практического материала, ход практи-

\* Работа выполнена в рамках группового проекта «Прагматические особенности перевода рекламного текста (на материале рекламы Ульяновской области)», входящего в Банк проектов УлГУ (Банк проектов УлГУ [https://www.ulsu.ru/ru/page/page\\_3630](https://www.ulsu.ru/ru/page/page_3630)).



ческого анализа, требования к представлению результатов и т.д.

Наружная реклама, являясь преимущественно средством напоминания и выполняя поддерживающую функцию, и характеризуясь краткостью контакта, контекстуальностью и необходимостью частого показа для достижения необходимого воздействия, должна привлекать внимание и быть запоминающейся, вследствие чего ее организация должна представлять собой единство вербального и невербального компонентов, с преобладанием первого.

В текстах наружной рекламы в первую очередь должны соблюдаться требования лаконичности при сохранении высокой прагматической направленности, что предъявляет дополнительные требования к отбору языковых средств при создании текстов наружной рекламы

С лингвистической точки зрения, языковые средства, используемые рекламопроизводителями для достижения поставленной цели можно разделить на лексические, графические, стилистические, фонетические, синтаксические, морфологические и словообразовательные [Жданова, 2015: 83].

При рассмотрении роли, которую занимают лексические языковые средства, в создании рекламного текста, важно ранжировать данные лексические единицы на части речи.

Так, согласно теории языкознания глаголы занимают первое место при создании текста. Обозначая действие, движение, глаголы характеризуются способностью иметь скрытую динамику, а также они обладают большей побудительной силой, чем другие части речи [Урзаева, 2014: 266].

Употребление глаголов тесно связано с употреблением местоимений, поскольку употребление глагола подразумевает и правильное употребление категории лица.

С точки зрения языкового дискурса употребление прилагательных и существительных не характеризуется наличием определенных предписаний и не имеет особых ограничений.

Переходя к грамматическим приемам, следует сказать, что реклама стремится к «упрощению грамматических структур и обилию клише-штампов при общей по-

вторяемости и ограниченности лексики» [Должикова, 2009].

В синтаксическом плане предпочтение отдается текстам с лаконичным синтаксисом – большое количество простых и нераспространенных предложений, обилие номинативных форм и инфинитивов, что обусловлено директивностью рекламы. Главный критерий – простота текста. Перегруженность синтаксическими конструкциями и длинными оборотами ведет к утомляемости потребителя рекламы, а учитывая особенности наружной рекламы, еще и нецелесообразности.

Описание синтаксических средств рекламы сводится к рассмотрению особенностей употребления восклицательных и вопросительных предложений и других средств экспрессивного синтаксиса [Кохтев, 1991].

Конструирование рекламного текста, преимущественно, связано с упрощением грамматических структур и использованием клише-штампов при ограниченности лексических средств, имеющих строго определенную смысловую нагрузку.

Анализ отобранного материала показал, что рекламные тексты, при своей разнородности и своеобразности, имеют похожую структуру, отличаясь частными особенностями. Так, к примеру, общей для всех примеров следует признать характеристику использования прямого порядка слов, когда как инверсия встречается гораздо реже. Также следует отметить преобладание активных конструкций над пассивными. Для всех примеров характерна лаконичность и краткость. Отмечается частое употребление эллиптических конструкций.

Что касается синтаксических особенностей, то отмечается примерно равное соотношение повествовательных, вопросительных и побудительных типов синтаксических конструкций.

Следовательно, выбор той или иной синтаксической конструкции определяет выбор знаменательной части речи, так, в номинативных конструкциях главную смысловую значимость будет нести существительное. В вопросительных и восклицательных предложениях эту функцию, соответственно, будет выполнять глагол, так как такие предложения будут иметь предикативную основу.

Так как конечной целью любой рекламы, согласно модели AIDA, является

призыв к действию, то есть, покупке товара, это обуславливает частое и даже преимущественное использование глагола по сравнению с другими частями речи. Причем, так как речь идет о призыве к действию, чаще это именно глагол в форме императива. Глагол в повелительном наклонении выполняет и адресную функцию, что выражается в использовании второго лица, причем чаще в единственном числе, чем во множественном.

В качестве примера, переведем следующий слоган: «Клей без пузырей!» - данный текст представлен на баннере торговой сети строительных материалов «Сарай». И данный пример является особо интересным ввиду его двусмысленности. Данную рекламу можно трактовать как представление самого факта наличия некоего клея без пузырей, так и как призыв к выполнению действия, не допускающего появления пузырей, в данном случае, при оклейке обоев. Таким образом, слово «Клей» может выступать и в качестве существительного, называя предмет, и одновременно глагола. В данном случае, рекламу стоит переводить при использовании английского существительного «glue», который будет созвучен с глаголом «to glue» в форме повелительного наклонения: «Glue without airpockets». Наличие подобного эквивалента позволило нам использовать прием синтаксического уподобления и перевести текст практически дословно. Однако, сравнивая оригинал и перевод, следует отметить, что все исходные характеристики глагола, такие как повелительное наклонение, второе лицо, единственное число, оказались несущественными для перевода, поскольку данные категории различны в русском и английском, и в случае с английским, совпадают с категориями инфинитива.

«Живи реальной жизнью! Откажись от наркотиков!». Данный пример характеризуется наличием также двух глаголов в форме императива второго лица единственного числа. Следовательно, глаголы не представляют сложности для перевода, однако, что интересно в данном случае, это согласование глагола и существительного в первой части текста и использование соответствующего предлога для глагола «откажись». В английском не существует идентичного эквивалента – глагола с предложным управлением, по-

этому в данном случае предлог не переводится. Однако, для сохранения грамматической конструкции глагола с предлогом может подойти использование фразового глагола, к примеру, «turn away» или «give up», «throw up»: «Live a real life! Stay away from drugs!».

В вопросительных предложениях глагол также употребляется в форме второго лица единственного числа, выражая тем самым предложение в форме индикатива, иногда с использованием инфинитива, а не глагола в первом лице множественного числа, как в рекламе от гипермаркета «Сарай»: «Зажжом?». Однако, мы не можем перевести данный пример, просто используя эквивалентный глагол «Light up», поскольку необходимо передать стилистический компонент, в виде игры слов. Так, в английском существует близкий эквивалент: «Turn up the thermostat», однако, при выборе данного варианта, потеряется изначальный смысл, подразумеваемый, в том числе, зажигание света. Поэтому в данном случае, уместно будет остановиться на нейтральном варианте: «Switch on», который имеет, в том числе, и значение «прийти в состояние эйфории после приема наркотика», что в полной мере не отражает изначальной игры слов, но в некотором смысле передает обе функции, непосредственно прямой смысл и переносный.

Реклама от компании «Мегафон», которую она представила в августе 2019 года, представляет особую ценность для переводчика рекламных текстов, поскольку в ней сделан особый акцент на стилистической составляющей, выражаясь яснее, английские термины были транскрибированы на русский «Шэрь. Стрим. Сторь». Поскольку при дословном переводе, который, к слову, очень легко осуществить, будет потерян стилистический компонент, а при попытке произвести обратный процесс, то есть перевести русские эквиваленты транскрипцией на английский язык просто не представляется возможным, хотя бы по двум очевидным причинам, ввиду эксплицитности русского языка, что приведет к потере лаконичности, и отсутствия «чисто русских» эквивалентов подобных терминов, и очевидной недостаточности преинформационного запаса реципиентов, которым не будут знакомы русские эквиваленты. В таком случае, данный пример придется перево-

дить без передачи стилистического компонента, поскольку главной функцией является именно прагматическая, следовательно, следует передавать смысл: «*Share. Stream. Create your story*».

Следующий пример с точки зрения грамматики интересен тем, что он может рассматриваться как «не императив» и «императив» одновременно: «*Проводим лето с пользой*». В данном случае, несмотря на отсутствие усиления при помощи восклицательного знака, как и в предыдущем примере, где, несмотря на отчетливое присутствие точек как знаков препинания, можно увидеть призыв к действию. Однако, при переводе не представляется возможным сохранить эту «двусмысленность», поскольку для разных случаев необходимы и разные переводы, так в случае, если мы будем понимать данный пример как факт, повествовательное предложение, то его следует переводить, передавая такие показатели глагола, как множественное число, первое лицо, настоящее время, и так как глагол в английском не отражает первые две категории, в данном случае, необходимо компенсация при помощи местоимения первого лица множественного числа «*We*» то есть в первом случае, это будет звучать так: «*We spend summer profitably*». Во втором же случае, пример будет выглядеть подобным образом: «*Spend summer profitably*». В данном случае мы отдаем предпочтение наречию «*profitably*», поскольку данная формулировка представляется нам более благозвучной, нежели «*with profit*», хотя второй вариант и позволяет сохранить изначальный синтаксис и передать функцию предлога.

Следующий пример интересен, в первую очередь, с точки зрения заложенной в рекламное послание прагматической функции осуществления действия при отсутствии глагола: «*За мечтой вперед. Улет!*». Отсутствие глагола в данном случае вполне объясняется правилом экономии языка и присутствием предлога направления, подразумевающего действия, однако при переводе, как мы полагаем, следует добавить глагол, чтобы избежать возможного недопонимания: «*Go to your dream. Ulyot!*». Так как слово «улет» в данном случае служит непосредственно названием рекламируемого продукта, а точнее места, то есть аква-

парка, переводим его при помощи такой лексической трансформации, как транскрибирование. Однако, в таком случае, отсутствует возможность сохранить рифму исходного текста.

Как указывалось ранее, для рекламных текстов на русском языке часто характерно использование эллиптических конструкций, как в следующем случае: «*Твой теплый?*». Данный пример характеризуется отсутствием как субъекта, так и предиката. При отсутствии опущенных компонентов следует перевести данный пример эллиптической конструкцией: «*Is yours warm?*».

В рекламных текстах, тип предложения которых представляет собой назывное, существительное или его группа занимают центральное место, и большинство таких предложений сообщают о фактах.

Прагматическая функция, являющаяся главной для рекламного текста, часто заложена в мета-сообщении, поэтому при переводе такие предложения чаще всего переводятся при использовании приема синтаксического уподобления.

Следующий рекламный слоган компании «Мегафон» достаточно труден для перевода, поскольку наряду с графическим приемом был использован фонетический: «*К-э-э-э-шбэк*». В данном случае, как графически, так и фонетически, в переводе должна сохраняться данная особенность, поэтому данный пример следует переводить при помощи транскрипции и транслитерации одновременно, однако, учитывая природу заимствованного из английского языка слова «кэшбек» проблем, которые могли бы быть, при переводе не возникает: «*Ca-a-ashback*».

В отличие от следующего примера: «*Беш-ш-шенные скидки*». Так как при переводе необходимо сохранить как графическую форму, так и передать фонетический прием, необходим эквивалент, позволяющий передать эти особенности, поскольку в данном случае прием транслитерации с использованием транскрипции невозможен, ввиду потери заложенного смысла. «*Ins-s-sane discount*» - данный перевод исходной фразы представляется наиболее удачным, при сохранении смысла, шипящего согласного, его передачи как графически, так и фонетически.

При переводе номинативных конструкций, если грамматические проблемы и возникают, то чаще всего они связаны с передачей предлога на языке перевода, как и данном случае: «С ДНС всегда выгодно». При использовании английского эквивалента предлога «с» - «with», предложение имеет нестандартную для английского языка структуру, поэтому в данном случае следует отказаться от предлога вообще, придав предложению на языке перевода типичную субъектно-предикатную структуру: «*DNC is always beneficial*».

Следующий пример имеет похожую исходную структуру: «Пора менять сантехника(у)», следовательно, и похожий синтаксический эквивалент: «It's time to...», однако в данном случае проблема состоит в необходимости передать игру слов. В русском варианте игра слов достигается путем изменения окончания существительного, поэтому при переводе мы можем использовать однокоренные слова «plumbing», что может выступать в значении «сантехника» и «plumber» - «сантехник»: «*It's time to change plumbing(er)*». Либо данное выражение можно перевести при использовании в качестве эквивалента для «сантехник» - «plumber specialist»: «*It's time to change plumbing (specialist)!*».

Следующий пример так же характеризуется игрой слов, заключающейся в изменении окончаний слов: «Toyota всегда так близко(а)». Данный пример интересен с точки зрения двусмысленности. Однако в английском игра слов теряет свой смысл, поскольку наречие «close» позволяет передать оба смысла, выступая в качестве эквивалента и краткого прилагательного «близка», так как в английском языке прилагательные не обладают категорией рода. В таком случае, перевод данного рекламного, лишённого игры слов, текста выглядит так: «*Toyota is always so close*».

В результате языкового анализа вышеприведенных рекламных сообщений, следует сделать следующие выводы.

Выбор тактики перевода непосредственно связан с прагматикой текста, которая, в свою очередь, объясняет выбор языковых средств.

В первую очередь, для выбора правильной тактики перевода, необходимой для передачи прагматического воздействия рекламного текста, необходимо установить какие языковые средства, представленные в рекламе, несут наибольшую смысловую нагрузку. В зависимости от этого становится ясно, каким образом следует их переводить и какой тактике перевода следует следовать.

Необходимость ориентации на потребителя рекламы рождает необходимость изменения исходного текста даже при возможности перевода при использовании приема синтаксического уподобления с сохранением стилистического компонента.

Серьезной проблемой, как показал анализ, стала «креативность» некоторых приведенных рекламных текстов, что приводило к частой необходимости жертвовать стилистическим компонентом для сохранения прагматической направленности и прямого смысла.

Еще одна проблема была связана со сложностью понимания логики «создателя рекламы», как в случае с эллиптической конструкцией, что лишало возможности использовать экспликацию, ввиду ограниченного количества языковых единиц.

Касательно статистических результатов проведенного языкового анализа следует сказать, что наиболее часто используемым приемом перевода является синтаксическое уподобление.

При большом количестве упоминаний и использований непосредственно внутри рекламного текста названия компаний-рекламодателей к часто используемым трансформациям следует также отнести транскрипцию и транслитерацию.

Реже встречались такие приемы, как грамматические замены формы слова, а также такие технические приемы, как опущение и добавление.

Выбор конкретной стратегии при переводе рекламных текстов, как показал материал, представляется довольно сложным, и преимущественно вынуждает переводчика идти на жертвы для достижения главной цели, а именно сохранения прагматического воздействия текста на потребителя.

### ***Литература***

1. Алексеев Ю. Г. Русскоязычная наружная реклама как дидактический материал при обучении переводу // *Lingua Academica: Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики: материалы V Всерос. научно-практической конференции (5-9 февраля 2020 г., г. Ульяновск)* / под ред. доц. Н. А. Крашенинниковой. Ульяновск: УлГУ, 2020. С. 144–149.
2. Банк проектов УлГУ // Ульяновский государственный университет (сайт) [Электронный ресурс]. [https://www.ulsu.ru/ru/page/page\\_3630/](https://www.ulsu.ru/ru/page/page_3630/) (дата обращения: 25.11.2019).
3. Должикова С. Н. Лингвистический аспект рекламы // *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Философия и искусствоведение*. 2009.
4. Жданова Е. Ю. Рекламный текст как объект лингвистического исследования // *Вектор науки ТГУ*. 2015. № 2 (32–1). С. 82–85.
5. Кохтев Н. Н. *Стилистика рекламы: Учеб.-метод. пособие для студентов фак. и отд-ний журналистики гос. унт-ов*. М.: Изд-во МГУ, 1991. 91 с.
6. Урзаева Н. Х. Грамматические особенности частей речи в текстах баннерной интернет-рекламы в социальных сетях // *Вестник ЧГПУ № 6*, 2014. С. 262–268.

## ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕТСКИХ КНИГ И ИХ ПЕРЕВОДА

*Н. А. Калашникова, И. В. Калякин*

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск*

**Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Ю. Г. Алексеев**

**Аннотация.** В статье дается определение понятия «детская литература», описываются основные классификации произведений для детей, рассматриваются основные особенности детских книг, а также некоторые особенности перевода текстов книг для детей с английского языка на русский, которые необходимо учитывать при переводе детской литературы. В статье используются примеры из современных английских детских книг.

**Ключевые слова:** перевод; детская литература, классификации книг для детей, перевод детских книг.

На данный момент все еще ведутся дискуссии относительно необходимости выделения детской литературы из общих границ литературы, однако уже большим количеством ученых и исследователей данной сферы признается, что она обладает достаточным количеством критериев, которые доказывают ее особый статус. Среди таких критериев можно выделить наличие образа ребенка-читателя, либо зашифрованного в тексте произведения, либо присутствующего в качестве одного из героев, а также особый диалог автора с его будущими читателями [Осорица, 2016: 112].

Детская литература – это часть общей литературы, ориентированная на детей-читателей, обладающая свойственной ей художественной спецификой, и объединяющая произведения, которые прямо адресованы детям, которые адресованы взрослым, но нашли отклик у детей и которые написаны самими детьми [Арзамасцева, Николаева, 2005: 130]. Литература для детей связывает два поколения – взрослых и детей. Она воспитывает юных читателей, расширяет их кругозор, отвечает на скопившиеся вопросы, помогает разрешать трудные ситуации. Книга может стать собеседником, единомышленником, тем, кто научит, что есть добро, а что – зло, тем, кто может многое объяснить и о многом рассказать.

Книги могут стать хорошим помощником детям на всех этапах взросления. Зачастую взрослые не задумываются о том, что детям может понадобиться помощь в избегании кризисного преодоления конфликтов, возникающих в период взросления. Книги о том, как из подобных критических ситуаций выходят другие дети, мо-

гут стать одним из средств помощи детям [Шишкова, 2003: 267]. По мнению психотерапевтов, в частности, Д. Винникотта, важно, чтобы взросление не происходило слишком быстро, более того, нельзя просто скидывать на детей ответственность, которую они еще не в силах освоить, иначе они могут достичь ложной зрелости. Именно поэтому роль книг в данном случае особенно важна, поскольку они показывают процесс взросления на чьем-либо примере, указывая на возможные ошибки и трудности, чтобы самостоятельный опыт детей был как можно меньше болезненным [Винникотт, 2002: 258].

Существуют 3 основные классификации детской литературы: жанрово-родовая классификация, классификация по функциям написанной книги и практическая классификация. Несмотря на то, что в жанрово-родовой классификации выделяются традиционные жанры, присущие и взрослой литературе, при попадании в сферу творчества для детей любой классический жанр видоизменяется в соответствии с требованиями, которые накладываются на писателей ориентацией на детскую субкультуру. Кроме того, добавляется несколько жанровых модификаций, возникающих в связи с тем, что сказка, будучи самым распространенным жанром, оказывает значительное влияние на всю жанровую систему, в связи с чем возникли такие жанровые модификации, как повесть-сказка, поэма-сказка, сказка-новелла и прочие.

В классификации по функциям книг выделяют научно-познавательную литературу (и ее подвиды: учебно- и художественно-познавательную литературу), эпическую литературу (и ее подвиды: ска-

зочно-фантастическую, приключенческую, художественно-историческую, публицистическую литературу) и развлекательную литературу.

Основанием же для практической классификации детской литературы является возраст читателей, и в соответствии с ним выделяют литературу для дошкольников, младших школьников, учащихся средних классов и подростково-юношескую литературу [Воскобойников, 2012: 79].

Мир юных читателей многолик. Его отличительными чертами являются как разная возрастная психология, так и непохожее мировосприятие, которое может разительно отличаться от взрослого и тем самым показывать самое явное различие двух поколений. Однако детские писатели, хоть и относятся уже к поколению взрослых, сохраняют в душе все то, что они чувствовали на протяжении всей жизни, в частности в свои детские годы. И это дает им возможность писать так, чтобы быть в достаточной мере понятными юными читателями, и чтобы донести до них ту мысль, которую они вкладывают в свои произведения [Недзвецкий, 2013: 192]. Например, все мы в детстве, играя, изображали каких-нибудь животных, поэтому если автор будет использовать эту ситуацию в своём произведении, она будет понятна любому ребёнку. *“You thought they were silly. Why should they be scared of a child pretending to be a lion? But then you came to a shop window and you saw your reflection in the glass and I bet you know what you saw. That’s right – you really were a lion!”* [McFarlane, 2014<sub>2</sub>: 123] – *«Ты думал, что они глупенькие. С чего это бы им бояться малыша, притворяющегося львом? Но когда ты подошёл к витрине магазина и увидел свое отражение в стекле, я точно знаю, что ты увидел. Правильно – ты на самом деле был львом!»* (здесь и далее перевод наш – Н. К., И. К.).

Стоит добавить также, что дети на удивление свободно могут обращаться со словами, играя, фантазируя, но стараясь, тем не менее, подражать взрослым при построении синтаксических конструкций и использовании моделей словообразования. Например, *“Mr. Weazel always seemed to be picking on Hector and making him do lines and giving him extra homework and making him stay behind after class”*

[McFarlane, 2014<sub>1</sub>: 6] – *«Казалось, что господин Лаунов все время придирается к Гектору, все время заставляет прописывать одни и те же строчки, все время задает дополнительные задания на дом, все время оставляет после уроков».* Предложение выглядит несколько перегруженным длинным рядом однородных сказуемых, однако это напоминает нам речь взволнованного ребенка, который, тараторя, рассказывает, что его расстроило. Кроме того, использованные фамилии или имена героев часто являются говорящими, чтобы дети могли составить себе представление о герое уже по тому, как к нему обращаются.

Благодаря этой особенности детей и их обращения с языком, многие детские писатели и поэты вдохновляются речью детей, новыми словами, которые те изобретают, богатством их фантазии. Кроме того, некоторые лингвисты и филологи, в том числе и К. И. Чуковский, занимающиеся изучением детской литературы, склонны называть детей «гениальными лингвистами». Ребенок, помимо активного изучения языкового строя родного языка, часто предлагает свои варианты именования объектов вокруг него, как новых, так и уже ему знакомых [Чуковский, 2013: 40]. Например, *“Yummy in my tummy”* [McFarlane, 2019<sub>1</sub>: 6] – *«Вкусняшка у меня в животике».* Дети вряд ли скажут «еда у меня в животе», а уменьшительно-ласкательные существительные, наоборот, похожи на живую детскую речь.

Внимание же детских писателей к этой склонности детей побуждает их использовать в своих произведениях такие приемы, как языковая и словесная игра, вызывая тем самым живой отклик у своих читателей [Октябрьская, 2012: 61–62]. Необходимо, чтобы, с учетом аудитории, на которую направлено произведение детской художественной литературы, автор использовал выразительную, богатую лексику, помогая детям расширять свой кругозор и изучать новые формы речи. Однако при этом язык детской книги должен оставаться простым и понятным читателю, в идеале она должна легко запоминаться наизусть и воспроизводиться юными читателями. [Модестов, 2006: 229]. Например, *“Wiggle-jiggle-wriggle, I’m a wiggly worm. I love the rain pitter-patter on the leaves”* [McFarlane, 2019<sub>1</sub>: 7-8] – *«Вжук-вжик-вжок, шевбунной я червячок».*

*Мне нравится, как дождь стуки-туки-стукает по листочкам*». Зачастую, чтобы этого добиться, писатели вынуждены тщательно подбирать каждое слово, следить за грамматической структурой каждого построенного предложения.

Одной из своеобразных форм игры, выделяемой в отличительную особенность произведений для детей, является юмор, и создание комического эффекта в тексте, помимо выполнения множества «серьезных» функций, таких как социальные, когнитивные и эмоциональные, способствует также и лучшему запоминанию текста юными читателями [Алексеев, 2019: 6]. Правда детям доступны лишь самые простые формы комического, когда кто-то другой попадает в смешное положение, например, герои произведений. Однако увидеть что-то смешное в самих себе им очень сложно. Поэтому и юмор писателям приходится тщательно подбирать, чтобы он был понятен их будущим читателям.

Сейчас молодые детские писатели стремятся отойти от жестких нормативных требований, предъявляемых к языку детских художественных произведений, поскольку язык всегда должен оставаться живым. Однако некоторые правила все же остаются непоколебимыми – например, запрещено использование в детских книгах сленга, инвективной лексики и тому подобного. Язык детской книги должен соответствовать ее главному назначению – нести этическое начало, поэтому не все можно допускать до юных читателей [Там же, С. 232]. *Например, ругательства стараются заменять более нейтральными фразами: “Rats and double rats! Said Professor Evil”* [McFarlane, 2014<sub>1</sub>: 7] – «Блин блинский! – сказал профессор Зло».

При написании детских художественных произведений писатели не должны забывать о том, что главная задача детской литературы – воспитать юного читателя, и воспитать его человеком нравственным. Зачастую дети, особенно маленькие, склонны верить всему, что написано в книге, и из-за этой безоговорочной веры писатели берут на себя ответственность за своих читателей. В связи с этим одними из требований, предъявляемых произведениям для детей, являются убедительность вымысла, цельность писательского замысла и моральная чистота.

Стоит отметить, что довольно большая часть детских произведений написана от лица самого ребенка, он является не только главным героем происходящих событий, но и рассказчиком этой истории. В таком случае язык в произведении становится особенным, приобретает либо черты детского лепета, либо особые, детские слова, которыми дети называют уже знакомые нам объекты. В первом случае особенности языка могут передаваться на фонетическом уровне, мы видим либо бессвязный для нас набор звуков, либо то, что конкретное слово одно и то же, но произносится иначе в силу того, что ребенок, например, только учится разговаривать. *Например, “Me tawk funny. Buster no go. Still stay be your dog. We play, happy-happy. Justnotawk”* [McFarlane, 2014<sub>1</sub>: 13] – «Я смешно лязговаливать. Бастер не уходит. Оставаться быть твоим песиком. Мы иглать, счастливые-счастливые. Плосто не лязговаливать». Довольно часто у детей возникают проблемы с произнесением некоторых звуков, в частности «р», также могут наблюдаться некоторые ошибки в построении предложений.

Во втором же случае особенности безусловно на лексическом уровне, поскольку объект, уже имеющий название, получает у детей другое имя. Например, дети первое время могут называть яблочком не только сами яблоки, но и все, что кажется им похожим или отдаленно похожим на яблоки – все круглые фрукты, возможно даже круглые игрушки.

Для достижения сходства художественного текста с живой детской речью детские писатели часто используют некоторые речевые приемы. К таковым относятся, к примеру, использование тавтологии; буквальная реализация фразеологических выражений, устоявшихся словосочетаний, поговорок; намеренное построение слов или целых предложений грамматически неправильно; использование метатезы, то есть, взаимного перемещения частей слов или целых слов в одной или нескольких стоящих рядом фразах; использование либо целых, действительно существующих иностранных слов, либо объединения частей русских слов и частей иностранных слов, например, основы русского слова и суффикса или окончания из иностранного языка [Идиатулина, 2011: 15]. Однако наиболее часто



используемым приемом является создание неологизмов, которые применяются к чему-то незнакомому и не являются при этом заменой уже существующих названий объектов и процессов. Например, *"It wasn't really a growl and it wasn't really a bark. It was like a cross between the two. A grark"* [McFarlane, 2014<sub>1</sub>: 7] – «Это не похоже на рычание, и на лай тоже непохоже. Что-то среднее между ними двумя. Рыколай».

Переведенные детские книги составляют довольно значительную часть детской литературы в любой стране. К тому же перевод книг для детей – довольно трудное, но благородное занятие, поскольку нет более благородных читателей, чем дети, которые порой могут так проникаться книгами, что считают героев любимых произведений авторитетнее своих родных и близких. Кроме того, нет большей награды для переводчиков и писателей, творящих ради детей, чем знать, что их труды сопровождают детей в течение всего детства, что юные читатели любят книжных героев, доверяют им, равняются на них и им подражают. А это, в свою очередь, значит, что переводчику или писателю удалось достичь всех поставленных перед ним целей и правильно донести до ребенка гуманистические ценности, заложенные в подтекст произведения. Так, признанные мастера среди переводчиков литературы для детей – К. И. Чуковский, С. Я. Маршак, Н. Л. Дарузес, Нора Галь и др. Понравившиеся детям истории, которые дошли до них благодаря работе этих переводчиков, переходят из поколения в поколение, пройдя бескомпромиссную критику детей многих поколений.

Переводчику детской литературы мало одного понимания текста оригинала, необходимо обладать навыками воссоздания эмоционального и интеллектуального воздействия произведения на читателя, а в некоторых случаях также передать особую атмосферу, которая создается автором оригинального текста для детей. Для того, чтобы успешно справиться с поставленными перед ним задачами, переводчику необходимо не только знать исходный язык и язык перевода, но и обладать богатой фантазией, обладать знаниями детской психологии [Модестов, 2006: 221]. Безусловно, очень важную роль играет смысловой анализ, осущест-

вляемый перед переводом текста. Лучше действовать по схеме «анализ – осмысление – синтез» и при последовательном выполнении этих стадий понимать лексические единицы текста, а также грамматические и смысловые связи между ними, представить себе ситуацию и содержание сказанного и подбирать адекватные варианты перевода соответственно [Алексеев, Алексеева, 2014: 165]. Например, *"Achemist?" said Mrs. Goodheart, but she didn't sneer or scowl at him like Mr. Weazel had done, but instead gave him a warm and friendly smile. "That's an interesting ambition. Why do you want to be a chemist?" "I want to invent a super-intelligence formula so I can give it to my best friend and he can tall again. "Well, Hector," Mrs. Goodheart said, "I'm sure if you work hard, you will achieve your dream"* [McFarlane, 2014<sub>1</sub>: 14] – «Химиком?» – сказала госпожа Добросердцева, но она не усмехалась, не хмурилась, как это делал раньше господин Лгунов, наоборот, она тепло и дружелюбно ему улыбнулась. «А это очень интересное намерение. Почему ты хочешь стать химиком?» «Я хочу изобрести эликсир для суперума, отдать его моему другу, чтобы он снова мог со мной разговаривать». «Что ж, Гектор», - сказала госпожа Добросердцева, - «Если ты будешь очень стараться, то у тебя обязательно получится исполнить свою мечту!».

Переводчикам нужно учитывать, что одной из отличительных особенностей детской литературы, учитываемой всеми писателями, является максимальная конкретность описываемых событий или явлений. По этой причине, например, в рассказе про природу будут употребляться конкретные названия видов животных, растений или птиц. Когда на дереве сидит овсянка или зяблик, а не просто какая-то птица, это вызывает больше интереса у детей, они смогут расширить свой кругозор, запомнить новое название и чаще отсылаться к прочитанной книге в будущем, поскольку именно в ней им встретилось это ранее незнакомое слово. Например, *"He raised himself up to his full height so that the grasshoppers could all see how big and powerful he was. (In actual fact, he was only the size of a rabbit, but to a grasshopper, that's enormous)"* [McFarlane, 2019<sub>2</sub>: 5] – «Он встал в полный рост, чтобы кузнечики увидели, какой он

*большой и сильный. (На самом деле, он был размером с кролика, но для кузнечиков он был просто огромным)».* К сожалению, в переводах детской литературы зачастую наблюдается обратное явление, когда переводчики стараются максимально генерализировать образы, в связи с чем теряется это свойство книг для юных читателей [Там же, с. 225].

Таким образом, опираясь на совокупность всех вышеперечисленных и ранее упомянутых факторов, можно прийти к выводу, что при переводе произведений для детей переводчику необходимо учи-

тывать лексико-стилистические особенности детской литературы, уметь адекватно передать то эмоциональное и интеллектуальное воздействие на читателя, которое закладывалось в текст оригинала, а также особую атмосферу, создаваемую автором. При этом не стоит забывать и про главное назначение детской литературы, заключающееся в гуманистическом воспитании юных читателей, что также должно быть адекватно передано переводчиком с использованием реалий другой страны и другого языка, которые будут знакомы читателю.

### **Литература**

1. Алексеев Ю. Г., Алексеева Т. С. Проблема смыслового анализа текста в художественном переводе (на материале произведения Р. Киплинга «Откуда у леопарда пятна») // Симбирский научный вестник № 4 (18). Ульяновск, 2014. С. 164–168.
2. Алексеев Ю. Г. О когнитивных трудностях при переводе английского юмора или «Я споткнулся о девять алмазов» // Ученые записки Ульяновского государственного университета. «Актуальные проблемы теории языка и лингводидактики». Сер. Лингвистика. Вып. 2 (24) / под ред. проф. А. И. Фефилова. Ульяновск: УлГУ, 2019. С. 6–10.
3. Арзамасцева И. Н., Николаева С. А. Детская литература. М., Академия, 2005. 576 с.
4. Винникотт Д. Игра и реальность. М., Институт общегуманитарных исследований, 2002. 288 с.
5. Воскобойников В. М. Детская литература вчера и сегодня. А завтра? // Вопросы литературы. СПб, 2012, № 5. С. 76–88.
6. Идиатулина А. А. Приемы речевой игры в творчестве современных детских писателей // Вестник ТГГПУ. Казань, 2011, № 23. С. 14–18.
7. Модестов В. С. Художественный перевод: история, теория, практика. М., Изд-во Лит. Института им. А. М. Горького, 2006. 463 с.
8. Недзвецкий В. А. Критика и библиография // Вестник МГУ, Сер. 9. Филология. М., 2013, № 2. С. 190–193.
9. Октябрьская О. С. Пути развития русской детской литературы XX века (1920–2000-е гг.). М., МАКС Пресс, 2012. 360 с.
10. Осорина М. В. Секретный мир детей в пространстве мира взрослых. СПб, Питер, 2016. 304 с.
11. Чуковский К. И. От двух до пяти. М., Мелик-Пашаев, 2013. 447 с.
12. Шишкова И. А. Английская и американская литература «для девочек» XIX-XX веков. М., Изд-во Лит. Института им. А. М. Горького, 2003. 400 с.

### **Источники**

13. Mathapelo Mabaso. Wiggle Jiggle. Cape Town, Book Dash, 2019. 19 p.
14. McFarlane Neil. Kung-Fu grasshoppers. London, London House Titles, 2019. 14 p.
15. McFarlane Neil. Me tawk funny. London, London House Titles, 2014. 21 p.
16. McFarlane Neil. When you were a dinosaur and other tales and mighty beasts! London, London House Titles, 2014. 872 p.

## ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЮРИДИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА: ПЕРЕВОД СЛУЖЕБНЫХ СЛОВ

**М. В. Квасова**

Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск

**Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Ю. Г. Алексеев**

**Аннотация.** В статье рассмотрены основные трудности юридического перевода и требования к юридическому переводу, также приведены некоторые часто встречающиеся в юридических текстах служебные слова, представлены подробные описания их функций в предложении, содержатся примеры перевода данных предложений с указанными служебными словами. Перевод выполнен с учетом функций служебных слов и их места в предложении.

**Ключевые слова:** техника перевода, юридический перевод, служебные слова, лексические особенности перевода.

Юридический перевод - это перевод текстов, имеющих отношение к правовой области. Как правило, такие тексты применяются для передачи юридической информации людьми, говорящими на различных языках [Атабекова, 2011: 10]. Право - это предметная область, которая связана с социально-политическими [Алексеев, 2015: 1] и культурными особенностями страны. Именно поэтому юридический перевод является непростым видом деятельности.

К адекватному юридическому переводу предъявляют высокие требования. Перевод должен быть:

- точным;
- понятным;
- достоверным.

При переводе юридического текста переводчик сталкивается с особенностями, которые присущи только данному типу текстов [Галюк, 2014: 3]. К основным трудностям юридического перевода относятся:

- наличие в юридических текстах большого количества специфической лексики, в основном терминов;
- употребление в письменной и устной юридической речи идиом и речевых клише, которые не употребляются в общелитературном языке, или употребляются в нем крайне редко;
- использование официального стиля, стандартных официально-канцелярских оборотов;
- заимствование многих слов и выражений из латыни;
- использование сокращений, многие из которых применяются только для написания юридических текстов и не являются общеупотребительными.

Остановимся подробнее третьем пункте. При написании официального текста авторы часто употребляют сложные конструкции, поэтому в оригинале переводчик встречает огромное количество служебных слов, каждое из которых может иметь разное значение в зависимости от того, чем оно является (например, предложением или союзом) и от того, в какой части предложения оно использовано (например, придаточная часть или главная часть) [Скворцов, 2019: 12].

Далее мы рассмотрим основные варианты перевода некоторых часто употребляемых в юридических текстах служебных слов.

"For" в английском языке может быть как союзом, используемым для частей сложного предложения, так и предложением, т. е. служебным словом, показывающим определенные отношения между членами простого предложения [Федотова, 2017: 22].

В качестве союза оно используется для того, чтобы ввести придаточное предложение причины. В этом случае на русский язык оно передается такими словами как «поскольку», «так как», «потому что», «ибо»:

*This rule rests on public necessity, for the welfare of society and the safety of the individuals depend on the enforcement of criminal laws.*

*Основой для данного правила является общественная необходимость, так как благополучие общества и безопасность отдельных личностей зависят от соблюдения уголовного законодательства.* (здесь и далее перевод мой - М.К.).

В качестве предлога "for" наиболее часто имеет следующие значения:

а) временное значение:

*As used herein, the term "persistent delays" shall mean any one delay of fulfillment by the Tenant of the obligations hereunder **for** more than 15 (fifteen) calendar days or 2 (two) or more delays of more than 10 (ten) calendar days within the Lease Term.*

В контексте настоящего Договора термин "систематические задержки" означает любую просрочку исполнения Арендатором обязательств по настоящему Договору более чем **на 15 (пятнадцать) календарных дней либо 2 (две) или более задержки более чем на 10 (десять) календарных дней в течение Срока Аренды.**

б) пространственное значение - протяженность или направление:

*The subject vehicle shall travel **for** a distance of at least 60 m, at a constant speed of 50 +/- 2 km/h to pass centrally between the two stationary vehicles.*

Упомянутое транспортное средство должно проехать расстояние не менее 60 м при постоянной скорости 50 +/- 2 км/ч для того, чтобы пройти по середине между двумя неподвижными транспортными средствами.

с) значение цели, намерения, назначения (варианты перевода - «для», «ради», «за что-то»):

*The Tenant shall have the right to claim termination of this Agreement in the court order before the expiration of the Lease Term in the event of Landlord's default, which renders the Premises untreatable **for** the Tenant's use and occupancy according to the Permitted Use.*

Арендатор вправе потребовать в судебном порядке расторжения настоящего Договора до истечения Срока Аренды в случае неисполнения обязательств Арендодателя, в результате которого Помещение становится непригодным для использования в соответствии с Разрешенным Использованием.

д) значение причины, повода (варианты перевода – «по причине», «так как»):

*The company says it considered terminating the contract based on its view that the contractor had breached the contract, but decided against doing so **for a number of reasons.***

*Представители компании утверждают, что они рассматривали вопрос о расторжении контракта на основании его нарушения подрядчиком, но решили воздержаться от этого **по ряду причин.***

"Since" в предложении может быть союзом, предлогом или наречием.

В качестве союза "since" встречается при вводе:

а) придаточных предложений причины. В таком случае он переводится на русский язык как «поскольку», «так как»:

**Since** landlords generally aren't responsible for problems caused by a tenant's carelessness, tenants can be billed for repairs.

**Поскольку** в большинстве случаев арендодатели не несут ответственности за проблемы, вызванные небрежностью арендатора, арендаторам может быть выставлен счет за ремонт.

б) придаточных предложений и переводится словами «после того как», «с тех пор как»:

**Since** the US Supreme Court permitted the resumption of the death penalty in 1976, there have been 650 persons executed.

**С тех пор** как в 1976 году Верховный суд США одобрил восстановление смертной казни, было казнено 650 человек.

В качестве предлога "since" указывает на начало какого-либо периода времени и переводится русским предлогом «с»:

*The concept of "habitual residence" has been much used **since** the Second World War.*

Понятие «место постоянного проживания» широко используется **со времен** Второй мировой войны.

В качестве наречия "since" обычно стоит и конце предложения и, как правило, переводится на русский язык словами «с тех пор»:

*It has been accepted ever **since** that the courts have the power to decide on the extent of prerogative powers.*

**С тех пор** это стало общепринятой практикой, что вопрос об определении объема исключительных полномочий рассматривается судами.

Слово "unless" обычно переводится на русский язык словами «если только... не», «если не ...»:

*The decision of the court of appeals is final, **unless** it is appealed to the US Supreme Court.*

Решение апелляционного суда считается окончательным, **если оно не обжаловано в Верховном суде США.**

В случаях, если в главном предложении содержится слово с отрицательным значением, союз "unless", вводящий придаточное предложение, лучше перевести на русский язык словами «за исключением тех случаев, когда»:

*Even is short-terms leases printed forms should be avoided, **unless** inspected and found acceptable.*

*Даже при заключении договора аренды на краткий срок не следует использовать печатные бланки, за **исключением тех случаев**, когда они будут предварительно проверены и признаны приемлемыми.*

Союз "whether" может употребляться в текстах юридического характера в следующих основных случаях:

а) для введения косвенного вопроса:

*On 10 December 2019, at the beginning of the trial, the judge asked the defendant whether he understood Spanish.*

*В начале судебного разбирательства 10 декабря 2019 года судья спросил у обвиняемого, понимает ли он по-испански.*

с) Для ввода определительных придаточных, выражающих неуверенность или возможность выбора:

The question of **whether** excessive force may be used in self-defense frequently arises.

*Часто поднимается вопрос о том, допустимо **ли** чрезмерное применение силы в целях самообороны.*

с) для ввода условных или уступительных придаточных предложений, предполагающих выбор: в данном случае в английском предложении после "whether" стоит отрицание "or not":

*Social Security taxes, however, must be paid on household workers **whether or not** the employer withholds the amount from employee's salary.*

*Однако домашней прислуге налоги на социальное обеспечение должны выплачиваться независимо от того, удерживает **ли** работодатель определенную сумму из заработной платы работника.*

Можно заключить, что перевод служебных слов в юридическом тексте не менее важен, чем перевод терминов и аббревиатур. От подбора правильного служебного слова напрямую зависит смысл предложения. Поэтому при переводе юридического текста стоит искать в оригинале служебные слова и опираться на них для того, чтобы лучше понять смысл текста и передать его на языке перевода.

### **Литература**

1. Алексеев Ю. Г., Алексеева Т. С., Гаврилова Т. С. Синтаксические трансформации в юридическом переводе (на примере постановления Большой палаты Европейского суда по правам человека по делу «Бочан против Украины № 2», № 22251/08 от 05.02.2015) // Симбирский научный вестник № 1 (19). Ульяновск, 2015. С. 155–158.
2. Атабекова А. А. Юридический перевод в междисциплинарном контексте. Монография. М.: Юнити Дана, 2011. 131 с.
3. Галюк И. В., Кондратьева П. Б., Орлов А. Г. Техника юридического перевода (английский язык). Санкт-Петербургский юридический институт (филиал) Академии Генеральной прокуратуры РФ, 2014. 109 с.
4. Скворцов О. Г. Перевод деловой и юридической документации: учебное пособие. Издательство Уральского университета, 2019. 144 с.
5. Федотова И. Г., Толстопятенко Г. П., Старосельская Н. В., Ишевская Н. А. Практикум по переводу с английского языка на русский и с русского языка на английский текстов юридического характера. Статут, 2017. 101 с.

### **Источники**

6. Requirements and tests for the type-approval of motor vehicles with regard to AEBs [Электронный ресурс]. URL:<http://www.legislation.gov.uk/eur/2012/347/annex/ii/2012-04-16/data.xht> (дата обращения: 18.03.2020).

## ПРИМЕНЕНИЕ ГРАММАТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ПРЕДЛОЖНЫХ КОНСТРУКЦИЙ С КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

*М.А. Костюкова*

*Иркутский государственный университет, г. Иркутск*

*Научный руководитель – кандидат философских наук О. Г. Кожбицкая*

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются грамматические преобразования на примерах перевода некоторых предложных конструкций с китайского языка на русский. За основу берется классификация переводческих трансформаций, предложенная В. Н. Комиссаровым. Под предлогами понимаются служебные слова, которые выражают разные отношения между словами в предложении. В статье мы будем опираться на классификацию предлогов, предложенную китайским лингвистом Дай Сюймэем.

**Ключевые слова:** грамматические преобразования, предложные конструкции, переводческие трансформации, синтаксическое уподобление, перевод.

Предложные конструкции, которые можно довольно часто встретить в современном китайском языке, являются составным элементом многих видов предложений и придаточных частей предложений. Важно уметь качественно переводить такие конструкции с китайского языка на русский, учитывая грамматические особенности каждого из языков.

В типологической классификации китайский язык относится к языкам изолирующего типа, в то время как русский язык входит в группу флективных языков. В изолирующих языках, к которым относится китайский язык, отношение слов в предложении к другим словам никак не выражено, следовательно, их синтаксическая роль маркируется с помощью порядка слов в предложении и служебных слов, например, предлогов и предложных конструкций. В языках флективного типа, как, например, русский язык, у слов через их форму выражается отношение к другим словам, а также их синтаксическая функция. Так как у слов русского и китайского языков разные способы обозначения их синтаксической роли, то при переводе приходится прибегать к грамматическим трансформациям. Это и обусловило актуальность данной работы.

В работе дается классификация предложных конструкций китайского языка, разбираются грамматические конструкции, предложенные В. Н. Комиссаровым, а также приводятся примеры применения грамматических трансформаций при переводе некоторых видов предложных конструкций с китайского языка на русский.

Объектом исследования выступает перевод предложных конструкций с китайского языка на русский.

Предметом являются грамматические трансформации, применяемые при переводе предложных конструкций.

Целью работы является характеристика грамматических трансформаций при переводе предложных конструкций с китайского языка на русский.

В ходе написания работы был использован метод анализа источников, метод обобщения, сплошная выборка статей из китайских газет.

Для начала нам следует обозначить понятия «предлог» и «предложная конструкция». В научной литературе существует несколько определений понятия «предлог».

О. М. Готлиб, например, определяет предлоги как «слова, употребляемые перед существительными, местословиями и словосочетаниями, группируя их при выражении времени, пространства, цели, объекта, способа и других значений» [Готлиб, 2012: 137].

По мнению В.И. Горелова, предлогами называют служебные слова, которые выражают объектные, пространственные, временные, целевые и причинные отношения [Горелов, 1982: 40].

По мнению Дай Сюймэя, предлогом называется слово, которое можно поставить перед местоимением или существительным, чтобы образовать предложную конструкцию времени, места, направления, причины, способа, пассива, сравнения или исключения [Дай Сюймэй, 2008: 99].

А.И. Иванов под предлогом подразумевает специальное наращение, которое употребляется перед существительным, после него, а также и перед, и после существительного одновременно [Иванов, 2003: 95].

Если соединить все вышеуказанные определения в одно, то получим следующее определение предлога. Предлог – это служебная часть речи, которая служит для выражения разных видов отношений и ставится перед существительным, местоимением или словосочетанием.

Предлоги, которые принимают после себя существительное или местоимение и послелог образуют предложную конструкцию. В. И. Горелов выделяет два вида предложных конструкций, называя их «обстоятельственные обороты места» и «обстоятельственные обороты времени». В этих оборотах на первом месте стоит предлог, на втором – имя существительное или местоимение, на третьем – послелог. Послелог – это служебные слова, которые уточняют отношения, выражаемые предлогами.

Обстоятельственные обороты места употребляются для выражения пространственных отношений. Предлог обозначает место нахождения предмета, место совершения действия, направление действия. Послелог в таких конструкциях дополняет пространственное отношение, выраженное предлогом. Например: *我在城外住。 – Я живу за городом* [Горелов, 1982: 74].

Обстоятельственные обороты времени употребляются для выражения временных отношений. Предлог в этой конструкции используется для выражения времени совершения действия или временных рамок действия. Как и в обстоятельственных оборотах места, послелог в обстоятельственных оборотах времени дополняют значение предлога. Например: *在六月里，我们到南方去了一趟* [Горелов, 1982: 76].

О. М. Готлиб лишь перечисляет предложные конструкции, не прибегая к их классификации. При этом, среди перечисленных конструкций есть те, которые по смыслу не подходят ни к обстоятельственным оборотам времени, ни к обстоятельственным оборотам места, предложенным В. И. Гореловым. Например, *跟...一样，与...相同* и т.д. [Готлиб, 2012: 140]. Это можно объяснить тем, что

помимо обстоятельственных оборотов В.И. Горелов отдельно выделяет предложения с придаточной частью, в состав некоторых из них входит и предлог, и существительное, и послелог, однако, кроме этого, в предложениях с придаточной частью, в отличие от обстоятельственных оборотов, есть глагол. Например, *从到北京以后，我一直没跟他通信。 – Приехав в Пекин, я вообще не переписывался с ним* [Горелов, 1982: 135].

В. И. Горелов различает следующие придаточные части:

- Временные

Как и обстоятельственные обороты времени, употребляются для выражения временных отношений. Например, *吃早饭的时候，我听无线电。 – Завтракая, я слушаю радио* [Горелов, 1982: 133];

- Целевые

Употребляются для обозначения цели, образуются при помощи союзов или специальных слов. Например, *我要买一双黄皮鞋，好配着那套洋服穿。 – Я хочу купить коричневые ботинки, чтобы носить их с тем костюмом* [Горелов, 1982: 135];

- Причинные

Указывают причину, создаются при помощи союзов. Например, *因为不了解这些特点，他们就犯了严区的错。 – Из-за того, что они не понимали этих особенностей, они совершили серьезную ошибку* [Горелов, 1982: 146];

- Условные

Обозначают условие, создаются при помощи союзов и союзных слов. Например, *如果不牺牲他，一切便无可挽回了。 – Если не пожертвовать им, то все погибнет* [Горелов, 1982: 147];

- Уступительные

Указывают уступку, образуются при помощи союзов, союзных частиц и специальных слов. Например, *无论如何，我们要继续奋斗下去 – Что бы не случилось, мы должны продолжать бороться* [Горелов, 1982: 150];

- Результативные

Указывают результат, образуются с помощью специальных слов или со специальной частицей. Например, *他累得动也不动。 – Он так устал, что не мог даже пошевеливаться* [Горелов, 1982: 152];

- Выражающие отношения сродства

Образуются при помощи сложных союзов и указывают на различие или сходство посредством сравнения. Например, 他爱钱如命。 - *Он дорожит деньгами, словно жизнью.* [Горелов, 1982: 155].

В данной работе за основу будет взята классификация Дай Сюймэя, так как в ней находят место и предложные конструкции, выделяемые В. И. Гореловым, и придаточные части, в состав которых входят предложные конструкции, а также предложные конструкции, приведенные в качестве примера в учебнике О. М. Готлиба «Практическая грамматика современного китайского языка».

Таким образом, все предложные конструкции, в зависимости от отношений, которые они выражают, можно разделить на предложные конструкции времени, места, направления, причины, способа, сравнения, исключения и пассива.

Далее перейдем к рассмотрению переводческих трансформаций. В настоящее время существует множество работ, посвященных проблеме переводческих трансформаций и большое количество разных точек зрения по поводу их классификаций.

На данный момент единой классификации типов переводческих трансформаций не существует. Каждый ученый классифицирует переводческие преобразования, разделяя их на типы, по своему усмотрению. Однако переводческие трансформации в каждой классификации остаются те же самые.

В. Н. Комиссаров определяет трансформации в переводе как «преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода в указанном смысле» [Комиссаров, 1990: 171]. Он считает, что в случае, если словарное соответствие отсутствует в языке перевода, либо же условия контекста не позволяют его применить, то приходится прибегнуть к переводческим трансформациям.

В зависимости от характера единиц языка оригинала, В. Н. Комиссаров делит межъязыковые трансформации на лексические, грамматические и комплексные лексико-грамматические.

К наиболее распространенным грамматическим трансформациям В. Н. Комиссаров относит:

- Синтаксическое уподобление;
- Членение предложения;

- Объединение предложений;
- Грамматические замены.

Синтаксическое уподобление, также называемое дословным переводом, применяется в том случае, когда в языке оригинала и языке перевода существуют параллельные синтаксические конструкции. Таким образом, синтаксическая структура оригинала при переводе преобразуется в соответствующую ей синтаксическую структуру перевода, при этом могут опускаться служебные слова, такие как предлоги, союзы и т.д., могут изменяться морфологические формы, например, падежи, однако порядок расположения слов предложения остаётся прежним. Например, *One of the greatest events in the period following World War I and the Russian Revolution, and closely connected with them both was the growth of the world Communist movement. – Одним из важнейших событий периода, последовавшего за первой мировой войной и социалистической революцией в России, событием, тесно связанным с войной и революцией, был рост коммунистического движения во всем мире* [Комиссаров, 1990: 178].

Членение предложение – грамматическая трансформация, при использовании которой синтаксическая структура предложения оригинала при переводе преобразуется в две или более предикативные структуры. Таким образом, простое предложение оригинала может при переводе преобразоваться в сложное, а сложное предложение оригинала может быть заменено самостоятельными предложениями. Например, *The annual surveys of the Labour Government were not discussed with the workers at any stage, but only with the employers. - Ежегодные обзоры лейбористского правительства не обсуждались среди рабочих ни на каком этапе. Они обсуждались только с предпринимателями* [Комиссаров, 1990: 179].

Также существует трансформация, обратная членению предложения – объединение предложений. В результате применения данной грамматической трансформации два предложения оригинала при переводе преобразуются в одно. Например, *That was a long time ago. It seemed like fifty years ago. – Это было давно - казалось, что прошло лет пятьдесят* [Комиссаров, 1990: 180].

К грамматическим трансформациям также относятся и грамматические заме-



ны. Грамматические замены – это переводческие трансформации, которые представляют собой преобразование грамматического значения единицы при переводе. Такому преобразованию могут быть подвержены единицы предложения любого уровня, поэтому среди грамматических замен выделяют замену членов предложения, замену частей речи, замену типов предложения.

Замена членов предложения и замена частей речи при переводе приводит к перестройке синтаксической структуры предложения. Например, *Visitors are requested to leave their coats in the cloakroom.* - *Посетителей просят оставлять верхнюю одежду в гардеробе* [Комиссаров, 1990: 182].

Когда заменяют тип предложения, то синтаксическая структура также меняется. При применении этой трансформации сложное предложение может преобразоваться в простое, сложное приложение с сочиненной связью может преобразоваться в сложное предложение с подчиненной связью и наоборот, сложное предложение с бессоюзной связью может замениться сложным предложением с союзной и наоборот и т.д. Например, *It was so dark that I could not see her.* – *Я ее не мог видеть в такой темноте* [Комиссаров, 1990: 183].

Чаще всего при переводе мы использовали синтаксическое уподобление. Предложные конструкции в примерах выделены жирным шрифтом:

例如湖北省, **在中国新年前**, 央行说已经调拨去40亿元新钞. *Например, в провинции Хубэй **накануне китайского Нового года** центральный банк заявил о выпуске 4 миллиардов юаней в виде новых банкнот* [«Жэньминь жибао»].

В этом примере используется синтаксическое уподобление, так как в языке оригинала и языке перевода есть параллельные синтаксические конструкции (в...前 и перед/накануне чего-то). При переводе был опущен служебный элемент – предлог 在, а послелог 前 был вынесен в препозицию перед существительным.

这些中国航班**从6月到10月**将处于「取消」状态. *Эти китайские рейсы **отменяют с июня по октябрь*** [«Жэньминь жибао»].

В данном примере также применяется синтаксическое уподобление. Все служебные элементы были сохранены при переводе.

他只好**在家中自己掌勺**. *Он должен был **позаботиться сам о себе дома*** [«Жэньминь жибао»].

В этом примере при переводе нам следует применить синтаксическое уподобление. При этом опускается предлог и послелог, так как в русском языке значения, которые передаются с помощью предлога и послелога в китайском языке, передаются при помощи падежной формы существительного.

在遗书中, 常凯说, 老爷子大年初一1月25日(周六)发烧咳嗽, 呼吸困难, 送至多家医院就治, 均告无床位接收, 多方求助, 也还是一床难求. **В предсмертном письме Чан Кай написал, что 25 января (суббота) у него был жар, кашель и одышка, и его доставили в несколько больниц для лечения, однако коек нигде не было** [«Жэньминь жибао»].

При переводе этого предложения нам снова следует использовать синтаксическое уподобление. Послелог 中 при переводе опускается.

但是这个邪恶的党(魔教)在历史上却对众生、对神佛犯下了滔天大罪, 神一定要清算这个恶魔. **Однако в истории эта гнусная группировка (дьявольское учение) совершила отвратительные грехи против всех существ и богов, и Бог должен уничтожить этого демона** [«Жэньминь жибао»].

В данном случае мы опять должны прибегнуть к синтаксическому уподоблению, при этом послелог 上 при переводе опускается.

当他遇到**严重车祸**的时候, 就是把最后该还的业力集中一次还完了, 表现形式就是病好了. **Попаев в серьезную автомобильную аварию, он сконцентрировал свои последние силы еще раз и поправился.**

В этом примере при переводе мы из сложного предложения сделали простое, заменив предложную конструкцию китайского языка причастным оборотом. Тут мы применили замену типа предложения.

就**在她享受这一切**的时候, 突然之间, 布里奇特被送回到她的肉身中, 此时医护人员正在对她进行急救... **Внезапно, пока она наслаждалась этим всем, Бриджит**

*«вернулась» в ее тело. Как раз в это время ей была оказана первая помощь... [«Жэньминь жибао»].*

Переводя этот пример, нам пришлось воспользоваться ни одним, а несколькими переводческими приемами сразу. Во-первых, мы поменяли местами два предложных оборота, чтобы передать точный смысл предложения. Во-вторых, мы пре-

образовали одно предложение оригинала в два предложения на языке перевода.

Таким образом, можно отметить, что в большинстве случаев при переводе предложных конструкций с китайского языка на русский используется синтаксическое уподобление. В некоторых случаях при переводе опускается предлог и/или послелог.

#### ***Литература***

1. Горелов В. И. Практическая грамматика китайского языка. М.: Внешторгиздат, 1957. 192 с.
2. Готлиб О. М. Практическая грамматика современного китайского языка. М.: Восточная книга, 2012. 287 с.
3. Дай Сюймэй. 300 грамматических правил. М.: Восток – Запад, 2008. 287 с.
4. Иванов А. И. Грамматика современного китайского языка. М.: УРСС, 2003. 302 с.
5. Комиссаров В. Н. Теория перевода. М.: Высшая Школа, 1990. 250 с.

#### ***Источники***

6. «Жэньминь жибао» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.renminbao.com/> (дата обращения: 18.03.2020).

## ЧИСЛИТЕЛЬНЫЕ В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА КИТАЙЦЕВ

А. Ю. Наумова

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

**Научный руководитель – кандидат филологических наук И. В. Шаравьева**

**Аннотация.** В статье рассматривается роль числительного 5 в китайской культуре, приводится анализ суеверий, концепций, коды цифрового языка в сфере Интернет коммуникации, а также фразеологизмов с данным числительным. Все суеверия и концепции приводятся с объяснением, роли числительного 5 в фразеологизмах классифицированы и представлены в виде таблицы.

**Ключевые слова:** языковая картина мира, числительное, концепция, суеверия, цифровой код, фразеологизм.

На протяжении веков вопросы межъязыковой коммуникации интересовали всех, кто занимался изучением иностранных языков, в особенности переводчиков. Напряжение контакта с носителем иного языка, иной культуры, иных взглядов на окружающий мир и по сей день является сложной задачей. Нередки случаи, когда между носителями разных языков возникает недопонимание не только на уровне языка, но и на уровне культуры. Этим обусловлена актуальность данной работы.

Язык, несомненно, является частью культуры любого народа, а также важным способом формирования и существования знаний о мире. Все знания, запечатленные в языковой форме, принято называть языковой картиной мира (далее также ЯКМ).

ЯКМ можно назвать «проводником» мировидения и мироощущения народа. Каждый язык несет в себе свою систему восприятия мира, которая при этом разделяется между носителями. Языковая картина мира «определяет особый набор звуков и звуковых сочетаний, особенности строения артикуляционного аппарата носителей языка, просодические характеристики речи, словарный состав, словообразовательные возможности языка и синтаксис словосочетаний и предложений, а также паремнологический багаж» [Вайсгербер, 2004].

Китайская ЯКМ – явление необычное, изучать которое достаточно сложно. Причина состоит в том, что сам язык обладает рядом особенностей. Согласно исследованиям специалиста в области китайского языкознания, Тань Аошунан, одна из самых ярких особенностей – это то, что историческая модель времени «перевернута в другом направлении», другой мож-

но назвать игнорирование противопоставления единственного и множественного (т.к. в китайском языке отсутствуют данные категории, множественность указывается при помощи числительных). Также стоит отметить тот факт, что большую роль в культуре китайцев играют числительные.

С глубокой древности и по настоящее время в Китае числительные наделялись сакральным смыслом, люди очень трепетно относятся к ним. В подтверждение этой точки зрения приведем цитату из трактата «Го юй» (国语, «Речи царств»): «Как правило, действия людей и духов должны совпадать с числами, а совпадение – прославляться звуками, ибо только после совпадения действий с числами и гармонии чисел со звуками можно добиться единства [между духами и людьми]».

Каждое число в китайской культуре важно, но особенно выделяется на общем фоне числительное 5. Оно играет одну из ведущих ролей в познании действительности китайцами. С ним связано множество философских концепций, таких как, например, 五行 (У-син) или «пять первоэлементов». Эта концепция предполагает выделение 5 основополагающих и порождающих или подавляющих друг друга элементов Вселенной: вода (水), дерево (木), огонь (火), металл (金) и земля (土). Каждый из элементов занимает строго определенное место (как указано выше). Все они связаны через главный элемент – «земля». Без него элементы не смогли бы правильно взаимодействовать друг с другом, и тогда бы воцарился хаос.

Концепция У-син является основой для многих других, например «5 сторон

света», «5 вкусов», «5 цветов» и т.д. и компоненты этих концепций тесно связаны с первоэлементами. Например, элементу вода соответствует сторона света Север, соленый вкус, черный цвет; элементу земля – сторона света Центр, сладкий вкус и желтый цвет и т.д.

Однако не только концепции столь ярко отражают роль числительных в жизни китайцев. Это можно проследить через такое явление как суеверия. Суеверия существовали в народе с глубокой древности и сохранились до сегодняшнего дня.

Китайский ученый-лингвист, Цуй Хун Ень говорит, что такое отношение к числам связано с тем что «источником переосмысления чисел оказываются их сходство в звучании с эмоционально-оценочными словами» [Цуй Хун Ень, 2003]. Символика чисел в их омонимическом значении очень часто играет важную роль.

Например, широко известно, что число 4 (四 - sì) созвучно со словом «смерть» (死 - sǐ) или то, что число 8 (八 - bā) созвучно со словом (匚 - fā), одно из значений которого «богатство, процветание», поэтому числа 4 многие китайцы стараются избегать, а 8 – наоборот. Так по причине созвучия числа 8 со словом с положительным значением, открытие Олимпийских игр 2008 в Пекине проводилось 8 августа в 8 часов 8 минут и 8 секунд, то есть 8.08.08. 8:08:08 или 6 восьмерок, а 六八 (liù bā) созвучно со словосочетанием 路 (lù fā), что переводится как «путь процветания».

Как можно видеть, числительные как отдельно, так и в комбинации, могут призвать удачу или навлечь беду. Например, комбинация цифр в числе 1314 (yī sān yī sì) звучит как 一生一死 (yī shēng yī sǐ), что переводится как «только смерть разлучит нас» (одна жизнь и одна смерть). Другим примером может служить число 28 (èr bā), которое звучит похоже на словосочетание 二匚 (èr fā), что означает «двойное процветание». Еще одним примером может служить комбинация 5354 (wǔ sān wǔ sì), что звучит похоже на сочетание 无生无死 (wú shēng wú sǐ), то есть «быть на грани смерти» (ни жив, ни мертв).

По этой причине сходства звучания числительных с определенными словами

могут подолгу подбирать номера телефонов, квартир, машин, офисов и т.д.

Однако не только концепции и суеверия могут продемонстрировать, насколько важны числительные в культуре Китая. В том, что касается обращения с числами, китайцы проявляют большую изобретательность.

Как известно, в любом языке есть свой сленг и свои упрощения. Во многих языках, например, русском и английском, многие слова для упрощения пишут при помощи сочетания букв и цифр. Однако только в китайском языке существует «цифровой код» (数字密码), то есть полное замещение иероглифов цифрами при написании сообщений в социальных сетях, SMS-сообщений и не только.

В молодежной среде приобрела популярность «игра в омофоны», которая породила огромное количество числовых сокращений, построенных по аналогии с похожими в английском языке. Разница лишь в том, что в китайском языке числами шифруются не только отдельные слова, но и целые предложения. При этом для языковой игры достаточно и частичной омонимии, то есть совпадения лишь нескольких звуков шифруемого слова со звучанием заменяющего его числа. Смысл таких выражений, как правило, понимается по контексту. Однако нужно помнить, что в разных диалектах числа произносятся по-разному, поэтому числовая символика отличается от региона к региону.

Перечислить все существующие комбинации не представляется возможным по причине того, что их список все время пополняется. Тем не менее, на данный момент в Интернете существуют своеобразные словари цифровых кодов, которые позволяют понять, что именно зашифровано в сообщении. Приведем значение числительного 5:

- «5» - 五 (wǔ) – распространенное сокращение для слов 我 «я», 无 «не, ничто», реже 匚 как звук плача;

Теперь же рассмотрим цифровые коды с числом 5 на примере нескольких популярных выражений и определим его роль:

- 04592 – 你是我最匚 – ты мой единственный (моя единственная) – «форма местоимения я»;

- 0594184 –你我就是一□子 – ты и я на всю жизнь – «форма местоимения я»;
- 555 – □□□ – звук плача – «звукоподражание»;
- 1573 – 一往情深 – безоглядно люблю – «предлог»;
- 548 – 无事吧 – ты не занят? – «отрицательная частица не»;
- 558 – 午午安 – добрый день – «слово день, полдень».

При анализе 70 выражений, было замечено, что такие коды используются для выражения чувств между партнерами, в любовных переписках, однако есть и нейтральные выражения, но их значительно меньше. Также анализ показал, что для замены местоимения «я» числительное использовалось в 56 выражениях из 70, для замены отрицательной частицы «не» - в 7 выражениях, для замены существительного – в 5 выражениях, для замены глагола – в 1 выражении, для замены предлога – в 1 выражении и для замены звукоподражания – в 1 выражении.

Однако стоит упомянуть еще одно явление, которое так же может наглядно продемонстрировать значение числительного 5 – фразеологизмы или иначе чэньюи (成□).

Для исследования были отобраны 150 фразеологизмов. При анализе выборки удалось выяснить, что все значения числительного 5 можно разделить на следующие категории:

1. Многообразие. К этой категории мы отнесли чэньюи, которые несут в себе такие оттенки значения как: разнообразный, разных форм и размеров, разноцветный, пестрый. Примерами чэньюев данной категории могут послужить:

- 五彩斑□ (wǔ cǎi bān lán) – буквально переводится как (что-либо) 5-ти цветов и с разными узорами, значение – пестрый, разноцветный;
- 五彩□□ (wǔ cǎi bīn fēn) – буквально – (пестреть) 5-ю цветами, значение – очень красивый (о вещи), разноцветный;

2. Множество, величина. К этой категории мы отнесли чэньюи, которые несут в себе такие оттенки значения как: размер, степень (например, очень, чрезвычайно), количество, частота, дробление на части. Примерами чэньюев данной категории могут послужить:

- 四分五裂 (sì fēn wǔ liè) – буквально – на 4 (части) разделились и на 5 ра-

зорвались, значение – расколоться на части, разделиться;

- 三令五申 (sān lìng wǔ shēn) – буквально – 3 раза дать приказ и 5 раз повторить, значение – неоднократно предупредить, многократно повторять;

3. Эмоции. К этой категории мы отнесли чэньюи, которые указывают на какие-либо эмоции человека. Примерами могут послужить:

- 五里□中 (wǔ lǐ wù zhōng) – буквально – стоять посреди тумана на 5 ли, значение – быть в растерянности, запутаться;

- 五味俱全 (wǔ wèi jù quán) – буквально – смешались все 5 вкусов, значение – испытывать смешанные чувства;

4. Власть, статус. К этой категории мы отнесли чэньюи, которые указывают на самого императора, либо на его власть, также на статус человека в обществе. Примерами могут послужить:

- 大烹五鼎 (dà pēng wǔ dǐng) – буквально – иметь обильное угощение и 5 треножников, значение – жить в богатстве и достатке;

- 九五之尊 (jiǔ wǔ zhī zūn) – буквально – почитать сына Неба, значение – императорский трон, императорское положение;

5. Качества человека. К этой категории мы отнесли чэньюи, которые указывают на какие-либо качества человека, например, умственные, физические и тд. Примерами могут послужить:

- 五谷不分 (wǔ gǔ bù fēn) – буквально – не различать 5 злаков, значение – не разбираться в деле, страдать от недостатка практических знаний;

- 学富五□ (xué fù wǔ chē) – буквально – науками богат на 5 повозок, значение – знаток, обладающий большой библиотекой и знаниями;

6. Общие понятия. К этой категории мы отнесли все остальные чэньюи, которые обозначают какие-либо предметы или явления, которые нельзя отнести ни к одной из вышеперечисленных категорий. Примерами могут послужить:

- 五方□□ (wǔ fāng zá chǔ) – буквально – сторона, где смешались (люди) всех мест, значение – большой город, жители которого приехали из разных мест;

- 五体投地 (wǔ tǐ tóu dì) – буквально – 5-ю конечностями пасть на землю, значе-

ние – форма буддийской церемонии, а также падать ниц;

Все фразеологизмы, как удалось выяснить, могут иметь положительное, от-

рицательное или нейтральное значение (в любой категории).

Приведем результаты исследований в виде таблицы (см. табл. 1):

Таблица 1

Категория	Положительное значение	Отрицательное значение	Нейтральное значение	Итого
Многообразие	4	0	2	6
Множество, величина	5	8	8	21
Эмоции	2	6	1	9
Власть, статус	6	1	4	11
Качества человека	25	26	3	54
Общие понятия	11	6	28	45

В целом, можно сказать, что числительные играют большую роль в культуре Китая. Практически во всех жизненных аспектах, так или иначе, фигурируют числа. С ними связано множество суеверий, они являются базой для создания языка в сфере Интернет коммуникации, с ними существует множество фразеологизмов и т.д. Большое значение в жизни китайцев

имеет число 5, с ним связаны основные концепции китайской философии и не только. Дальнейшее углубленное изучение данной темы позволит нам лучше понимать китайцев, как именно они видят мир через призму чисел и как избежать недопонимания и культурных конфликтов в дальнейшем.

### Литература

1. Вайсгербер Й. Л. Родной язык и формирование духа. М.: Едиториал УРСС, 2004. 232 с.
2. Готлиб О. М., Му Хуаин. Китайско-русский фразеологический словарь. Около 3500 выражений, 2-е изд., стереотип. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2019. 596 с.
3. Ди Яогуанг, Л. А. Киселева. Репрезентация символических смыслов числового кода культуры в русском и китайском языках // Известия ВГПУ. Филологические науки. 2019. № 6. С. 195–199.
4. Дун Чжуншу Обильная роса на летописи «Чунь цю». Смысл пяти элементов / пер.: А. С. Мартынова. М.: Наука, 1990. 4 с.
5. Попова З. Д. Стернин И. А. Язык и национальное сознание. Вопросы методологии. Воронеж : Истоки, 2002. 151 с.
6. Тань Аошуан Китайская картина мира. Язык, культура, ментальность. М.: Языки славянской культуры, 2004. 240 с.
7. Таскин В. С., Крюков М. В. Го юй (Речи царств) М.: Наука, 1987. 471 с.
8. Цуй Хун Ень Семантика наименований чисел в русском и китайском языках: лингвокультурологический аспект: автореферат дис. Кандидата филол. Наук: 10.02.20. Краснодар: Кубан. гос. ун-т. 2003. 23 с.

### Источники

9. StudyChinese.ru [Электронный ресурс]: Китайские фразы из чисел. URL: <https://studychinese.ru/articles/4/205/> (дата обращения: 15.02.2020)
10. Хабр [Электронный ресурс]: Цифры в культуре Китая / сост. Е. Маничева; АBBYY. 2011. URL: <https://habr.com/ru/company/abbyy/blog/118654/> (дата обращения 17.02.2020).
11. 沪江 [Электронный ресурс]: 成口大全 / 沪江教育科技有限公司. – 上海, 2007-2020 URL: [https://m.hujiang.com/xx\\_cyu/wuzidechengyu/](https://m.hujiang.com/xx_cyu/wuzidechengyu/) (дата обращения 13.02.2020).

## ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЭВФЕМИЗМОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

*К. А. Скворцова*

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск*

**Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент Ю. Г. Алексеев**

**Аннотация.** Статья посвящена явлению эвфемии, причинам его возникновения, сферам и причинам использования эвфемизмов в прессе. Кроме этого, рассматриваются наиболее употребительные способы перевода эвфемизмов в прессе с английского языка на русский, среди которых можно выделить подбор эквивалента, калькирование, конкретизация, генерализация и описательный перевод.

**Ключевые слова:** эвфемизмы, перевод эвфемизмов, англоязычная пресса, политическая корректность, сферы использования эвфемизмов.

Язык – социальное явление, отражающее изменения человеческого сознания, культурных и социальных ценностей во всех сферах общества. В современном мире наблюдается тенденция к политической корректности и толерантности, что находит отражение во многих языках. По мнению З. С. Трофимовой, это связано «с возникновением идеи культурного плюрализма и вытекающей отсюда необходимости пропорционально представлять произведения литературы и искусства, достижения в общественной и политической жизни, относящиеся к представителям всех этнических и сексуальных меньшинств» [Трофимова, 1993: 227]. Политическая корректность – практика запрета на употребление слов и выражений, которые могут оскорбить определенные социальные группы, выделяемые по признакам вероисповедания, расы, пола, национальности, сексуальной ориентации и др. Толерантность представляет собой терпимость к чужому мировоззрению, поведению, мнению, если они противоречат мировоззренческим установкам человека. Отличие двух понятий заключается в том, что первое связано с вежливостью и невозможностью нарушать принятые в языке культурно-речевые нормы, а второе связано с гуманностью человека. Языковой аспект этой тенденции проявляется в поиске новых языковых средств. Наиболее эффективным средством выражения политической корректности являются эвфемизмы.

Явление эвфемии зародилось еще в древности, когда суеверная боязнь заклинаний породила запрет на использование некоторых слов (табу). Так слова в языке разделились на общие и «сокро-

венные», которые нельзя было произносить, чтобы не разгневать Богов. Для замены таких слов придумывали новые слова, призванные скрывать свой предмет [Ларин, 1961: 110]. На разных исторических этапах запретные темы менялись, что было связано с политическими, религиозными, социальными, этническими и другими факторами.

Поскольку явление эвфемии связано с табу, изначально оно изучалось в рамках этнографии, и только в XX веке лингвисты начали изучать данную проблему. Несмотря на то, что явление достаточно изучено, ученые до сих пор не пришли к единому мнению относительно определения понятия «эвфемизм», а также границ явления и критериев отношения эвфемизмов к какой-либо классификации. В Лингвистическом Энциклопедическом словаре дается следующее определение: «Эвфемизмы — эмоционально нейтральные слова или выражения, употребляемые вместо синонимичных им слов или выражений, представляющихся говорящему неприличными, грубыми или нетактичными» [Ярцева, 1990: 590].

Причиной эвфемизации речи является желание говорящего сгладить конфликтную ситуацию, уменьшить возможный негатив, не создавать у собеседника коммуникативного дискомфорта, а также стабилизация политической, социальной и экономической ситуации в обществе.

Эвфемия охватывает многие сферы социальной жизни, Л. П. Крысин выделяет следующие:

1. Традиционная сфера - дипломатия, поскольку дипломатам и политикам невозможно решать коммуникативные задачи, используя лишь прямые наименова-

ния без намеков и недоговоренностей. Например, *пойти на крайние меры, митотворческие акции*.

2. Репрессивные действия власти: *задержать* вместо *арестовать*, *высшая мера* вместо *смертная казнь*.

3. Государственные и военные тайны и секреты, к числу которых относится производство оружия, определенных видов техники, социальный и численный состав учреждений. Например, *объект, ящик, изделие*.

4. Деятельность армии, разведки, полиции, уголовного розыска и некоторых других органов власти (*идти на задание, провести операцию, специальная акция*).

5. Отношения между различными социальными и национальными группами, статус этих групп: *некоренное население, группы повышенного риска*.

6. Некоторые виды профессий, эвфемистическое выражение которых используется, например, *контролер* вместо *надзиратель*, *исполнитель* – о человеке, который приводит в исполнение смертные приговоры [Крысин, 1994].

Эвфемизмы получили широкое распространение в прессе, которая до сих пор остается одним из основных источников получения информации о событиях в мире, к которым зачастую относятся «отрицательные» новости. Чаще всего эвфемизмы используются, когда речь идет о политических, военных и экономических действиях. Данные единицы используются с целью манипуляции, поскольку они способны отвлечь внимание и смягчить впечатление. Способность эвфемизмов манипулировать объясняется тем, что, во-первых, истинная суть явления скрывается за положительным или нейтральным словом, во-вторых, из-за большого количества информации вычленив эвфемизм представляется трудным, в-третьих, опознать эвфемизм возможно только при нахождении запрещенного значения, требующего замены. Таким образом, эвфемизмы в прессе используются, чтобы скрыть истинное положение дел, направлять общественное мнение в нужное русло, поскольку нейтральные формулировки могут вызывать нужное адресанту эмоционально-оценочное отношение к определенному тексту.

Говоря о функциях эвфемизмов в прессе, Т. В. Бойко выделяет две группы: эвфемизмы *doublespeak* и политически-

корректные эвфемизмы. Первые группа состоит из выражений, которые отражают действительность не такой, какая она есть на самом деле. Они используются, чтобы скрыть нежелательную информацию или ввести людей в заблуждение, например: *detainee* вместо *prisoner*, *casualty* вместо *victim*. Именно эта группа эвфемизмов используется в прессе в качестве средства манипуляции. Ко второй группе относятся единицы, способствующие созданию коммуникативного и этического комфорта в таких сферах, как расовая и этническая принадлежность, умственные или физические недостатки, материальное положение и т.д. [Бойко, 2006: 13–14].

Говоря о переводе эвфемизмов, стоит отметить, что вопрос о стандартном наборе способов перевода до сих пор остается открытым. Главная трудность заключается в том, что эвфемизмы являются стилистически-окрашенными средствами, поэтому при переводе необходимо не только передать денотативное значение, но и сохранить функцию вуалирования, что не всегда возможно из-за различий в лексике языка и культуре. Однако, перевод все же возможен, и в каждом конкретном случае переводчик принимает решение относительно употребления того или иного эвфемизма.

Одной из основных проблем при переводе эвфемистических единиц является распознавание эвфемизма в тексте и его понимание, поскольку без этого переводчику не удастся передать не только денотативное значение, но и эвфемистическую функцию. Безусловно, при этом важную роль играет смысловой анализ, осуществляемый перед переводом текста, когда необходимо действовать по схеме «анализ – осмысление – синтез» и при последовательном выполнении этих стадий понимать значение лексических единиц текста, а также грамматические и смысловые связи между ними, представить себе ситуацию и содержание сказанного и подбирать адекватные варианты перевода [Алексеев, Алексеева, 2014: 165].

*Migrant workers and their supporters are planning a day of action to highlight their role in the UK in what is being billed as a celebration of the contribution they make to British society* [The Guardian, URL].



Например, эвфемизм *day of action* дословно переводится как «день действия», однако, использовать этот перевод будет ошибочно, поскольку в русском языке это выражение обозначает Международный день действий против ядерных испытаний [Морева, 2018: 95]. В словаре эвфемизмов Р. Холдера дается следующее определение: «a politically motivated strike» [Holder, 2002: 98]. В словаре эвфемизмов русского языка нет аналогичной единицы, поэтому можно было бы использовать прямое наименование «день забастовки», которое можно встретить в русскоязычной прессе, однако при этом выражение не будет выполнять вуалирующую функцию. Другим вариантом перевода является слово «акция». В толковом словаре С. И. Ожегова акция определяется как «действие, предпринимаемое для какой-нибудь цели» [Ожегов, 2013], поэтому слово может быть использовано в данном контексте. Таким образом, данное предложение можно перевести следующим образом:

*Трудящиеся-мигранты и их сторонники, планируют провести акцию, чтобы подчеркнуть свою роль в Великобритании и отметить свой вклад в жизнь британского общества.*

Наиболее простым является способ **подбора эквивалента**, при котором эвфемизм передается аналогичной единицей, зафиксированной в словаре. В эту группу можно включить слова, которые пришли из латинского языка и имеют похожую форму и значение. К таким словам относятся *conflict, intervention, confrontation, operation*, которые используются в качестве эвфемизма для слова *war*. Так, в словаре эвфемизмов русского языка даются следующие определения с пометой «иноязычный эвфемизм» и «социальный эвфемизм»: операция - в.м. локальная война [Сеничкина, 2008: 289]; конфликт - в.м. локальная война, «столкновение (часто вооружённое) между различными государствами, народами, общественными группами»; конфронтация - противостояние, в т.ч. с применением оружия [Сеничкина, 2008: 162]. Таким образом, данные единицы можно перевести следующим образом:

*Donald Trump has told British officials he is not seeking a military **confrontation** with Iran and is instead aiming for direct talks with Tehran over his plan to negotiate*

*and broaden the country's nuclear deal* [The Guardian, URL].

*Дональд Трамп заверил британских чиновников, что он не стремится к военной **конфронтации** с Ираном, а хочет провести прямые переговоры с Тегераном, чтобы обсудить свой план о расширении ядерного соглашения страны.*

*Turkey had also called for western countries to establish a no-fly zone in Syria after the incident but Nato sources stressed that idea – which could lead to direct **conflict** with the Russian air force – was not seriously discussed* [The Guardian, URL].

*Также, после инцидента Турция призвала западные страны установить бесполетную зону над Сирией, но в НАТО подчеркнули, что идея, которая могла привести к прямому **конфликту** с ВВС России, не обсуждалась серьезно.*

Однако не всегда удается найти эквивалентные эвфемистические единицы в переводном языке, поэтому переводчику приходится прибегать к другим способам. Одним из таких способов является **калькирование**, которое заключается в передаче лексической единицы оригинала путем замены ее составных частей. Например, выражение *collateral damage* переводится на русский язык как «сопутствующий ущерб» и означает ущерб, возникший случайно в ходе атаки намеренной цели, обычно подразумевает убийство гражданских лиц или уничтожение гражданского имущества. Другим примером является выражение *political landscape*, которое можно перевести как «политический ландшафт» и трактовать как политическая обстановка, расстановка политических сил.

*Given the wide distribution of potential nuclear sites, far beyond the well-known ones at Isfahan and Natanz, it's almost certain there would be **collateral damage**...* [The Guardian, URL: <https://www.theguardian.com/>].

*Учитывая широкое распространение потенциальных ядерных объектов далеко за пределами известных объектов в Эсфахане и Натанзе, почти наверняка будет неизбежен **сопутствующий ущерб**...*

*Britain's **political landscape** has already been reshaped irrevocably by the Brexit vote* [The Guardian, URL].

Голосование по Brexit окончательно изменило **политический ландшафт** Великобритании.

Еще один способ перевести эвфемизм – заменить родовое понятие в исходном языке на видовое в языке перевода. Данный прием называется **калькирование** и является довольно распространенным, однако, по нашему мнению, функция вуалирования не раскрывается в полной мере. Например, эвфемизм *economically challenged* используется вместо слова *poor* для обозначения людей, находящихся в сложной экономической ситуации. На русский язык он переводится как «малоимущие граждане»:

*Tesco's chief executive, Dave Lewis, said the chain would sell low-priced, predominantly British food and appeal to the "economically challenged that need a bargain and the affluent shopper that wants a bargain"* [The Guardian, URL].

Главный исполнительный директор британской сети супермаркетов «Теско» заявил, что сеть будет продавать преимущественно британскую еду по доступной цене и привлечет **малоимущих граждан**, которым нужна выгодная покупка, и богатых покупателей, которые хотят совершить выгодную покупку».

Еще одним приемом является **генерализация**, при которой видовое понятие становится родовым. Например, в словаре эвфемизмов Р. Холдера слово *condition* означает «болезнь» [Holder, 2002: 79], однако в Cambridge Dictionary дается следующее определение: «the particular state that something or someone is in», поэтому можно перевести слово *condition* как «состояние». Рассмотрим следующий пример:

*Three people who were wounded in the Virginia Beach shooting remained in **critical condition** on Sunday, two days after a gunman opened fire in a municipal government building, killing 12. The other wounded survivor "is in much better **condition**", the Virginia Beach police chief, James Cervera, told ABC's This Week...* [The Guardian, URL].

По состоянию на воскресенье, спустя два дня после того, как злоумышленник открыл огонь в муниципальном центре американского города Вирджиния-Бич, убив 12 человек, трое раненых остаются в **критическом состоянии**.

Начальник полиции Вирджиния-Бич Джеймс Сервера заявил телеканалу ABC, что **состояние** еще одного раненого «намного лучше»...

**Описательный перевод** используется в тех случаях, когда для понимания и передачи смысла исходного значения переводчику необходимо использовать несколько дополнительных слов. Этот способ используется при переводе единиц с компонентом *impaired*, *challenged*, поскольку в словаре эвфемизмов нет эквивалентов. Например, сочетание *adverb* + «*challenged*» означает «с ограниченными возможностями», «испытывающий затруднения» и встречается в составе таких единиц, как *horizontally challenged* - страдающий ожирением, *mentally challenged* - умственно отсталый, *physically challenged* - обладающий иными физическими возможностями. Единица *impaired* используется в словосочетаниях *hearing-impaired* - плохо слышащий, *visually-impaired* - слабовидящий, *speech-impaired* - немой.

*Australia lags well behind the rest of the world in its deployment of audio descriptive technology, which narrates television to blind and **visually impaired** audiences to improve equal access* [The Guardian, URL].

Австралия значительно отстает от остального мира в области внедрения технологии аудиодескрипции, которая позволяет передавать телевизионные сообщения незрячим и **слабовидящим людям**, что обеспечивает равный доступ к телевидению.

Еще одним примером является эвфемизм *struggling family*, который обозначает семьи с низким уровнем дохода, но поскольку называть людей бедными и нищими некорректно, слово *poor* заменено на нейтральное *struggling*. Так эвфемизм можно перевести как «семья, находящаяся в бедственном положении», что точнее отражает суть эвфемизма. Приведем пример:

*The parliamentary hearing on holiday hunger heard from parents and charities about **struggling families** where parents have to stop working during the school holidays or pay crippling additional childcare costs up front* [The Guardian, URL].

Во время парламентских слушаний по вопросам кампании «Холидей Хангер» родители и благотворительные организации говорили о **семьях, находящихся в бедственном положении**, в кото-

*рых родители вынуждены уходить с работы на время школьных каникул или заранее оплачивать непосильную сумму на уход за детьми.*

Таким образом, чаще всего перевод эвфемизмов осуществляется при помощи подбора эквивалента, калькирования, конкретизации, генерализации и описательного перевода. Трудности могут воз-

никнуть как на этапе обнаружения эвфемизма в тексте и определении его значения, так и при выборе подходящего соответствия. Выбор способа перевода зависит от того, существует ли аналогичная единица в переводном языке, однако стоит учитывать стилистические особенности текста и контекст.

### **Литература**

1. Алексеев Ю. Г., Алексеева Т. С. Проблема смыслового анализа текста в художественном переводе (на материале произведения Р. Киплинга «Откуда у леопарда пятна») // Симбирский научный вестник № 4 (18). Ульяновск, 2014. С. 164–168.
2. Бойко Т. В. Эвфемия и дисфемия в газетном тексте: Автореф. дис. канд. филол. наук. СПб., 2006. 20 с.
3. Крысин Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи. Русистика. Берлин, № 1-2, 1994. С. 28–49.
4. Ларин Б. А. Об эвфемизмах // Проблемы языкознания. Л., 1961.
5. Лингвистический энциклопедический словарь // Гл. ред. В. И. Ярцева, М.: Сов. Энциклопедия, 1990. 685 с.
6. Морева А. В., Грекова О. М. Особенности и трудности перевода эвфемизмов (на материале новостных статей BBC) // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. Т. 4, № 4, 2018. С. 90–102.
7. Трофимова З. С. Словарь новых слов и значений в английском языке. М.: Павлин, 1993. 304 с.

### **Словари**

6. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка, 2013. [Электронный ресурс] URL: <https://slovarozhegova.ru/> (дата обращения: 02.03.2020)
7. Сеничкина Е. П. Словарь эвфемизмов русского языка. М.: Флинта: Наука, 2008. 464 с.
8. Cambridge Dictionary. [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (дата обращения: 02.03.2020)
9. Holder R. W. How Not To Say What You Mean: A Dictionary of Euphemisms. New York: Oxford University Press Ink, 2002. p. 501.

### **Источники**

10. The Guardian [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/international> (дата обращения: 02.03.2020)

## СПЕЦИФИКА ЗАДАНИЙ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ КОНСПЕКТИВНОМУ ПЕРЕВОДУ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

*Л. Р. Радченко, И. А. Пуник*

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск*

**Аннотация.** Основное внимание статьи сосредоточено на особенностях конспективного перевода и возможных заданиях для обучения этому виду речевой деятельности. Рассматриваются отличительные особенности реферативного и конспективного переводов, а также актуальность поднимаемой проблематики в связи с требованиями ФГОСа для будущих инженеров.

**Ключевые слова:** Перекодирование содержания текста, информационная переработка текста, реферативный и конспективный перевод, терминология, структура научной статьи.

В последнее время особую актуальность приобретают вопросы поиска резервов повышения эффективности учебного процесса за счёт правильной постановки задач обучения, конкретизации содержания обучения и соответствующих методов. Одним из наиболее актуальных вопросов остаётся проблема использования перевода для решения тех или иных дидактических задач. В частности, в какой форме, в какой степени и интенсивности можно использовать перевод при обучении чтению на иностранном языке студентов технических специальностей. Такая постановка вопроса требует уточнить определение перевода, и рассмотреть некоторые его разновидности. В лингвистике и теории перевода под переводом понимают, с одной стороны, процесс перекодирования содержания текста с одного языка на другой. С другой стороны, под переводом понимают результат этого процесса, то есть текст, созданный переводчиком. «На основании вышесказанного можно дать следующее определение перевода. Перевод – это деятельность, которая заключается в вариативном переыражении, перекодировании текста, порожденного на одном языке в текст на другом языке, осуществляемая переводчиком, который творчески выбирает вариант в зависимости от вариативных ресурсов языка, вида перевода, задач перевода, типа текста и под воздействием собственной индивидуальности» [Рыбин, 2007: 12]. По мнению специалистов, процесс перевода предполагает два этапа работы над текстом а) полное понимание

содержания исходного текста и б) обличение этого содержания в иноязычную форму [Рыбин, 2007: 15]. Типологизация перевода включает в себя несколько вариантов: по полноте и передаче содержания исходного текста различают полный и неполный типы переводов. Неполный перевод имеет несколько разновидностей. Учитывая цели и задачи данной статьи выделим конспективный и реферативный виды переводов и определим в чем состоит их сходство и различие. По мнению П. В. Рыбина сокращённый или конспективный перевод – это «передача смыслового содержания текста в сжатом виде, т. е. с опущением второстепенной информации»; реферативный перевод – это «перевод, в котором содержатся относительно подробные сведения о реферируемом документе – его назначении, тематике, методах исследования, полученных результатах» [Рыбин, 2007: 27]. Если исходить из двух указанных определений, то можно сказать, что общими характеристиками реферативного и конспективного перевода является неполнота передачи содержания иноязычного текста. Разница между этими двумя типами перевода состоит в том, что конспективный перевод осуществляется в более свободной форме, он может иметь форму цитирования иноязычного текста, может передавать содержание в виде отдельных тезисов, или в форме пересказа текста оригинала. Понятие конспективного перевода, с нашей точки зрения, шире, чем понятие реферативного перевода.

Целью статьи является описание этапов работы и комплекса упражнений для обучения конспективному переводу студентов технической специализации. Важной особенностью обучения конспективному переводу является то, что этот вид работы предполагает обучение студентов различным способам информационной переработки текста. Исследователи в области теории перевода отмечают, что перевод — это комплексное упражнение, которое позволяет охватить разные стороны и разные уровни организации текста [Нечаева, 1985: 8]. В связи с последним выделим отдельные этапы работы с текстом.

### **Этапы работы с оригинальным текстом при обучении студентов конспективному переводу**

*Первый этап* включает в себя *знакомство с темой переводимого текста и со структурой научной статьи* из иноязычного журнала. В качестве исходного текста нами выбрана статья из журнала «Informatik Spektrum» на тему «Normen zum Qualitätsmanagement bei der Softwareentwicklung (Нормы управления качеством при создании программного обеспечения)» [Кнеупер., Sollmann, 1995]. Традиционно научные печатные исследования и статьи строятся по единой схеме: введение, основная часть и заключение. Не является исключением и анализируемая статья. Она имеет типичную структуру, хотя и обладает сложной системной организацией. Сложность, в данном случае, обусловлена презентацией идей, выдвигаемых авторами, развёртыванием и рсчленением смыслового содержания на ряд составляющих. Речь идёт о двух специфических особенностях организации материала, с одной стороны, мы наблюдаем разнообразие в средствах делимитации научного содержания. С другой стороны, в нем используются различные словесно-графические формы представления информации: диаграммы, таблицы, шрифтовое выделение. Студентам предлагается на основе перевода заголовков и подзаголовков познакомиться с особенностями построения текста и ответить на следующие вопросы:

1. Какова основная проблема, обсуждаемая в данной статье?

2. В какой последовательности располагаются отдельные сегменты текста?

3. Каково распределение информации в тексте?

В процессе перевода оглавления содержания текста студенты должны выполнить следующие задания: а) выделить наиболее крупные тематические блоки, б) проанализировать, каким темам они посвящены, в) выявить, подразделяются ли эти блоки на составные элементы и г) ответить на вопрос, является ли текст завершённым и за счёт чего он приобретает смысловую законченность.

*Второй этап* включает в себя *работу с терминологией и со структурными особенностями предложения*. При переводе технических текстов на первый план выходит точность передачи фактического содержания и умение работать со словарем. На первых занятиях преподаватель сам даёт необходимый для понимания текста минимум технических терминов. Термины могут быть представлены в соответствии с классификацией по частям речи, по сложности (односложные термины, сложные слова, словосочетания), по тематическим блокам: определение основных понятий «Управление качеством», нормы, аудит, сертификация. Предтекстовые задания на перевод терминологической лексики могут иметь следующие формы: а) найдите эквиваленты сложным словам и словосочетаниям; б) напишите словосочетания под диктовку, назовите их русские эквиваленты; в) подберите определения к слову «Normen»; д) выберите глаголы, которые сочетаются со словом «Qualitätsmanagement»; е) приведите примеры словосочетаний с указанными глаголами, типичными для текста данной статьи. Значимыми элементами работы на этом этапе является упражнение на перевод аббревиатур. Необходимо продемонстрировать образцы расшифровки основных аббревиатур на языке транслита. Например: сопоставьте немецкие и русские аббревиатуры и запомните их значение:

1. ISO – ИСО международная организация по стандартизации.

2. Die AQAP-Normen Allied Quality Assurance Publications – Системы обеспечения качества.

3. (QM) QM-System – Система менеджмента качества (СМК).

4. Die IEEE – (ИИЭР) Институт инженеров электротехники и электроники.

На этапе работы со структурными особенностями предложения выполняются упражнения на повторение форм выражения атрибутивных, темпоральных, модальных отношений. Примеры упражнений: а) назовите русские эквиваленты синтаксических конструкций:

1. Ein Teil der behandelten Normen ist Basis für eine Zertifizierung, d.h. diese Normen enthalten Forderungen, deren Einhaltung durch ein entsprechendes Zertifikat *bescheinigt werden kann*.

2. Basis für eine Zertifizierung ist *eine meist als (Qualitäts-) Audit bezeichnete Prüfung, ob die jeweiligen Anforderungen erfüllt sind*.

*Третий этап посвящён выполнению упражнений, связанных с преобразованием информации.* Навыки конспективного перевода формируются специальными заданиями, которые основываются на смысловом анализе текста оригинала или его частей. К ним относятся: а) упражнения на сжатие информации, б) упражнения на микрореферирование, в) упражнения на перевод текста в виде отдельных цитат, г) упражнения на поиск заголовков на русском языке для отдельных частей текста оригинала, д) пересказ текста на языке транслита. Примерные задания на перекодирование информации с одного языка на другой можно обобщить в таблице 1.

**Таблица 1. Примеры заданий для обучения конспективному переводу**

Примеры заданий	Информация А, Б, В, Г	Текст перевода
Задание № 1. Передайте на русском языке основное содержание информации А.	Qualitätsmanagement von Software gewinnt in Wirtschaft und Forschung zunehmend an Bedeutung. Dafür gibt es zwei Hauptgründe: Zu einem ist Qualität bei Softwareprodukten ein immer wichtiger werdender Wettbewerbsfaktor, verursacht vor allem durch das gestiegene Qualitätsbewußtsein der Kunden. Zum anderen ist die Korrektur von Fehlern zu einem erheblichen Kostenfaktor geworden, den man durch frühzeitiges Qualitätsmanagement zu reduzieren sucht[.]	Управление качеством программного обеспечения приобретает большее значение в бизнесе и науке. Это обусловлено тем, что качество программных продуктов является важным фактором в конкурентной борьбе за потребителей, с одной стороны. С другой, экономическими факторами: корректировка ошибок требует значительных затрат, которые можно снизить, в том числе и за счет улучшения управления качеством.
Задание №2. Составьте на русском языке реферативное сообщение о международной организации по стандартизации.	ISO 9000 ist eine von der „Internationalen Organisation für Normung“ (ISO) herausgegebene Familie von Normen und beschreibt den Aufbau von QM-Systemen. Mit dieser Normenfamilie sollen der Industrie und ihren Kunden Kriterien zur Beurteilung der Qualitätsfähigkeit der Unternehmen und damit ein Anhaltspunkt für die Qualität der Produkte gegeben werden. ISO 9000 ist heute international als die Normenfamilie für QM-Systeme anerkannt und wurde von vielen Ländern als nationale Norm übernommen, so z.B. in Deutschland als DIN EN ISO 9000, in Großbritannien als BS 5750, in den USA als ANSI/ASQC Q90. Außerdem wurde sie von der Europäischen Normungsorganisation CEN zur	ИСО – это международная организация по стандартизации. Она издает собрание норм и описывает системы МК. Эта организация стала основой для создания европейских норм. Издание норм 1994 г. - это результат пересмотра норм с целью их упрощения как по содержанию самих норм, так и в плане их использования. Хотя основные требования мало изменились.

Примеры заданий	Информация А, Б, В, Г	Текст перевода
	<p>europäischen Norm EN 29000 erklärt. Einen Überblick über die wichtigsten Normen der ISO 9000-Familie gibt Tabelle 1.</p> <p>Die heute gültige Version der zuerst 1987 herausgegebenen Normenreihe wurde 1994 als sogenannte Kurzzeitrevision verabschiedet. Die Änderungen dienen in erster Linie einer besseren Verständlichkeit und leichteren Anwendbarkeit sowie einer klareren Struktur, während sich die gestellten Anforderungen nur wenig geändert haben. Zur Zeit wird an einer sogenannten Langzeitrevision gearbeitet, in der diese Arbeit fortgesetzt werden soll.[4]</p>	
<p>Задание №3 Изложите в форме письменного пересказа содержание информации В.</p>	<p>QM-System-Rahmen Hierunter fallen projektübergreifende Tätigkeiten wie die Definition einer Qualitätspolitik sowie die Definition der Verantwortlichkeiten innerhalb der Organisation.</p> <p>Eine grundlegende Forderung an ein QM-System ist die Dokumentation der zugrundeliegenden Richtlinien und Verfahren. Diese Beschreibung geschieht üblicherweise auf vier Ebenen. Auf der höchsten und abstraktesten Ebene wird der generelle Aufbau des QM-Systems in einem QM-Handbuch beschrieben. Inhalt des QM-Handbuchs sind neben Terminologie die Qualitätspolitik des Unternehmens sowie Verantwortlichkeiten und Abläufe im QM-System. Das QM-Handbuch ist üblicherweise so geschrieben, daß es auch den Kunden als Nachweis eines angemessenen QM-Systems vorgelegt werden kann und deshalb kein vertrauliches Knowhow enthält. Dieses ist auf der Ebene der Verfahrensanweisungen beschrieben, die dann erheblich mehr technische und andere Details enthalten. Noch detaillierter sind die Dokumente der dritten Ebene, meist als Arbeitsanweisungen bezeichnet. Schließlich gehören zur Dokumentation noch projektspezifische Planungsdokumente wie z.B. Projektpläne oder Spezifikationen.[4]</p>	<p>Системные рамки УК В разделе речь идёт о характере деятельности, определении политики качества и об определении ответственности внутри организации. Главное требование к системе МК – это правильное ведение документации относительно основных направлений и методов. Спецификация документов предполагает 4 уровня. Высший уровень касается структуры системы МК в общих чертах. Он имеет форму справочника и содержит терминологию, перечень работ и список ответственных. Для клиентов этот справочник является своего рода доказательством того, что в данной области существует система МК. На этом уровне описываются инструкции, которые содержат много технических деталей. Более подробными являются документы 3-го уровня. Они содержат рабочие инструкции, а также документацию по планированию и проектированию.</p>

Примеры заданий	Информация А, Б, В, Г	Текст перевода
Задание №4. Передайте на русском языке содержание информации Г в виде отдельных цитат.	1. Langfristig halten die Autoren Einführung und Ausbau eines umfassenden Qualitätsmanagements für unumgänglich, um Software angemessener Qualität wirtschaftlich zu produzieren. Die QM-Normen, insbesondere ISO 9000, bieten dafür eine einheitliche Basis. Jedes Unternehmen muß individuell entscheiden, ob es sein Qualitätsmanagement nach einer dieser Normen ausrichtet oder einen eigenen Weg geht, solange der Markt diese Entscheidung nicht vorwegnimmt. In vielen Fällen bieten die QM-Normen Hilfestellung beim Aufbau eines systematischen Qualitätsmanagements, sie sind aber sicher nicht der einzig sinnvolle Weg zum Ziel. Derzeit gibt es, zumindest in Deutschland, relativ wenige reine SW-Hersteller mit einem zertifizierten QM-System. Es besteht aber hohes Interesse an den entsprechenden Normen, und die Zahl der zertifizierten Unternehmen steigt in allen Branchen einschließlich der SW-Entwicklung rapide an.[4]	1. «Авторы статьи считают неизбежным введение и расширение всеобщей системы МК, чтобы производить программные средства высокого качества. Единой базой для этого могут быть нормы УК ISO 9000». 2. «Существует высокий интерес к соответствующим нормам, количество сертифицированных предприятий увеличивается во всех отраслях, включая и производство программных средств»

В настоящей статье представлены некоторые образцы учебных заданий по развитию навыков конспектирования и перевода информации с одного языка на другой. Подобные задания для развития академических компетенций у студентов и магистрантов следует, на наш взгляд, включить в учебную программу по обучению профессиональному иностранному языку. Приобщение студентов к работе с оригинальными специализированными источниками позволит обучающимся своевременно приобрести необходимые навыки анализа и обобщения научной литературы на иностранном языке в рамках заданных тем. Большое значение приобретает подбор источников на иностран-

ных языках, релевантных публикаций и монографий.

В заключение отметим, что в данной статье мы рассматривали вопросы, касающиеся, в первую очередь, подготовки и обучения будущих специалистов в технической области. Именно подобная работа с научным текстом, представляется нам своевременной и актуальной. Она позволяет учесть требования ФГОС по направлению технических дисциплин. Речь идёт о таких навыках и умениях как – осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, а также обобщать зарубежный опыт в определённых сферах для решения поставленных задач [ФГОС,2017:9].

#### *Литература*

1. Нечаева В. М. Х. Хипп. Посobie по переводу. М.: Русский язык. 1985. 328 с.
2. Рыбин П. В. Теория перевода. Курс лекций. М.: 2007, 263 с.
3. ФГОС ВО по направлению подготовки 27.03.05.«Инноватика» (уровень бакалавриата). М.: 2017, 22 с.
4. Kneuper R., Sollmann F. Normen zum Qualitätsmanagement bei der Softwareentwicklung. Informatik-Spektrum 18. Springer-Verlag. 1995. S 314–323.



## АНАЛИЗ РАБОТ VII КОНКУРСА МОЛОДОГО ПЕРЕВОДЧИКА-2019 УЛГУ

**Ю. Г. Алексеев, Т. С. Алексеева**

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск*

**Аннотация.** Рассматриваются итоги VII Всероссийского конкурса молодого переводчика 2019 года, организованного Институтом международных отношений Ульяновского государственного университета. На примере отрывков из конкурсных работ по английскому языку проводится анализ переводческих ошибок, допущенных конкурсантами на этапе извлечения информации из оригинала и на этапе перевыражения содержания исходного текста средствами системы ПЯ. Отмечается отсутствие у ряда конкурсантов навыков редактирования собственного перевода.

**Ключевые слова:** конкурс молодого переводчика; перевод; художественный перевод; переводческие ошибки; редактирование перевода.

В 2019 году факультетом лингвистики, межкультурных связей и профессиональной коммуникации Института международных отношений Ульяновского государственного университета был проведен очередной, VII конкурс молодого переводчика среди студентов языковых и неязыковых специальностей [Факультет лингвистики..., URL]. Подобные конкурсы справедливо считаются неотъемлемой составляющей самостоятельной внеаудиторной работы студентов, поскольку, среди всего прочего, подразумевают постоянное совершенствование собственных знаний, самообразование, самоорганизацию, самоконтроль, самоанализ, развитие креативности, познавательной активности, рациональности собственных действий и принимаемых решений [Ускова, Крашенинникова, 2016]. Традиционно к целям и задачам таких конкурсов относят привлечение внимания будущих специалистов-лингвистов к вопросам теории перевода и проблемам практического перевода; поощрение молодежи, ведущей научно-практическую работу в сфере переводоведения; распространение культуры русского языка как языка международного общения; развитие творческих способностей обучающихся путем создания условий для творческой самореализации; формирование у молодого поколения эстетического вкуса и многое другое.

Кроме того, такая форма внеаудиторной работы по иностранному языку как конкурс переводов может оказаться полезной и преподавателям перевода, так как позволяет, в том числе, выявить новые дидактические подходы в преподавании иностранного языка и перевода, если конкурсный текст рассматривать «с точки зрения его дидактической направленности, т.е. как средство обучения выбору

наиболее оптимальных способов перевода, снимающих потенциальные варианты переложения содержания на иной язык и опирающихся на один единственный, достоверный вариант иноязычного перевода» [Муртазина, 2014: 57].

Практически каждый год после объявления победителей и призеров конкурса к организаторам от студентов-участников поступают обращения с просьбой проанализировать ошибки или недочеты, допущенные ими в своих переводах. Поскольку согласно положению о проведении конкурса представленные на конкурс работы не рецензируются, то, исходя из нашего опыта, своеобразным средством обратной связи могут послужить публикации на основе выступлений на научно-практических конференциях, в которых на текстовом материале конкурса осуществляется анализ различных аспектов перевода, таких как, например, проблема смыслового анализа переводимого произведения [Алексеев, Алексеева, 2014] или сложности при передаче эмоционально-эстетической информации в процессе художественного перевода [Алексеев, Алексеева, 2019], или проведение специального семинара для студентов [Алексеев, Алексеева, 2017]. Таким образом, целью данной статьи является практический анализ переводческих ошибок, допущенных участниками VII конкурса молодого переводчика среди студентов языковых и неязыковых специальностей, организованного ИМО УлГУ в 2019 году.

В задачи входило на примере конкурсных работ рассмотреть переводческие ошибки, допущенные на этапе смыслового анализа исходного текста и на этапе языкового оформления переводного текста, а также исследовать недочеты

оформительского плана в работах студентов.

Для перевода с английского языка на русский конкурсантам был предложен небольшой, объемом 2012 знаков с пробелами, фрагмент художественного произведения "Doors", автором которого является Клэр Маллиган (Claire Mulligan) [Mulligan Claire..., URL]. Рассказ наполнен метафорами, и повествование в нем ведется от лица входной двери, которая рассуждает о хозяйке дома, ее уже покойной матери, брате, окнах, потолках, лестницах, полах дома.

На выполнение задания конкурсантам отводилось 17 дней при неограниченных возможностях использования справочной литературы и переводческих компьютерных программ.

В качестве примеров будут приведены исходный текст (1), варианты перевода студентов (с сохранением орфографии авторов), содержащие те или иные недочеты или явные ошибки (2), и перевод/переводы студентов (также с сохранением орфографии авторов), которые, на наш взгляд, кажутся более удачными (3), несмотря на очевидную субъективность при оценивании качества перевода. Также будет предложен краткий, насколько позволяют узкие рамки статьи, комментарий.

Как известно, для переводческого процесса характерны два взаимосвязанных этапа. «К первому такому этапу будут относиться действия переводчика, связанные с извлечением информации из оригинала. Ко второму – вся процедура выбора необходимых средств в ПЯ при создании текста перевода» [Комиссаров, 1990: 189]. На втором этапе, по мнению Л. К. Латышева, можно говорить о двух видах переводческих операций, таких как: «1) перевыражение содержания исходного текста (в ряде случаев и других функционально существенных элементов ИТ) средствами системы ПЯ; 2) адаптация (приспособление) создаваемого текста перевода к норме ПЯ, узусу и преинформационному запасу носителей ИЯ, достигаемая с помощью трансформаций, а иногда также с помощью примечаний переводчика (например, при необходимости нивелировать расхождение преинформационных запасов)» [Латышев, 2005: 54].

Что касается недочетов при переводе, то «В наиболее общем виде типоло-

гия причин переводческих ошибок при расшифровке системы смыслов исходного текста может быть представлена следующим образом:

1. Недостаточное владение языком оригинала.

2. Недостаточный когнитивный опыт. Недостаток знаний об описываемой в исходном тексте области окружающей действительности.

3. Невнимательное отношение к системе смыслов, заключенной в исходном тексте. Непонимание того, что автор говорит о предмете.

4. Неумение различить особенности индивидуального стиля автора исходного речевого произведения» [Гарбовский, 2004: 514].

На втором этапе, т.е. этапе перевыражения, «ошибки обусловлены прежде всего недостаточно мастерским владением языком перевода, неспособностью найти в языке перевода формы, эквивалентные соответствующим формам оригинала» [Гарбовский, 2004: 527].

Рассмотрим переводческие ошибки на этапе извлечения информации из оригинала.

**Пример 1** касается недостатка знаний об описываемой в исходном тексте окружающей действительности:

(1) *My occupant left me yawning wide today, banging in the autumn winds, my **acanthus doorknocker** pocked with rain.*

(2) *Моя жительница ушла сегодня, оставив меня нараспашку, наедине с моим постукивающим из-за осеннего ветра **дверным молотком из листьев аканта**, разъеденного дождем. //*

*Сегодня моя хозяйка уехала, оставив меня широко раскачиваться, натываясь на осенний ветер. Мой дверной молоточек в виде листьев акантуса **трескался** от дождя. //*

*Осенний ветер осыпает меня ударами сегодня, как дождь осыпает каплями мой **резной** дверной молоток. Хозяйка дома оставила меня болтаться настежь открытой. В последнее время она часто так делает. //*

*Моя хозяйка заставила меня широко зевнуть, распахнув меня настежь. Я буквально дрожала от ветра, а от дождя на моем **колокольчике** с орнаментом, **будто красовались следы** после осы.*

В указанных примерах перевода обращает на себя внимание то, что конкур-

санты, очевидно, практически незнакомы с такой реалией как дверной молоток - (*acanthus doorknocker*), т.е. не знают, как он выглядит и из какого материала его изготавливают. Более того, одним из обязательных элементов процесса перевода отрывка текста в рамках предпереводческого анализа является ознакомление со всем произведением. Далее в тексте дверь с гордостью говорит, что ее акантовый молоток сделан из бронзы: *My acanthus knocker is of solid patinated bronze*. Таким образом, он не **колокольчик**, скорее всего, отлит (а не **резной**) из бронзы (а не **из листьев аканта**), не мог **трескаться** от дождя, маловероятно, что дождь его мог **разъесть**. Лучшие варианты работ представлены ниже:

(3) *Сегодня моя хозяйка ушла, оставив меня открытой настежь. Я постукивала на осеннем ветру, а мой дверной молоток, украшенный орнаментом из листьев аканта, намок от дождя.* //

Хозяйка бросила меня болтаться, громыхать на осеннем ветру, и по моему молотку, украшенному акантовым орнаментом, хлестали капли дождя.

Ошибки, представленные в **Примере 2** можно отнести к невнимательному отношению студентов к системе смыслов, заключенной в исходном тексте:

(1) *"Hard to bear. Hard to bear," they sigh, their lamentations muffled by plaster and lathe.*

(2) *"Невыносимо. Невыносимо" – вздыхают они приглушенные гипсом и жужжанием токарного станка.* //

*«Как тяжело наше бремя, как тяжело наше бремя...» - охают они. Но все их стоны приглушены пластиком и токарной обработкой.* //

*«Печально. Горько». - вздыхают они, штукатурка и эмульсионка заглушают их причитание.*

Судя по контексту, у главной героини рассказа в доме токарный станок отсутствует. Более адекватными будут следующие варианты перевода:

(3) *«Тяжело нам. Тяжело», – вздыхают они, и их всхлипы теряются под слоем дранки и штукатурки.* //

*«Как тяжело... Как тяжело...», – вздыхают они, но их плач приглушен штукатуркой и шпатлевкой.*

Варианты в **Примере 3** тоже свидетельствуют о том, что конкурсанты не

вполне понимают, что имеет в виду автор текста:

(1) *My occupant arrives, all smugly proud that she need not **set down** those rolls of renovation plans the size of dryer pipes **and fumble** for the iron key, that she can stride straight on into the vestibule.*

(2) *Как только моя жительница явилась, все начали самодовольно гордиться, что ей не надо **садиться за те списки предложений реноваций** длиною с вентиляционную трубу **и не искать** ключ, с которым она могла спокойно шагнуть в вестибюль.* //

А вот и хозяйка. Всё самодовольно гордится тем, что ей не нужно **фиксировать** план ремонта в те рулоны размером с сушильные трубы **и копаться** в поисках железного ключа, чтобы шагнуть прямо в прихожую. //

Хозяйка вернулась, самодовольная и гордая тем, что ей не придется **отрывать** от своих ремонтных чертежей, скрученных в рулон диаметром с вентиляционную трубу, **и мучиться** в поисках железного ключа. //

А вот и моя постоянщица... Вся из себя довольная тем, что ей не нужно **улаживать** всю эту кучу планов по реконструкции, размером с сушильный аппарат камеру, **или тем что ей не нужно искать** железный ключ, и она сразу может войти прямо в вестибюль. //

Моя соседка возвратилась, самодовольная и гордая от того, что ей не нужно **сворачивать** все эти рулоны с планами по реконструкции до размера **тонких труб и рыться** в поисках ключа, и что она может шагнуть сразу в прихожую.

Речь идет о том, что хозяйке дома, придя домой, не надо освобождать руки от кипы чертежей, чтобы достать ключ от входной двери, которая не заперта. Очень сложно оказалось подобрать для наглядности самый удачный вариант перевода этого предложения, приводим лучшие:

(3) *Приезжает моя хозяйка, преисполненная этой чопорной гордостью, что ей **не нужно возиться** с огромными ремонтными планами разметки труб для сушилки **и шарить** в кармане в поисках железного ключа для прохода в вестибюль.* //

Моя владелица пришла, очень довольная собой и гордая тем, что ей не

нужно **откладывать** скрученные чертежи реконструкции канализации и копаться в поисках железного ключа, так что она сразу может зайти в прихожую.

Возможно, недостаточным владением языком оригинала и неумением определить особенности индивидуального стиля автора исходного речевого произведения вызваны недочеты, представленные в **Примере 4**:

(1) Sometimes they **weep** faint trails of **moisture**.

(2) А порой влажность оставляет на них небольшие отметины в виде сырости. //

Иногда на них выступают небольшие следы влаги. //

Иногда пускают скупую струйку влаги.

Из контекста ясно, что стены в этом отрывке жалуются на тяжесть бытия в прямом и переносном смысле и поэтому плачут. Иронический стиль автора необходимо сохранить, передав семантику лексических единиц **weep** и **moisture**:

(3) Иногда стены плачут, и на них появляются блеклые разводы от сырости. //

Иногда, когда стены плачут, на них видны едва заметные ручейки влаги.//

Иногда они плачут, оставляя едва различимые следы влаги.

Теперь рассмотрим переводческие ошибки на **этапе выбора средств ПЯ**, необходимых для создания текста перевода. Слабое владение родным языком уже давно называют переводческой проблемой [Пономарева, 2018: 107–108].

Обратите внимание не только на логические ошибки, но и на различные нарушения норм русского языка (выделены в примерах полужирным шрифтом):

**Пример 5.** (1) She has been doing this often of late. It was not enough, apparently, leaving me unlocked and then ajar. Now I must yaw.

(2) В последнее время она часто **промышляла** подобным и судя по всему, ей было **недостаточно** оставлять меня **приоткрытой**, теперь я должна быть **открыта** настежь. //

В последнее время она часто это делает. Очевидно, этого было **недостаточно**, и мой **рот**, подобно **двери**, открылся, да так и остался **приоткрытым**. //

В последнее время она довольно часто **меня пытается** подобным образом. Теперь я должна как-то свикнуться с этим. Но очевидно, ей было мало **оставить** меня сначала полностью **открытой**, а потом лишь слегка **прикрыть**.

(3) Она часто так делает в последнее время. Видимо, было **недостаточно** оставлять меня сначала **незапертой**, а затем **приоткрытой**. Теперь я должна быть **нараспашку**. //

В последнее время она поступает так **достаточно** часто. Сначала она **оставляла** меня **незапертой**, а затем **приоткрытой**, но, видимо, этого ей было **недостаточно**. Теперь я должна была **быть** **распахнутой**.

**Пример 6.** (1) At first I reasoned she was distracted by familial woes, by clients wanting an impossible renovation: farm to hotel, condo to castle.

(2) **Сперва**, логически рассуждая, я **полагала**, что она **делала это** по рассеянности из-за семейных **передраг** или **постояльцев**, требующих невероятно-го ремонта: превратим ферму в отель, а многоквартирный дом в замок. //

**По началу**, я **подумывала над тем**, что она удручена семейными проблемами или **дотошными** клиентами, которые хотят воплотить в жизнь что-то из ряда вон выходящее: ферму превратить в отель или квартиру в замок. //

Сначала я оправдывала ее тем, что она **отлучилась** по семейным обстоятельствам или же из-за клиентов, которые **делают нереальные запросы в ремонте**: ферма в отель или **квартира в замок**. //

Сначала я решила, что она **отвлеклась из-за** семейных трудностей, а также проблем с клиентами, которые хотели **капитально перестроить** ферму в гостиницу, а многоквартирный дом в замок.

(3) Поначалу я решила, что это связано с проблемами в семье и клиентами, которые хотят сделать невозможный ремонт: переделать ферму под отель, а кондоминиум под замок. //

Поначалу я считала, что её **попросту донимают** семейные невзгоды и заказчики, мечтающие о **невообразимых перестройках**: чтобы сарай превратился в отель, а квартиры в спальном районе – в замок. //

Поначалу я считала, что ее отвлекли семейные проблемы, и клиенты, желающие невозможного: реконструировать ферму в отель, а кондоминиум – в замок.

На **Примере 7** можно рассмотреть и стилистические, и лексические аспекты перевода. Трудности у некоторых конкурсантов при переводе вызвал такой стилистический прием как сравнение, который был использован автором текста, очевидно, для создания комического эффекта:

(1) *Though once, a month past, my occupant rushed in and turned that one framed image of the mother occupant towards the wall. "At last. At last," the walls sobbed out. "How beautiful she is. How terrifically great." She is neither. She is built like side hutch. She has the smile of a radiator.*

(2) *Хотя как-то раз, месяц назад, моя хозяйка влетела в комнату и перевесила фотографию своей матери в рамке так, что ее могли видеть стены. «Наконец-то! Наконец-то!» - всхлипывали, задыхаясь, стены. «Как она красива! Как необыкновенно прекрасна!». Но подобное описание было далеким от правды. Фигура ее напоминает комод, а в улыбке виднеются огромные промежутки между зубами, напоминающие батарею. //*

Хотя однажды, месяц назад, хозяйка взяла и повернула рамку с изображением ее матери к стене. "Ну слава Богу. Наконец-то" – вздохнули стены. "Как же она красива, страшно великолепна." А она не такая вовсе. Она выглядит как проект начерченной тумбы с ящиками, а ее улыбка похожа на складки отопительного прибора. //

Хотя однажды, где-то месяц назад, моя соседка ворвалась в комнату и перевернула к стене фотографию матери в рамке. «Наконец-то! Наконец-то!», - всхлипнули стены, - «Как же она красива. Ужасно красива». На самом деле она так не выглядит. Ее фигура напоминает комод, а когда она улыбается, ее зубы похожи на радиатор. //

Хотя как-то раз, с месяц тому назад, один из моих жильцов вбежал в комнату и перевернул портрет мамы-хозяйки лицом к стене. «Наконец-то. Наконец-то», – всхлипнули стены. «Как же она красива. Как же она великолеп-

на». Да ни то, ни другое. Она грациозна как комод. И улыбается она как батарея отопления.

По нашему мнению, внимание, в том числе, необходимо обратить и на синтаксическую структуру предложений в оригинале: большинство из них в тексте не отличаются распространенностью, по видимому, автор произведения придавал этому особое значение. Поэтому предложения, содержащие сравнение в Примере 7, лучше передать на русский язык максимально лаконично и не использовать переводческий прием объединения предложений.

Что касается лексического аспекта, то при прочтении отрывка текста могут возникнуть вопросы по поводу лексических единиц *my occupant* и *the mother occupant*. Показателен в этом отношении последний перевод из приведенных примеров, где стилистический аспект передан совершенно верно. Но, если перевод **один из моих жильцов** нельзя в этом контексте считать адекватным, то вариант **мамы-хозяйки** наводит на мысль о том, что конкурсант прочитал текст произведения целиком и знает, что одним из персонажей рассказа был еще и *the brother occupant*. Все остальные студенты использовали переводческий прием опущения лексических единиц (*матери*), либо допускали неточность (*прежней хозяйки*), как в варианте ниже:

(3) *Хотя как-то раз, месяц назад, она ворвалась в комнату и поставила портрет прежней хозяйки лицом к стене. «Наконец-то. Наконец-то, – зарыдала стена. – Как она красива. Как удивительно прекрасна». Нет. Она выглядит как комод. И похожа на батарею когда улыбается. //*

Хотя однажды месяц назад моя хозяйка ворвалась и повернула фотографию своей матери в рамке лицом к стене. «В кой-то веки. В кой-то веки», - всхлипнули от рыданий стены. «Какая она красивая». «Какая потрясающе великолепная». Хотя она совсем не такая. Фигура как буфет. Улыбка как у радиатора.

**Пример 8** свидетельствует о широко распространенной ошибке в актуальном членении предложения при переводе:

(1) **Change not the locks. Change these archaic concepts that enforce enclosure and compartmentalization.**

(2) **Не меняйте замки, меняйте старые как мир концепции, которые заставляют ставить ограждения, преграды между людьми.**

Тема-рематические отношения в тексте, исходя из нашего опыта, традиционно представляют трудности для студентов-переводчиков. Причину, очевидно, нужно искать в слабой начитанности современной молодежи, что приводит к неспособности логически соотносить между собой протяженные отрезки как письменного, так и устного текста. Однако в данном случае вариантов верной передачи темы-ремы оказалось предостаточно, что не может не радовать:

(3) **Меняй не замки, меняй эти архаичные концепции, навязывающие изоляцию и разделение.** //

**Меняем не замки.** Меняем эту старую идею делать проемы в стенах и ограждение. //

**Менять нужно не замки.** Менять нужно изживший себя образ мышления, который навязывает ограничения и разобщенность. //

**Менять нужно не замки, а устаревшие принципы, насаждающие разделение и обособление.**

В заключение приведем пример того, как излишняя нацеленность конкурсантов на передачу одной лексической единицы, вероятно, помешала им обратить внимание на микроконтекст, что привело к смысловым ошибкам:

**Пример 9.** (1) *Such freedom, such "thoroughness" – this being a term she has coined and hopes will be taken up (it has not).*

На первый взгляд, **"thoroughness"** является «придуманным» персонажем словом. Это отражают конкурсанты в своих работах, пытаясь предложить редкие слова или самостоятельно образованные лексические единицы:

(2) **Такая свобода, такая безограниченность.** Это слово она придумала сама и надеялась, что другие подхватят его (но этого не случилось).//

Такая свобода, такая **«сквозота»** – это **термин**, который она придумала и надеется, что его станут использовать, но этого пока не произошло. //

Она верит, что такая свобода, надежды и **«акрибия»** – слово, которые она выдумала – будут оправданы (а на самом деле нет).

Но некоторые студенты осознают, что лексическая единица **"thoroughness"** зафиксирована в словарях английского языка, поэтому необходимости «изобретать» новое слово нет, следовательно, переводить надо при помощи словарных и других смысловых эквивалентов:

(2) **Такая свобода, такая «законченность»** – именно это выражение она выдумала и надеялась, что оно будет еще кем-то подхвачено (чего не стало).//

Такая свобода, такая **«продуманность»** – это **термин**, который она сочинила и теперь надеется, что над этим подумают (этого не будет). //

Такая свобода, такая **«продуманность»** – это придуманная ею идея, и она надеется, что ее примут (ее не приняли). //

Какая свобода, какая **«монументальность»** – она придумала это слово в надежде, что со временем оно приживется (она ошиблась). //

Она называет это свободой и **филигранностью**. Последнее слово она придумала сама и питает надежды, что оно войдет в обиход. Но этого так и не случилось.

Использование созданных самим переводчиком эквивалентов будет противоречить исходному тексту – слово **thoroughness** не является словом, образованным автором исходного текста. На наш взгляд, **thoroughness** необходимо переводить в тесной связи с другими лексическими единицами: **a term** и **has coined**, так как героиня рассказа не сама выдумала это слово, она надеялась, что оно войдет в обиход в качестве термина. Пожалуй, самым лучшим из представленных конкурсантами можно считать вариант:

(3) **Такая свобода, такая «обстоятельность»** – этот **термин** она придумала сама в надежде, что он приживется (но пока этого не произошло).

В заключение нельзя не отметить отсутствие навыков самостоятельной редакторской правки у участников конкурса, как стилистической, так и оформительской. Несмотря на то, что перевод осуществлялся на родной язык, ряд конкурсных работ изобилует опечатками, пунктуационными ошибками и т.д. Не все студенты сохранили авторский курсив или перевели заглавие произведения и имя автора.

«Для того чтобы оценить свою работу, необходимо критично подойти к ее результатам» [Квасова, 2019: 86], умение находить собственные недочеты является важной составляющей компетентности переводчика.

Анализ работ, присланных на VII конкурс молодого переводчика среди студентов языковых и неязыковых специальностей, показал, что переводческие ошибки, допущенные на этапе языкового оформ-

ления переводного текста, как правило, обусловлены недостаточно глубоким смысловым анализом при извлечении информации из оригинала, что приводит к искажению заложенных в тексте авторских смыслов, нарушению литературных и узуальных норм русского языка и не позволяет достичь эквивалентности при переводе художественного произведения на русский язык.

### **Литература**

1. Алексеев Ю. Г., Алексеева Т. С. О трудностях художественного перевода (по итогам конкурса молодого переводчика – 2018 УлГУ) // *Lingua Academica: Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики: материалы IV Всерос. научно-практической конференции (4–8 февраля 2019 г., г. Ульяновск)* / под ред. доц. Н. А. Крашенинниковой. Ульяновск: УлГУ, 2019. С. 103–109.
2. Алексеев Ю. Г., Алексеева Т. С. Опыт проведения семинара по итогам конкурса молодого переводчика как формы контроля внеаудиторной работы в вузе // *Симбирский научный вестник*. 2017. № 4 (30). С. 7–13.
3. Алексеев Ю. Г., Алексеева Т. С. Проблема смыслового анализа текста в художественном переводе (на материале произведения Р. Кипплинга «Откуда у леопарда пятна») // *Симбирский научный вестник*. 2014. № 4 (18). С. 164–168.
4. Гарбовский Н. К. Теория перевода: Учебник. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2004. 544 с.
5. Квасова М. В. Алгоритм редактуры собственного перевода // *Ученые записки Ульяновского государственного университета. «Актуальные проблемы теории языка и лингводидактики»*. Сер. Лингвистика. Вып. 2 (24) / под ред. проф. А. И. Фефилова. Ульяновск: УлГУ, 2019. С. 83–86.
6. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. М.: Высш. шк., 1990. 253 с.
7. Латышев Л. К. Технология перевода: Учеб. пособие для студ. лингв. вузов и фак. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательский центр «Академия», 2005. 320 с.
8. Муртазина Н. Ф. Роль вертикальной организации специализированного текста в интерлингвистическом переводе (на основе анализа работ, представленных на конкурс молодого переводчика в УлГУ в 2013 г.) // *Ученые записки Ульяновского государственного университета*. Сер. Лингвистика. Вып. 2 (18) / под ред. проф. А. И. Фефилова. Ульяновск: УлГУ, 2014. С. 56–60.
9. Пономарева С. Н. Слабое знание родного языка как переводческая проблема // *Ученые записки Ульяновского государственного университета. «Актуальные проблемы теории языка и лингводидактики»*. Сер. Лингвистика. Вып. 1 (22) / под ред. проф. А. И. Фефилова. Ульяновск: УлГУ, 2018. С. 107–109.
10. Ускова Е. О., Крашенинникова Н. А. Организация самостоятельной внеаудиторной работы студентов: из опыта работы // *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2016. № 2 (190). С. 67–71.

### **Источники**

11. Факультет лингвистики, межкультурных связей и профессиональной коммуникации. // Ульяновский государственный университет (сайт) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ulsu.ru/ru/sveden/struct/33ec6471-0b44-11e4-b93f-00237dcf6128/> (дата обращения: 13.12.2019).
12. Mulligan Claire “Doors” // *The Writer* (сайт) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.writermag.com/contests/explore/doors/> (дата обращения: 07.10.2019).



## ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ДИСТАНЦИОННОГО ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ: ОПЫТ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО И МЕТОДИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

*М. А. Балакирева, И. С. Крестинский*

*Тверской государственной университет, г. Тверь*

**Аннотация.** Рассматриваются онлайн-платформы для дистанционного изучения иностранных языков. Онлайн-платформы анализируются с точки зрения применяемых методов преподавания иностранных языков и психологических теорий учения, лежащих в основе соответствующих подходов. Обозначаются достоинства и недостатки обсуждаемых онлайн-платформ.

**Ключевые слова:** дистанционное обучение, образовательные онлайн-платформы, психологические теории учения, грамматико-переводный метод, прямой метод, аудиовизуальный метод, коммуникативный метод, индивидуальная изменчивость личности обучаемого

В связи с возникновением и развитием глобальной сети Интернет появились новые возможности для получения знаний и формирования необходимых компетенций. В доцифровую эпоху в основе массового образования лежало чтение источников на бумажных носителях (которые не всегда имелись в наличии и в необходимом количестве), а также очное присутствие в образовательных учреждениях и взаимодействие с педагогом-наставником. В настоящее время большинство источников доступны в сети Интернет, также возможно обратиться к формату дистанционного образования.

Данная форма учебной коммуникации позволяет получать образование даже при нахождении в тех регионах, где возможности очного обучения по желаемой специальности ограничены. Поэтому в целях развития дистанционного обучения как одной из форм реализации идеи всеобщего и доступного образования с 2006 года создаются первые широкодоступные образовательные платформы Udacity, Coursera, Udemy, ставшие наиболее популярными только в 2012 году [Образовательная онлайн-платформа UdaCity, URL; Образовательная онлайн-платформа Coursera, URL; Образовательная онлайн-платформа Udemy, URL]. Помимо этого, североамериканский университет Гарвард предлагает дистанционное обучение в рамках бакалавриата и магистратуры (Harvard Extension School) [Harvard Extension School, URL]. Также многие университеты используют онлайн-платформы для смешанного обучения (blended learning).

Итак, можно выделить следующие формы обучения в формате онлайн:

- широкодоступные (частично платные) онлайн-курсы MOOC (Massive Open Online Course) [Широкодоступные онлайн-курсы MOOC, URL];
- индивидуальные или групповые платные занятия с преподавателем из онлайн-школ Skyeng или Lingoda [Онлайн-школа английского языка SkyEng. Официальный сайт, URL; Онлайн-школа иностранных языков Lingoda, URL];
- платные онлайн-курсы для самостоятельного обучения Puzzle English или LinguaLeo [Онлайн-платформа для самостоятельного..., URL; Образовательная онлайн-платформа для..., URL].

Анализ данных платформ проводится с опорой на критерии, лежащие в основе дифференциации следующих психологических теорий учения [Крестинский, 2015]: (1) бихевиористских; (2) когнитивных; (3) деятельностных.

В качестве пояснения заметим, что в основе обозначенных теорий лежит разная аксиоматика, определяющая соответствующий набор постулатов, формирующих теорию. Так, основу бихевиористской теории составляют положения, опирающиеся на представление о доминировании внешних факторов в регуляции поведения, что обуславливает идею о формировании поведения как реакции на определенный стимул; учет и описание факторов внегеномного наследования, разработку и внедрение бихевиористских законов научения. В когнитивной теории учения главенствующую роль играют внутренние факторы (геномное наследование, врожденные способности), определяющие особенности сознания, в соответствии с чем формируются такие постулаты данной теории, что учение есть комплексный мыслительный процесс, ко-



торый предполагает осознание правил, стратегий усвоения, рефлексию. Психологическая теория деятельности исходит из необходимости учитывать как внутреннее, так и внешние факторы развития и формирования личности обучаемого, а также его знаний, умений навыков, компетенций; в теории утверждается, что деятельность должна быть осмысленной (т.е. внутренне мотивированной), что мотив – это «опредмеченная потребность».

В образовательном процессе при опоре на аксиоматику и постулаты одной из существующих теорий (например, бихевиористской), как правило, будут игнорироваться утверждения другой (например, когнитивной). Данная рассогласованность зачастую не позволяет обеспечить высокую эффективность образования ввиду узости заданной аксиоматики, которая противоречит комплексным современным представлениям о структуре личности обучаемого. Поэтому подвергается сомнению продуктивность онлайн-образования без учета индивидуальной изменчивости личности (далее по тексту – ИИЛ).

Таким образом, цель нашего мини-исследования заключается в анализе фактов использования аксиоматики и постулатов выше названных психологических теорий учения при разработке образовательных онлайн-платформ и в рассмотрении проблемы соответствия используемых методов обучения учебно-психологической реальности каждого в отдельности взятого обучаемого. При этом решаются следующие задачи: изучаются отдельные образовательные платформы с точки зрения следования постулатам психологических теорий учения и интегрированных в них возможностей учета особенностей ИИЛ обучаемого; выявляются преимущества и недостатки образовательных платформ в свете соответствия или несоответствия психологическим теориям учения.

Выбирая образовательные платформы для нашего анализа, мы остановились на тех, в которых используются разные методы обучения иностранным языкам – SkyEng, Lingoda, Coursera, Puzzle English. К применяемым методам относятся:

- грамматико-переводный метод (Puzzle English);
- прямой метод (LinGoda);

- аудиовизуальный метод (Coursera, Puzzle English);

- коммуникативный метод (SkyEng).

Изучение особенностей онлайн-платформ осуществляется по критериям, следующим из нижеперечисленных вопросов.

1. Принимается ли (имплицитно) во внимание структура индивидуальной изменчивости личности обучаемого? Как данные особенности учитываются в рамках онлайн-обучения? На основе данных вопросов формулируется первый критерий анализа: учет особенностей и структуры ИИЛ обучаемого.

Под ИИЛ понимается совокупность особенностей геномного и внегеномного наследования учащегося, определяющая структуру его личностных особенностей. При естественной оригинальности каждой личности можно выделить определенные типы учащихся согласно их типу мышления: логико-аналитическому и образно-эмоциональному. Это позволяет разрабатывать упражнения и задания, ориентированные на учащихся с тем или иным типом мышления.

Обучаемые с разным типом мышления будут невольно предпочитать отличающиеся методы обучения. Так, учащиеся с алгоритмизированным логико-структурным типом мышления в большей степени адаптированы к сознательным методам, а с образно-эмоциональным типом мышления – к коммуникативным методам.

Заметим, что могут быть и «другие индивидуальные сочетания особенностей» [Крестинский, 2017: 220] и что обладатели отличающихся типов мышления способны учиться по методикам, им чуждым. Однако носителям разных типов мышления будет некомфортно и неестественно учиться по методике, не соответствующей их типу мышления.

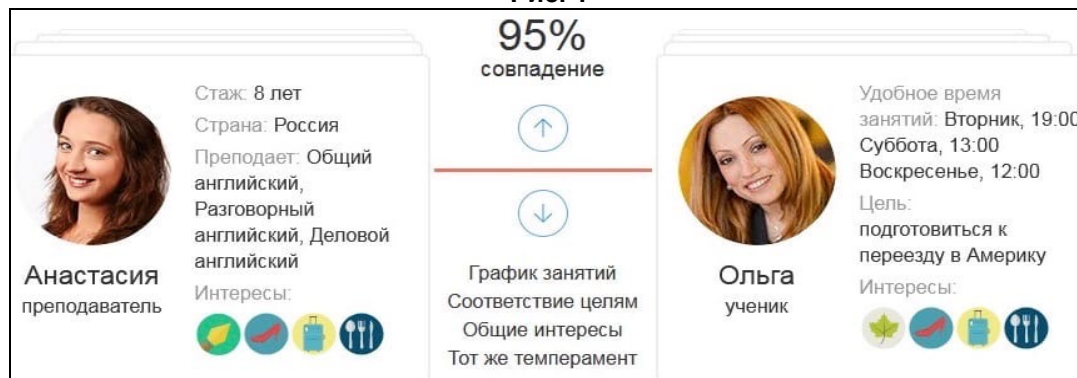
Рассмотрим, какие упражнения и задания наиболее соответствуют тому или иному типу обучаемых и какие методики могут реализовываться в дистанционном образовании.

Поскольку «методики обучения стремятся к унификации» [Крестинский, 2017: 117], в массовом очном обучении не может в полной мере реализовываться личностно-ориентированный подход. Рассмотрим, как это происходит в дистанционном образовании, например, в

онлайн-школе английского языка – SkyEng. На официальном сайте указывается, что обучение начинается после бесплатного вводного занятия, на котором методист определяет уровень владения иностранным языком по следующим направлениям: аудирование, знание базо-

вой грамматики, чтение и говорение. Главной темой говорения обычно становятся интересы обучаемого. И с опорой на увлечения и желаемый режим занятий впоследствии подбирается преподаватель [Онлайн-школа английского языка SkyEng. Процесс, URL], см. рис. 1:

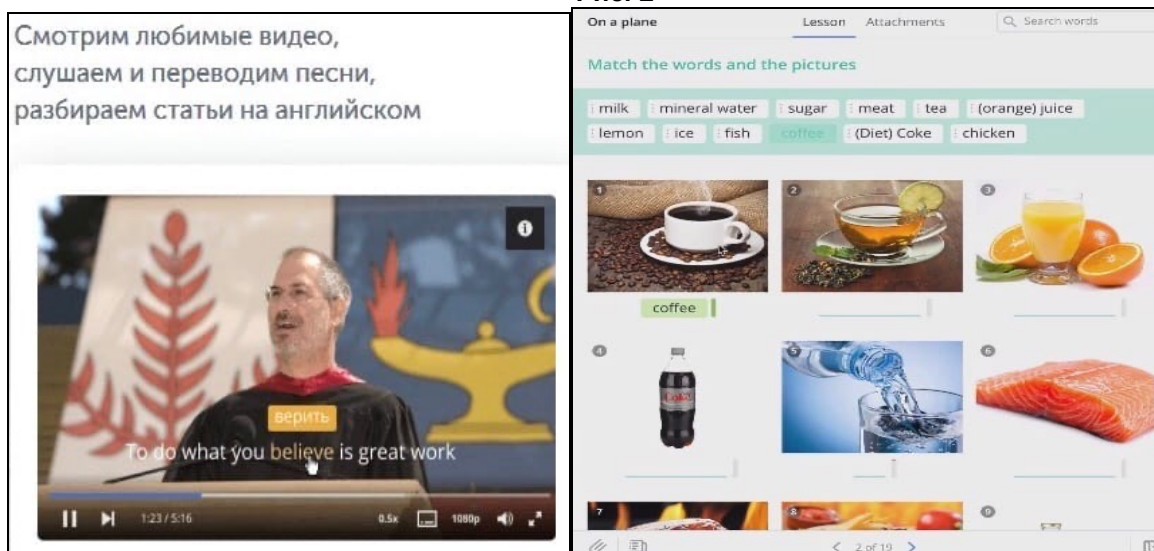
Рис. 1



Однако при этом личностно-ориентированный подход не реализуется полностью. Это обуславливается выбранной методикой преподавания – коммуникативной, а это не означает полное следование личностно-ориентированному подходу, так как коммуникативная методика подходит не всем типам учащихся. Ком-

муникативный метод разработан в рамках когнитивной теории. При этом он ориентирован преимущественно на обучаемых с образно-эмоциональным типом мышления. Это объясняет превалирование интерактивных заданий [Онлайн-школа английского языка SkyEng. Информация, URL], см. рис. 2:

Рис. 2



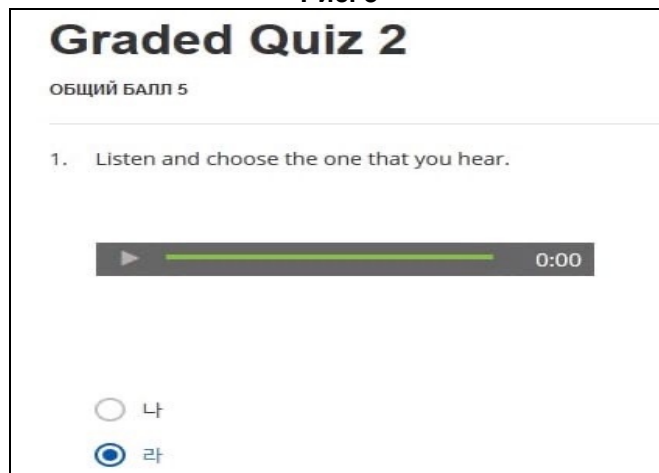
Следующим примером может служить онлайн-сервис Coursera. На официальном сайте данной платформы не указано, какие методики используются. Однако одной из наиболее распространенной форм подачи информации являются записанные лекции и задания к ним с ключами. Знания фонетики и грамматики проверяются только тестами, как, напри-

мер, в онлайн-курсе Coursera – „First Step Korean“. Он рассчитан на пять недель изучения базовой грамматики корейского языка и состоит из пяти модулей. В каждом модуле содержится по четыре урока, а последний урок модуля включает в себя ранее пройденные правила фонетики, грамматики и лексики.

В примере задания по фонетике предлагается прослушать и выбрать из вариантов ответа тот слог, который дик-

тор произносит в аудиозаписи [Образовательная онлайн-платформа Coursera... 14 Basic Consonants, URL], см. рис. 3:

Рис. 3



Однако подобная методика не может быть образцом ориентации на ИИЛ обучаемого, так как она рассчитана на самостоятельное овладение материалом. Несмотря на то что следование законам научения [Торндайк, 1935] проявляется в каждом последнем уроке модуля (например, законы частоты и упражнения), знания даются учащемуся по схеме «нюрнбергской воронки», т.е. подобно механическому вдалбливанию знаний. Это объясняется тем, что учащийся не может задать прямой вопрос учителю и получить на него ответ, в то же время учитель не способен указать на фонетические и

грамматические ошибки обучаемого, объяснить что-то другими словами.

Все подобные задания свидетельствуют об опоре на бихевиористскую теорию учения, ориентированную на обучаемых с образно-эмоциональным типом мышления. Пример следующего задания показывает следование идеям аудиолингвального и аудиовизуального методов, поскольку в основе занятия лежит одновременное использование зрительного и слухового каналов восприятия [Образовательная онлайн-платформа Coursera. Онлайн-курс First Step Korean. 1.2. 14 Basic Consonants, URL], см. рис. 4.

Рис. 4



После чего в следующем уроке сразу осуществляется отработка новой лексики [Образовательная онлайн-платформа

Coursera. Онлайн-курс First Step Korean. 1.2.14 Basic Consonants. Материал... URL] см. рис. 5:

Рис. 5



2. Какие методы обучения используются в онлайн-платформах? Какие компетенции формируются при следовании соответствующим методам? Какие подсистемы языка и виды речевой деятельности не могут сформироваться в случае использования метода с определенной системой целевых приоритетов? Из данных вопросов выводится следующий критерий: оценка результата использования в процессе обучения иностранным языкам только одного из названных методов обучения.

Наглядным примером может служить онлайн-школа LinGoda. В данной школе можно изучать разные языки – английский (а также отдельный курс делового английского), немецкий, французский и испанский. Все занятия ведут только носители языка. Этот подход свидетельствует об использовании прямого метода, который совмещает в себе черты ассоциативной и бихевиористской теорий учения. Так, характеристиками данного метода являются: (а) отказ от использования родного языка и как следствие развитие языковой интуиции; (б) приоритет навыка говорения; (в) правильность грамматических форм не так важна в процессе коммуникации; (г) цель обучения – практическое овладение иностранным языком как средством общения.

Рассмотрим пример урока с YouTube-канала школы LinGoda. В данном коротком видео можно наглядно увидеть, как проходит урок, как учитель (носитель языка) объясняет ошибки ученицы – то

есть три формы неправильного глагола cost и идиому “it costs an arm and a leg” – «это стоит очень дорого» [Lingoda English, URL]. Несмотря на это, в данном видео-примере не исправляется фонетическая ошибка в слове “restaurant”, что позволяет говорить о первичной важности факта навыка говорения.

Факт, что преподаватель – носитель языка, вынуждает обучаемого выйти из зоны комфорта и говорить только на иностранном языке. Это приводит в итоге к преодолению языкового барьера.

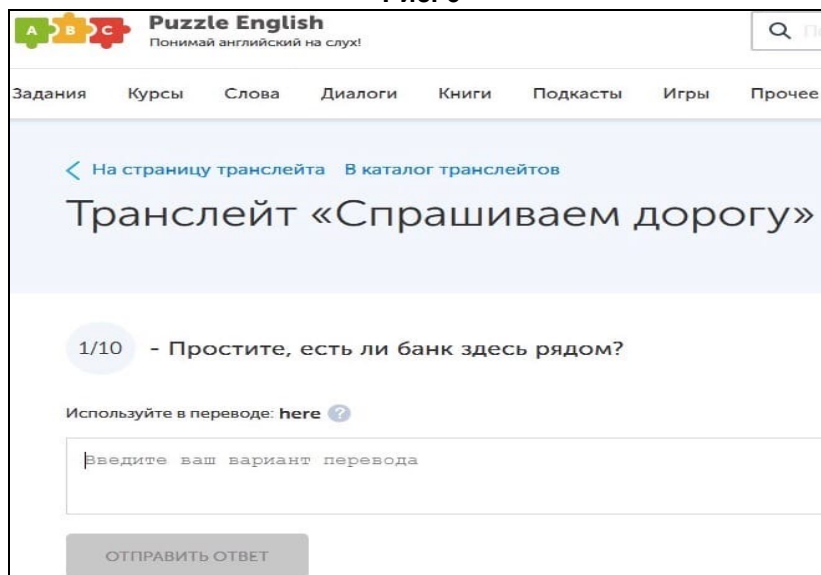
Прямой метод называют «натуральным» методом, то есть процесс изучения иностранного языка в полной мере отождествляется с процессом овладения родным языком [Neuner, 1993: 35]. В представленном видео ученица понимает объяснения учителя, потому что она уже может строить простые предложения в настоящем и прошедшем времени и имеет определенный словарный запас. Прямой метод не будет эффективно функционировать в обучении тех, кто прежде никогда не учил язык, потому что у обучаемого еще нет представления о структуре предложения, спряжении глаголов и т.п.

Следующим примером может служить онлайн-платформа для самостоятельного изучения английского – Puzzle English. Обучение предполагает выполнение множества упражнений и заданий на грамматику, лексику и аудирование. К методам, применяемым на данной платформе, можно отнести использование

грамматико-переводных и аудиовизуальных методов, что говорит об использовании как бихевиористской, так и когнитивной теории. Грамматико-переводные методы характеризуются наличием переводных упражнений с родного языка на иностранный, что способствует формиро-

вании метаязыковой рефлексии и осмыслению лексических единиц и грамматических форм. Пример такого упражнения представлен ниже [Онлайн-платформа для самостоятельного изучения английского языка Puzzle English<sub>1</sub>, URL], см. рис. 6:

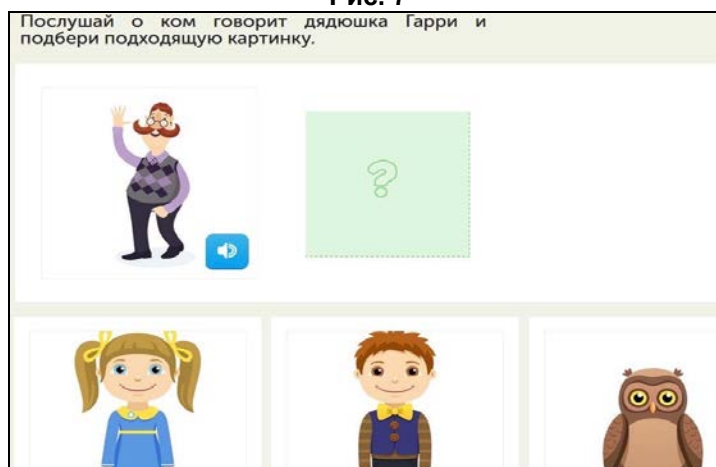
Рис. 6



Аудиовизуальный метод, в свою очередь, характеризуется следующими особенностями: (а) цель обучения – формирование навыков устной речи; (б) одновременно используются зрительный и слуховой каналы восприятия; (в) основной материал обучения – диалоги на бытовые темы; (г) многократное прослушивание и повторение языковых единиц вслед за диктором [Neuner, 1993: 62–67].

Данный метод раскрывается, например, благодаря использованию следующего упражнения (заметим, что при этом главная цель аудиовизуального метода – научение говорению – не реализуется) [Онлайн-платформа для самостоятельного изучения английского языка Puzzle English<sub>2</sub>, URL], см. рис. 7:

Рис. 7



Кроме того, в материалах онлайн-платформы Puzzle English находит отражение деятельностная теория. Она проявляется в создании заданий, направленных

на развитие эмоционального интереса учащихся, иначе говоря, на поддержание их внутренней мотивации. «Мотив есть то, что связывает учебный процесс с



потребностями человека. Действительно, человек всю жизнь делает то, что удовлетворяет потребности. Если потребности нет, то он и не будет делать то, что направлено на удовлетворение этой потребности» [Талызина, URL]. Таким образом, внутренняя мотивация – это персонафицированный интерес обучаемого к

предмету изучения. Следующее задание ориентировано на поддержание эмоционального интереса во время изучения иностранного языка на основе работы с любимым фильмом [Онлайн-платформа для самостоятельного изучения английского языка Puzzle English<sup>3</sup>], см. рис. 8.

Рис. 8



Итак, опираясь на проведенный анализ, мы можем заключить, что для обеспечения интеллектуального, эмоционального и эстетического развития учащегося средствами предмета «Иностранный язык» следует учитывать индивидуальную изменчивость личности обучаемого, исходить из необходимости комбинации психологических теорий учения и соот-

ветствующих методов, т.е. использовать интегративный персоногенетический деятельностный подход. Ни одна из рассмотренных платформ не может обеспечить равнозначное овладение всеми компонентами иноязычной коммуникативной компетенции, а акцентирует только ее отдельные компоненты.

### Литература

1. Крестинский И. С. О месте переводных упражнений в лингводидактических концепциях и их роли в формировании иноязычной коммуникативной компетенции // Вестник Тверского государственного университета. 2015. Сер. «Педагогика и психология». № 3. С. 149–155.
2. Крестинский И. С. Индивидуальная изменчивость личности и методы обучения иностранным языкам // Вестник Тверского государственного университета. 2017. Сер. «Педагогика и психология». № 3. С. 217–225.
3. Торндайк Э. Процесс учения у человека. / Пер. с англ. под ред. проф. С. Е. Гайсиновича и со вступ. статьями проф. П. П. Блонского и проф. С. Е. Гайсиновича М.: Учпедгиз, 1935. 160 с.
4. Талызина Н. Ф. Педагогическая психология. М.: Академия, 1998. 158 с.
5. Edelman W., Wittmann S. Lernpsychologie. Weinheim: Beltz PVU. 2012. 288 s.
6. Heuer H. Grundwissen der englischen Fachdidaktik. Heidelberg: Quelle & Meyer, 1979. 212 s.
7. Spitzer M. Lernen: Gehirnforschung und die Schule des Lebens. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag, 2006. 512 s.

8. Neuner G., Hunfeld H. Methoden des fremdsprachlichen Deutschunterrichts: Eine Einführung. Kassel: Universität Kassel, 1993. 184 s.

### **Источники**

9. Harvard Extension School [Электронный ресурс]. URL: <https://www.extension.harvard.edu/> (дата обращения: 7.03.2020).

10. Lingoda English class experience. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wF9Sgdcvvug&feature=youtu.be>. (дата обращения: 14.03.2020).

11. Образовательная онлайн-платформа Coursera [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coursera.org/> (дата обращения: 7.03.2020).

12. Образовательная онлайн-платформа Coursera. Онлайн-курс First Step Korean. Graded Quiz 2 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coursera.org/learn/learn-korean/exam/t3bKy/graded-quiz-2/attempt> (дата обращения: 11.03.2020).

13. Образовательная онлайн-платформа Coursera. Онлайн-курс First Step Korean. 1.2. 14 Basic Consonants. 1.2 Lecture [Электронный ресурс]. URL: <https://www.coursera.org/learn/learn-korean/lecture/HJQX1/1-2-lecture> (дата обращения: 11.03.2020).

14. Образовательная онлайн-платформа Coursera. Онлайн-курс First Step Korean. 1.2.14 Basic Consonants. Материал для самостоятельного изучения: Lecture Notes [Электронный ресурс]. URL: [https://d3c33hcgiv3.cloudfront.net/\\_36056ae94935d6a55f2bd58b136672f5\\_\\_M1-2\\_.pdf?Expires=1584835200&Signature=jJU-YWY1hHyAIT-5y2wD2KPQLOj3m9AIVt8FOSmk4SyrV7KsXooScxJ5c8wMNVl4JbMsqrDS0hQMwxxDEh9NtDu-1iL18JEj7Z0j9GwftQ0kur1uVy7KTNee9w0UdFkl5c7oLrikLdl6DLNk4hNWBsh5HiaQmrwkOjvXHgbHg\\_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A](https://d3c33hcgiv3.cloudfront.net/_36056ae94935d6a55f2bd58b136672f5__M1-2_.pdf?Expires=1584835200&Signature=jJU-YWY1hHyAIT-5y2wD2KPQLOj3m9AIVt8FOSmk4SyrV7KsXooScxJ5c8wMNVl4JbMsqrDS0hQMwxxDEh9NtDu-1iL18JEj7Z0j9GwftQ0kur1uVy7KTNee9w0UdFkl5c7oLrikLdl6DLNk4hNWBsh5HiaQmrwkOjvXHgbHg_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A) (дата обращения: 11.03.2020).

15. Образовательная онлайн-платформа UdaCity [Электронный ресурс]. URL: <https://www.udacity.com/> (дата обращения: 7.03.2020).

16. Образовательная онлайн-платформа Udemy [Электронный ресурс]. URL: <https://www.udemy.com/> (дата обращения: 7.03.2020).

17. Образовательная онлайн-платформа для изучения и практики иностранного языка LinguaLeo [Электронный ресурс]. URL: <https://lingualeo.com/ru> (дата обращения: 10.03.2020).

18. Онлайн-платформа для самостоятельного изучения английского языка Puzzle English [Электронный ресурс]. URL: [https://puzzle-english.com/?utm\\_source=yandex&utm\\_medium=src&utm\\_campaign=30830761&utm\\_term=puzzle+english&yclid=1373472771520105142](https://puzzle-english.com/?utm_source=yandex&utm_medium=src&utm_campaign=30830761&utm_term=puzzle+english&yclid=1373472771520105142) (дата обращения: 10.03.2020).

19. Онлайн-платформа для самостоятельного изучения английского языка Puzzle English [Электронный ресурс]. URL: <https://puzzle-english.com/kids> (дата обращения: 10.03.2020).

20. Онлайн-платформа для самостоятельного изучения английского языка Puzzle English [Электронный ресурс]. URL: <https://puzzle-english.com/writing> (дата обращения: 10.03.2020).

21. Онлайн-платформа для самостоятельного изучения английского языка Puzzle English [Электронный ресурс]. URL: <https://puzzle-english.com/video/titanic-4> (дата обращения: 10.03.2020).

22. Онлайн-школа английского языка SkyEng. Информация с официального сайта [Электронный ресурс]. URL: <https://skyeng.ru/> (дата обращения: 9.03.2020).

23. Онлайн-школа английского языка SkyEng. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://skyeng.ru/> (дата обращения: 9.03.2020).

24. Онлайн-школа английского языка SkyEng. Процесс. Подбор преподавателя [Электронный ресурс]. URL: <https://skyeng.ru/process/> (дата обращения: 9.03.2020).

25. Онлайн-школа иностранных языков Lingoda. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lingoda.com/ru/> (дата обращения: 14.03.2020).

26. Талызина Н.Ф. Анализ основных теорий учения [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=llpfj6qBM4> (дата обращения: 10.03.2020).

27. Широкодоступные онлайн-курсы MOOC [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mooc.org/> (дата обращения: 15.03.2020).

## ОБУЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ ВЫСКАЗЫВАНИЮ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ НА ОСНОВЕ ТЕКСТА

*О. Ю. Кузнецова*

*Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск*

**Аннотация.** В статье приводится опыт научно-методического исследования проблемы обучения самостоятельному высказыванию на английском языке на основе текста студентов первого курса языкового факультета. Особое внимание уделяется пересказу как приему обучения монологической речи.

**Ключевые слова:** пересказ; прием обучения иностранному языку; монологическая речь.

В ходе проведенного нами эмпирического исследования были определены методические условия, соблюдение которых обеспечивает эффективное обучение самостоятельному высказыванию на английском языке на основе текста студентов первого курса языкового факультета. Перед нами стояла задача определения наиболее рациональных приемов обучения. Одним из приемов, отражающих взаимосвязь чтения и устной речи, является пересказ. Поэтому особое внимание в нашем исследовании уделяется использованию пересказа как приема обучения монологической речи.

Овладение монологической речью встречает определенные трудности, которые существуют и в родном языке – это одновременное осуществление смысловой и языковой программы. «Для того чтобы говорящий мог гладко и связно строить свое высказывание, чтобы это речевое целое произносилось без разрушающих процесс коммуникации пауз между предложениями, одновременно с произнесением очередного предложения должно быть упреждение следующего» [Жинкин, 1982].

Подлинное владение устной речью состоит в том, что студент должен уметь правильно выражать на иностранном языке свои мысли в условиях решения достаточно сложных мыслительных задач. Что касается монологической речи, то для нее характерны такие качества, как ясность (точность мысли), логическая стройность и достаточная информативность, доказательность, а также выражение собственного отношения и оценки. В целом все обучение монологической речи должно быть направлено на овладение умением логически раскрыть мысль, выделить главное, сделать выводы или заключение, что способствует повышению

культуры общения и вносит вклад в гуманитарное образование.

Текстообразующая деятельность должна пронизывать весь процесс обучения, и все приемы должны быть направлены на создание текстов (высказываний) в связи с поставленной коммуникативной задачей.

Обучение умению выступать с самостоятельными высказываниями может преследовать различные задачи и осуществляться в разных направлениях: высказывание по прочитанному или прослушанному в результате творческой переработки текста (пересказ, резюме, изложение событий от лица одного из персонажей текста); сообщение или информация по какой-либо проблеме, затронутой в тексте, что требует специальной подготовки, подборки соответствующего материала для иллюстрации.

Хотя в данной статье мы рассматриваем проблемы формирования высказывания в монологической форме, обучение этому виду речи происходит во взаимодействии с другими видами речи – чтением, слушанием, диалогической речью. В процессе обучения пересказ используется нами как на основе слухового восприятия (тренировка в аудировании и говорении) так и зрительного восприятия (обучение чтению и говорению). Считаем нецелесообразным использовать пересказ как средство проверки понимания текста. «На занятиях по практике языка пересказ не средство контроля понимания текста, но способ формирования умений речевого общения» [Щукин, 2007: 311].

Для нашего эмпирического исследования интерес представляет подход к концепции обучения монологической речи как умению связно и логично излагать свои мысли отечественного педагога С. В. Калининой.



Пересказ как прием обучения несколько скомпрометирован в практике (часто сводится к заучиванию текста) и не всегда однозначно понимается в методике. По нашему мнению пересказ не только включает основное содержание, но должен отразить различные проблемы или ситуации, затронутые в тексте, анализ причин и следствий, их оценку, самостоятельность высказанных суждений. Считаем необходимым варьировать характер пересказа, чтобы избежать монотонности в работе и заучивания текста студентами. Нами используются разные виды пересказа: пересказ близкий к тексту, реферирующий пересказ, комментирующий пересказ. Последний требует умения обобщать, высказывать собственное отношение к фактам, аргументировать свою точку зрения, выражать согласие или несогласие, сомнение.

Таким образом, при пересказе текста его содержание может быть передано полностью (с деталями), сокращенно, выборочно, реферативно.

Мотивом пересказа является кульминационное (главное, центральное) событие, привлекающее внимание говорящего.

Рассказчик должен отобрать для предстоящего пересказа факты и события, ведущие к центральному кульминационному событию или объясняющие его. Задача состоит в том, чтобы отразить экспозиционные факты, к которым относятся время, место, положение действующих лиц, обстоятельства, обстановка.

Исследование показало, что для того чтобы передать содержание текста, студентам необходимо овладеть следующими умениями:

- выделить цепь фактов и событий, ведущих к кульминационному событию (если таковые есть), и выделить экспозиционные факты;

- опустить несущественные факты, не нарушая логику повествования, не способствующие раскрытию основной идеи;

- завершить рассказ.

В процессе реализации замысла высказывания студенту необходимо овладеть также умениями:

- удержать, фиксировать план высказывания в оперативной памяти;

- антиципировать последующее изложение содержания;

- учитывать личность собеседника, степень его информированности о событиях, его возможную реакцию;

- обобщать и кратко передавать содержание рассказа с помощью перифразы.

Поскольку развитие речи происходит в связи с текстом, то нужно учитывать особенности разных жанров текстов с тем, чтобы отобрать такие формы, которые соответствуют особенностям текста и которые могут быть использованы в реальной деятельности студентов. Для высказывания по общественно-политическому тексту целесообразно использовать такую форму, как резюме, для научно-популярного – аннотацию, для художественного – рецензию.

Поэтому задания по монологической речи в связи с разными по жанру текстами должны носить различный характер и направлять в русло той речевой формы, которая в наибольшей степени отвечает особенностям текста. Составление резюме является как бы исходной формой. Резюме возможно разных уровней: после первого чтения, после выделения деталей, резюме отдельных абзацев, резюме в рамках определенной проблемы, содержащейся в тексте, и комментирование текста на этой основе. Например, для того чтобы сделать аннотацию, необходимо дать предварительные задания типа: коротко изложить основное содержание текста (резюме) и затем выделить то новое, что в нем содержится.

Если речь идет о рецензии, то, кроме указанных видов заданий для составления рецензии, необходимо добавить задание, направленное на оценку прочитанного текста и аргументацию своей точки зрения.

Приведем примеры заданий в связи с чтением текста:

- прочитать текст, выбрать факты и аргументы;

- выделить ключевые предложения; попросить раскрыть в нескольких предложениях содержание текста;

- сформулировать в нескольких фразах главную мысль каждого абзаца; перечитать текст и выделить детали; обсудить текст;

- прочитать и изучить, как персонажи охарактеризованы в начале и в конце текста;

- разыграть текст; найти в нем темы;

– дать характеристику текста; выбрать детали, которые производят, например, юмористический эффект.

Пересказ текста является одним из заданий экзамена по дисциплине Практический курс первого иностранного языка на первом курсе. Экзамен мы использовали как контрольный срез нашего эмпирического исследования. Нами оценивались: «структура, содержание и стилистическое оформление высказывания, лексическое оформление речи, грамматическое оформление речи, фонетическое оформление речи» [Кузнецова, Парфенова, 2017: 104]. Выделено четыре уровня оценивания компетенций:

**«Высокий (отлично)** – пересказ содержит основные события текста в полном объеме. Высказывание полностью соответствует структуре и стилю общения, демонстрирует аргументы, поддерживающие точку зрения студента, и выводы. Словарный запас студента богат, разнообразен и адекватен поставленной задаче. В речи студента возможны 1-2 негрубые лексические ошибки, которые не влияют на понимание. Речь богата разнообразными грамматическими конструкциями. В речи студента возможны 1-2 негрубые грамматические ошибки, которые не влияют на понимание. В речи студента нет фонетических ошибок. Беглый темп речи.

**Достаточный (хорошо)** – пересказ содержит некоторые события текста. Высказывание в целом соответствует структуре и стилю общения, демонстрирует аргументы, поддерживающие точку зрения студента, и выводы. Словарный запас студента в целом соответствует поставленной задаче, однако имеются 3-4 негрубые или 2-3 грубые ошибки, не влияющие на понимание. В речи студента присутствуют 3-4 негрубые грамматические ошибки или 1-2 грубые ошибки, не затрудняющие понимания, или используются однообразные грамматические кон-

струкции. Речь студента в целом понятна, он допускает отдельные фонетические ошибки, не затрудняющие понимания. Темп речи несколько замедлен.

**Пороговый (удовлетворительно)** – пересказ содержит отдельные события текста. Высказывание не соответствует структуре и стилю общения, в нем отсутствуют аргументы, поддерживающие точку зрения студента, и выводы. Словарный запас студента отчасти соответствует поставленной задаче, однако имеются 5-6 негрубых или 3-4 грубые ошибки. В речи студента присутствуют 4-5 негрубых грамматических ошибок или 3-4 грубые ошибки, не затрудняющие понимания, или используются однообразные грамматические конструкции. Студент допускает отдельные фонетические и интонационные ошибки. Темп речи замедлен.

**Критический (неудовлетворительно)** – отказ от пересказа текста. В речи студента присутствуют многочисленные (6 и более) негрубые лексические ошибки, или более 4 грубых ошибок, в том числе затрудняющих понимание. Словарного запаса не хватает для общения в соответствии с заданием. В речи студента присутствуют многочисленные (более 6) негрубые грамматические ошибки или более 4 грубых ошибок, в том числе затрудняющих понимание. Речь студента не соответствует фонетическим нормам английского языка (многочисленные интонационные и фонетические ошибки)» [Кузнецова, Парфенова, 2017: 104–106].

Результаты, проведенного нами эмпирического исследования свидетельствуют об эффективности предложенных нами и проанализированных выше методических условий. Их соблюдение является необходимым условием для успешного обучения самостоятельному высказыванию на английском языке на основе текста студентов первого курса языкового факультета.

#### **Литература**

1. Жинкин Н. И. Речь как проводник информации. М.: Наука, 1982. 156 с.
2. Кузнецова О. Ю., Парфенова М. С. Пересказ как прием обучения иностранному языку // Язык. Культура. Коммуникация: Материалы VIII Всероссийской заочной научно-практической конференции, Ульяновск, 2017. С. 102–106.
3. Щукин А. Н. Обучение иностранным языкам: Теория и практика: Учебное пособие для преподавателей и студентов. 3-е изд. М.: Филоматис, 2007. 480 с.

## «НЕМЫЕ» КОМИКСЫ И ИХ ДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРИ ОБУЧЕНИИ НЕМЕЦКОМУ ЯЗЫКУ

**В. А. Рюмина**

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы  
при Президенте РФ, г. Ульяновск*

**М. Ю. Карцева, И. В. Селезнева**

*Ульяновский государственный педагогический университет им. И. Н. Ульянова,  
г. Ульяновск*

**Аннотация.** В данной статье раскрывается содержание понятий «комиксы» и «немые комиксы», рассматривается значимость комиксов в обучении иностранным языкам. В статье представлены также возможные задания при работе с «немыми» комиксами. Теоретические положения иллюстрируются примерами на немецком языке.

**Ключевые слова:** комиксы; «немые» комиксы; упражнения; дидактизация.

Комиксы становятся привычным атрибутом печатной продукции. Отмечается их многообразие: от рекламных листовок до журналов и книг с комиксами, порой переложенных на них целых художественных произведений во всем многообразии их жанров. Не обошел стороной комиксы и Интернет [Арзамасцева, 2002; Беяева, 2018; Григорьева, Резникова, 2016].

В России комиксы прошли путь от негативного отношения к ним до разработок их использования в учебном процессе, в частности на занятиях по иностранному языку [Арзамасцева, 2002; Беяева, 2018; Григорьева, Резникова, 2016]. Так профессором Е. Я. Григорьевой и учителем А. И. Резниковой разработаны критерии отбора иноязычных комиксов для учебного процесса, описаны этапы работы с ними, приведены примеры упражнений для разных ступеней обучения и назван ряд комиксов, которые могут быть использованы на занятиях по французскому и английскому языку [Григорьева, Резникова, 2016].

Комикс (от англ. comic – смешной) традиционно определяется как «серия рисунков с краткими текстами, образующая определенное связное повествование», как «смежные рисунки и другие изображения в смысловой последовательности» [Комикс, URL], как «единство повествовательного текста и визуального действия» [Арзамасцева, 2002], т.е. здесь сочетаются черты таких видов искусства как литература и изобразительное искусство. Рисунки, как правило, сопровождаются словесными пузырями (нем.: Sprechblasen).

Но анализ современных комиксов (наиболее известны комиксы Х. Бидструпа, Э. Озера, В. Клемке) [В. Клемке, Х. Бидstrup, E. Ohser, URL] свидетельствует о том, что это не только смешные истории. Тематические серии рисунков, «немых» в том числе, отражают, как правило, разные ситуации реальной жизни: веселые, смешные, серьезные, драматические, трагические, трагикомические.

Рядом исследователей предпринята попытка классификации комиксов по разным критериям: по жанрам, по эмоциональным переживаниям, по возрасту, по технике исполнения и т.д. [Жанры комиксов..., Комиксы URL], что далеко не исчерпывает их многообразия.

Одним из видов комиксов являются «картинки, объединенные общим сюжетом», хронологически выстроенная история в картинках, когда не обязательно присутствует текст. Это так называемые «немые», или «молчаливые» комиксы с понятным без слов сюжетом [Интернет-энциклопедия URL].

Анализ некоторых зарубежных и отечественных школьных и вузовских учебников и учебных пособий на немецком языке [Бим, 2011; Бим, 2002; Девекин, 1978; Koithan, 2007] (в том числе материалы Гёте-института) [Dahlhaus, 1994; Masaire, 1995; Neuf-Münkel, 2006] позволяет нам сделать вывод о том, что комиксы, в том числе и «немые», пусть мало, но все-таки представлены в них.

По мнению ряда психологов и дидактов использование комиксов делает процесс обучения

- более эффективным, так как при этом формируются или совершенствуются разные виды речевой деятельности и активизируется речемыслительная деятельность;

- развивающим, так как включение комиксов в процесс обучения способствует развитию логики, изобразительных навыков;

- познавательным, так как их использование знакомит с техникой работы с разными материалами, а также учит понимать особенности другой культуры;

- привлекательным, так как события визуализируются и изображения рассматриваются в удобном темпе.

Отметим и развлекательность комиксов, что облегчает процесс обучения.

При работе над «немыми» комиксами возможны следующие задания:

- поставить рисунки комикса в нужной последовательности;

- определить по фрагменту тему комикса;

- ответить на вопросы по содержанию комикса;

- озаглавить серию картинок;

- представить ситуацию в комиксе с помощью пантомимы;

- описать действующих лиц комикса;

- придумать реплики для действующих лиц, озвучить их;

- сравнить похожие ситуации, если они есть, в родной и иноязычной культуре;

- составить из набора рисунков собственную историю;

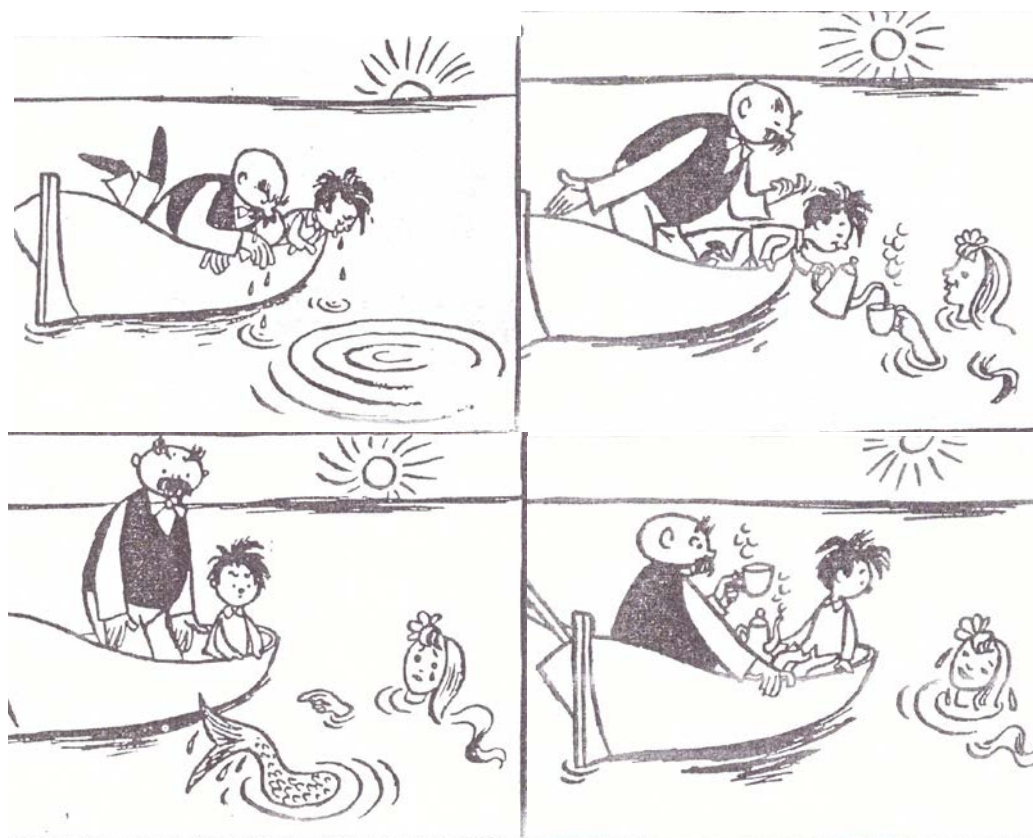
- дорисовать комикс;

- создать собственный комикс на заданную тему.

Следует заметить, что не все могут выступать в роли комиксмейкера, но это возможно с помощью специальных Интернет-сервисов, где описывается поэтапная работа по созданию собственного комикса [Работа над ошибками... URL].

По использованию средств обучения «немые» комиксы - на бумажном носителе или в компьютерном варианте - при определенных условиях можно отнести к интерактивным формам обучения. В статье В.А. Рюминой приводится алгоритм работы в мини-группах с серией тематических картинок Эриха Озера [Рюмина, 2016: 167].

Предлагаем вашему вниманию ряд упражнений, возможных при работе над одним из комиксов Э.Озера [Vater und Sohn URL; Krstulovic, 2014].



- Мögliche Aufgaben zur Bildgeschichte:
1. Setzen Sie die Bilder in richtiger Reihenfolge.
  2. Bestimmen Sie das Thema der Bildserie. Warum meinen Sie so?
  3. Beantworten Sie die folgenden Fragen:
    - Wann spielt die Handlung?
    - Wo sind die handelnden Personen?
    - Was machen sie dort?
    - Wer taucht plötzlich auf?
    - Freuen sich der Vater und der Sohn über diesen Besuch?
    - Kommt das Mädchen zu ihnen?
    - Warum sind der Vater und der Sohn traurig?
  4. Betiteln Sie die Bildserie.
  5. Beschreiben Sie die handelnden Personen.
  6. Erfinden Sie die Repliken der handelnden Personen. Tragen Sie sie in die Sprechblasen.
  7. Inszenieren Sie das Gespräch zwischen den handelnden Personen.

8. Kommentieren Sie das Bildgeschehen bzw. das Verhalten der Personen auf den Bildern.

9. Entwickeln Sie die Geschichte an Hand der Fragen im Großen und Ganzen.

10. Erfinden Sie das Geschehen vor dem ersten und nach dem letzten Bild.

11. Erzählen Sie die Geschichte aus Perspektive einer Person.

12. Vergleichen Sie Ihre Geschichte mit dem Original.

13. Besprechen Sie die Resultate der Arbeit im Plenum.

Разумеется, не все комиксы можно использовать в учебном процессе по разным причинам (например, сложная лексика или ограниченность тем). Их отбор и дидактизация – это задача преподавателя. На наш взгляд, есть много возможностей интеграции серии «немых» комиксов как в учебный процесс, так и во внеаудиторную работу по предмету «иностранный язык».

### **Литература**

1. Арзамасцева И. Н. Комикс в образовании: есть ли польза от дела? // Народное образование. (Т. 1322) 2002. № 9 (1322). С. 132–135.
2. Беляева И. Г. Комикс как эффективное средство обучения иностранному языку. Иностранные языки в школе. 2018. № 7. С. 25–29.
3. Григорьева Е. Я., Резникова А. И. Иноязычные комиксы на занятиях по иностранному языку. // Иностранные языки в школе. 2016. № 5. С. 30–34.
4. Жанры комиксов: список и правила жанров [Электронный ресурс]. URL: <https://disima.ru/sozdanie-komiksa/zhanry-komiksov/> (дата обращения: 12.09.2019).
5. Комиксы [Электронный ресурс]. URL: <http://shedevers.ru/materiali/418-komiks.html> (дата обращения: 8.09.2019).
6. Работа над ошибками, или как сделать грамотный комикс [Электронный ресурс]. URL: <https://disima.ru/sozdanie-komiksa/kak-sdelat-gramotnyj-komiks/> (дата обращения: 24.08.2019).
7. Рюмина В. А. Интерактивная модель обучения как одна из современных тенденций в преподавании иностранных языков. // Современные технологии обучения иностранным языкам. Международная научно-практическая конференция (Ульяновск, 20 января 2016 года): сборник научных трудов / отв. ред. Н. С. Шарафутдинова. Ульяновск: УлГТУ, 2016. С. 165–172.
8. Krstulovic B. Der Reiz des Verbotenen. Moskauer Deutsche Zeitung. Nr. 9 (376) Mai 2014. S. 11.

### **Словари и справочные материалы**

9. Вернер Клемке [Электронный ресурс]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D0%BA%D0%B5\\_%D0%92%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%80](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D0%BA%D0%B5_%D0%92%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%80) (дата обращения: 24.09.2019).
10. Интернет – энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <https://lurkmore.to/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D1%81%D1%8B> (дата обращения: 31.08.2019).
11. Комикс [Электронный ресурс]. URL: [https://wikimultia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D1%81#.D0.A1.D1.82.D0.B0.D0.BD.D0.B4.D0.B0.D1.80.D1.82.D0.BD.D1.8B.D0.B9\\_.D1.81.D0.BE.D1.81.D1.82.D0.B0.D0.B2\\_.D0.BA.D0.BE.D0.BC.D0.B8.D0.BA.D1.81.D0.B0](https://wikimultia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D1%81#.D0.A1.D1.82.D0.B0.D0.BD.D0.B4.D0.B0.D1.80.D1.82.D0.BD.D1.8B.D0.B9_.D1.81.D0.BE.D1.81.D1.82.D0.B0.D0.B2_.D0.BA.D0.BE.D0.BC.D0.B8.D0.BA.D1.81.D0.B0) (дата обращения: 24.09.2019).
12. Херлуф Бидструп [Электронный ресурс]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B4%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BF\\_%D0%A5%D0%B5%D1%80%D0%BB%D1%83%D1%84](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B4%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BF_%D0%A5%D0%B5%D1%80%D0%BB%D1%83%D1%84) (дата обращения: 24.09.2019).
13. Erich Ohser [Электронный ресурс]. URL: [https://de.wikipedia.org/wiki/Erich\\_Ohser](https://de.wikipedia.org/wiki/Erich_Ohser) (дата обращения: 24.09.2019).
14. Vater und Sohn [Электронный ресурс]. URL: [https://de.wikipedia.org/wiki/Vater\\_und\\_Sohn](https://de.wikipedia.org/wiki/Vater_und_Sohn) (дата обращения: 24.09.2019).

### ***Источники***

15. Бим И. Л., Садомова Л. В. Немецкий язык. 9 класс : учеб. для общеобразоват. учреждений. Книга для чтения / авт.-сост. О. В. Каплина. 12-е изд. М. : Просвещение, 2011. 271 с.
16. Бим И. Л., Садомова Л. В., Артемова Н. А. Шаги 3 : Учеб. нем. яз. для 7 кл. общеобразоват. Учреждении. Книга для чтения / Сост. Е. В. Игнатова, Л. А. Чернявская. 4 е изд. М.: Просвещение, 2002. 272 с..
17. Девекин В. Н., Белякова Л. Д., Розен Е. В. Говори по-немецки!: Пособие по развитию навыков устной речи для институтов и факультетов иностранных языков. 5-е издание, испр. и доп. М.: Высшая школа, 1978. 352 с.
18. Dahlhaus B. Fertigkeit Hören, 1994 Goethe-Institut, München. S.122–124.
19. Koithan U., Schmitz H., Sieber T., Sonntag R.Aspekte. Mittelstufe Deutsch. Arbeitsbuch 1. Langenscheid K G, Berlin und München. 2007. S. 11, 13, 87.
20. Masaire D., Hosch W. Bilder in der Landeskunde. 1995. Goethe-Institut, München. 192 S.
21. Neuf-Münkel G., Roland R. Fertigkeit Sprechen, 2006 Goethe-Institut, München. S. 44.

## ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ АСПЕКТОВ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ШКОЛЕ

*Н. Г. Соснина*

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

**Аннотация.** На сегодняшний день целью дисциплины «Иностранный язык» является формирование иноязычной коммуникативной компетенции. В современном поликультурном обществе у детей возникает потребность общения с представителями различных культур, в результате чего иноязычная коммуникативная компетенция приобретает новую межкультурную окраску. Учитывая возрастные потребности старших школьников межличностном общении, процесс обучения иностранному языку должен строиться на основе формирования эффективного межличностного взаимодействия. Современные возможности осуществления межкультурной коммуникации, которые открываются перед подростками, должны учитываться при отборе содержания дисциплины. Задача учителя заключается в обеспечении школьников достаточным уровнем лингвострановедческих знаний и умений для реализации межкультурного взаимодействия.

**Ключевые слова:** поликультурное общество, межкультурная компетенция, лингвострановедческий подход, фоновые знания, коммуникативное поведение, коммуникативная цель.

Современные школьники живут в информационном обществе, масштабы межкультурного взаимодействия которого огромны. Ежедневно проводя время в интернете, у подрастающего поколения появляются все новые и новые возможности общения с представителями разных языков и культур [Горбочева, 2019]. Однако, как показывают последние исследования в данной области, у школьников обнаруживается отсутствие соответствующих знаний и умений, как вести себя в контексте межкультурного диалога. Концепции, цели и методы обучения, которые способствовали достижению этих целей 10 лет назад, утратили свою актуальность и значимость в условиях информатизации и глобализации. Соответственно возникает потребность в пересмотре содержания дисциплины «Английский язык» в средней и старшей школе.

Конечной целью дисциплины «Иностранный язык» является формирование иноязычной коммуникативной компетенции. Учитывая тот факт, что в современном поликультурном обществе у детей возникает потребность общения с представителями различных культур, иноязычная коммуникативная компетенция приобретает новую межкультурную окраску.

В зарубежной и отечественной науке вопросы теории и практики межкультурной коммуникации рассматривались с точки зрения организации, содержания, методов и форм межкультурного обучения в условиях высших учебных заведений [Тер-Минасова, 2000]. Однако анализ

теоретических положений показал недостаточную степень разработанности данного вопроса в условиях преподавания иностранного языка в средней школе. Обучение в старших классах характеризуется активным становлением личности, возрастанием потребности в межличностном общении. Следовательно, основы межкультурной коммуникации должны закладываться именно в этом возрасте.

Целью данного исследования является актуализация проблем формирования межкультурной компетенции в средней и старшей школе разработкой.

Результатом изучения дисциплины «Иностранный язык» является формирование иноязычной коммуникативной компетенции. Однако, как показывает практика, даже высокий уровень владения иноязычной коммуникативной компетенцией еще не гарантирует успешное межкультурное взаимодействие, складывающееся из понимания и уважения к родной культуре собеседника.

Долгое время в методике преподавания иностранных языков идеалом коммуникативной компетенции был носитель языка, в связи с чем, изучение языка предполагало моделирование собственного языкового поведения по его образцу, тогда как социальная идентичность и культурная принадлежность говорящего не учитывались. Тем не менее, каждый ученик является носителем определенных культурных традиций того общества, к которому он принадлежит, и это, в свою очередь, накладывает отпечаток на весь процесс коммуникации [Zonova, 2019].

Успешная межкультурная коммуникация предполагает принятие другой культуры при сохранении собственной культурной идентичности [Соснина, 2019]. В контексте данной работы под межкультурной компетенцией мы понимаем умение принять чужой образ мысли и объяснить свой, умение разнообразить понимание индивидуальной картины мира посредством знакомства с иной языковой картиной мира с целью достижения позитивного результата коммуникативного взаимодействия.

Введение понятия межкультурной компетенции вносит изменение в содержание и особенности преподавания иностранного языка в школе. Целью преподавания становится развитие умений использовать иностранный язык в условиях межкультурного общения. Процесс знакомства с культурой народа проходит наиболее благоприятно при условии сравнения иноязычной культуры с родной культурой. В этой связи целесообразно говорить о различных подходах к обучению культуре. В настоящее время отечественной и зарубежной методике преподавания иностранных языков известны обществоведческий, филологический, системны (лингвострановедческий) подходы. Рассмотрим основные положения каждого подхода.

Приверженцами первых двух подходов являются Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, Г.Д. Томахин [Верещагин, Костомаров, 1980]. Обществоведческий подход основывается на преподавании страноведения, включающего в себя различные сведения об истории, географии, литературе, искусстве и экономике страны изучаемого языка. Филологический подход базируется на фоновых знаниях носителей иностранного языка. Считается, что первые два подхода наиболее эффективны в комплексе, что дает начало системному подходу. В основе системного, или лингвострановедческого, подхода лежат две методические цели: выявление национально-культурной семантики и активизации этой семантики в условиях урока. В данном контексте имеет смысл говорить о лингвострановедческой компетенции как части межкультурной компетенции, а именно, способности и готовности пользоваться фоновыми знаниями в условиях межкультурного общения. Таким образом, можно заключить, что лингвост-

рановедческий подход является приоритетным в процессе формирования межкультурной компетенции.

Процесс преподавания аспектов межкультурной коммуникации в школе сопряжен с рядом проблем, связанных с непониманием и неправильным оцениванием национальной культуры изучаемого языка. Рассмотрим эти проблемы.

Условия преподавания языка в неязыковой среде накладывают отпечаток на опосредованный характер обучения. В процессе изучения языка реальными партнерами по коммуникации выступают те же школьники и, в лучшем случае, сам учитель, который тоже не является представителем иноязычной культуры.

Другой проблемой можно считать стремление копировать языковое поведение представителей иной культуры. Эта проблема в методике преподавания иностранных языков получила название паттернирование. Абсолютное паттернирование рассматривается как методически неправомерное поведение. Цель же учителя заключается в том, что научить школьников выстраивать адекватное общение с иностранными собеседниками, не копируя при этом их поведение в полном объеме.

Паттернирование тесно связано с имитацией культурного образа. Сама имитация имеет место в методике преподавания иностранного языка, но она должна присутствовать только на начальном этапе изучения языка. Все последующие этапы обучения должны строиться на осознанном понимании языкового поведения иностранных коммуникантов. Избежать полной имитации культурного поведения поможет достаточный уровень владения фоновыми знаниями. Н. Клер подчеркивает, что запас фоновых знаний обоих участников межкультурной коммуникации ведет к достижению вербальных целей общения.

Другой проблемой межкультурного аспекта преподавания является распространение процессов мировой глобализации. Придание английскому языку статуса языка глобализации ведет к тому, что в процесс использования его в качестве инструмента общения вовлекаются коммуниканты, для которых английский язык не является родным. В результате эффективное общение с ними также требует владения фоновыми знаниями тех



культур, представителями которых они являются.

Процесс эффективного преподавания иностранного языка в школе должен строиться с учетом нивелирования аргументированных выше проблем. Обучение основам межкультурной коммуникации будет результативным только при условии того, что сравнению родной культуры с культурой страны изучаемого языка будет отводиться достаточно времени.

Помимо фоновых знаний процесс формирования межкультурной коммуникации в школе должен включать воспитательный аспект. Под воспитательным аспектом в данном случае мы понимаем формирование положительного отношения к иноязычной культуре, не как к иной, а как к другой, имеющей право на существование и заслуживающей уважения. Воспитательный аспект включает в себя следующие компоненты:

- специфику речевого поведения;
- эквивалентную и безэквивалентную лексику;
- сведения культурологического характера;
- инструменты трактования реалий родной культуры на иностранном языке.

В контексте лингвострановедческого подхода наибольшим национальным своеобразием обладают фразеологизмы, которые описывают традиции и историю иной культуры. Изучая пословицы и поговорки, школьники погружаются в атмосферу быта, постигая народную мудрость.

Эффективными средствами формирования межкультурной компетенции на уроке иностранного языка являются коммуникативные упражнения, максимально приближенные к условиям языковой среды. Коммуникативной цели наиболее соответствуют следующие упражнения:

- решение коммуникативных (поведенческих) задач;
- ситуативные диалоги с одноклассниками;
- реальные диалоги с носителями языка в условиях Skype, What's App и т.д. [Коваленко, 2019];
- анализ аутентичных лингвострановедческих текстов.

Подводя итог, необходимо подчеркнуть, что процесс формирования межкультурного аспекта иноязычной коммуникации требует особой организации на уроках иностранного языка, включающей в себя отбор языковых и речевых единиц, а также выбор методов и форм обучения.

Учитывая возрастные особенности старших школьников, процесс обучения иностранному языку должен строиться на основе формирования эффективного межличностного общения. Современные возможности осуществления межкультурной коммуникации, которые открываются перед подростками, должны учитываться при отборе содержания дисциплины. Задача учителя заключается в обеспечении школьников достаточным уровнем лингвострановедческих знаний и умений для реализации межкультурного взаимодействия.

### *Литература*

1. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Лингвострановедческая теория слова. М.: Русский язык. 1980. 320 с.
2. Горбочева А. А. Семантика англицизмов в современном сленге школьников // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2019. № 3 (4). С. 59–68.
3. Коваленко Ю. А. Некоторые особенности использования виртуальной языковой среды социальных сетей в изучении иностранного языка // Межкультурная коммуникация: современная теория и практика. М.: МГИМО-Университет. 2019. С. 124–128.
4. Соснина Н. Г. Актуализация проблем межэтнической коммуникации в образовании // Учёные записки Ульяновского государственного университета Актуальные проблемы теории языка и лингводидактики. Сер. "Лингвистика" Под ред. А. И. Фефилова. Ульяновск, 2019. С. 44–46.
5. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово / Slovo, 2000. 624 с.
6. Zonova M. V., Nikolayeva N. A., Sosnina N. G. The Development of a Tolerant Personality in Terms of Multilingual Education // Proceedings of the International Conference on European Multilingualism: Shaping Sustainable Educational and Social Environment (EMSSESE 2019) / ed. by Caitriona Kirby and Larisa Shchipitsina. [Electronic Resource]. Parts of series ASSEHR, vol. 360. Paris, Amsterdam: Atlantis Press, 2019.

**ПРОБЛЕМЫ РЕШЕНИЯ  
КОММУНИКАТИВНОЙ ЗАДАЧИ  
В РАЗДЕЛЕ «ПИСЬМО» ЕГЭ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ**

**Е. И. Крашенинникова,**

Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск

**Л. П. Данилина,**

ОГАОУ Гимназия №2, г. Ульяновск

**Аннотация.** Одним из наиболее сложных заданий Единого государственного экзамена по английскому языку является письменное высказывание на тему «Мое мнение». В статье авторы рассматривают основные ошибки учащихся, возникающие при решении коммуникативной задачи и приводят примеры, отвечающие требованиям формата данного задания.

**Ключевые слова:** единый государственный экзамен; решение коммуникативной задачи; задание 40; Мое мнение; типичные ошибки.

Единый государственный экзамен (ЕГЭ) существует уже почти двадцать лет, однако споры о его целесообразности и точности оценивания знаний не утихают до сих пор. В 2020 году ЕГЭ проводился в более поздние сроки в связи с особой эпидемиологической ситуацией. Изменение в расписании, с одной стороны, дало выпускникам школ дополнительное время на подготовку. Но, с другой стороны, переход на дистанционную форму обучения с марта 2020 года и общая напряженность не могли не повлиять на общий уровень тревожности всех участников данного экзамена.

В 2020 году КИМ письменной части ЕГЭ по иностранным языкам не изменился и включал в себя четыре раздела «Аудирование», «Чтение», «Грамматика и лексика» и «Письмо». Авторы не раз обращались к проблемам подготовки школьников к сдаче ГИА по английскому языку, рассматривали типичные ошибки и указывали на необходимость следования формату экзамена для достижения наилучшего результата [Егорова, 2017; Егорова, 2019; Крашенинникова 2014; Крашенинникова, 2017]. В данной статье нам бы хотелось остановиться на анализе Задания 40 (Мое мнение), поскольку именно оно относится к высокому уровню сложности и, следовательно, вызывает наибольшие затруднения как при написании, так и при проверке экспертами.

В этом году ученикам Ульяновской области необходимо было выбрать одну из двух тем *“Foreign language is the most important school subject”* и *“It’s good to have sisters and brothers”*. Большинство участников экзамена выбрали первую тему, но допустили ряд ошибок при решении ком-

муникативной задачи из-за непонимания формата задания и темы. План задания 40 приводится в каждом экземпляре КИМ и состоит из 5 пунктов:

Write 200–250 words.

Use the following plan:

- make an introduction (state the problem paraphrasing the given statement)
- express your personal opinion and give 2–3 reasons for your opinion
- express an opposing opinion and give 1–2 reasons for this opposing opinion
- explain why you do not agree with the opposing opinion
- make a conclusion restating your position.

Начнем с формальной части. В начале задания четко указывается объем темы. Всем известно, что при оценке данного задания эксперты в первую очередь производят подсчет слов и оценивают объем в 200-250 слов  $\pm 10\%$ . То есть если в письменном тексте задания 40 насчитывается 179 слов, то оно не проверяется и оценивается в 0 баллов. При превышении объема (более 275 слов) проверке подлежат лишь 250 [Вербицкая, 2020: 12]. Тем не менее, до сих пор находятся учащиеся, письменное высказывание которые либо ниже установленного предела, либо выходит за его рамки. Такая небрежность ведет либо в полной потере баллов за задание, либо к значительному снижению баллов за решение коммуникативной задачи и организацию текста.

Перейдем к теме как таковой. При чтении предложенных тем учащиеся зачастую неправильно их интерпретируют. Так при написании темы *“Foreign language is the most important school subject”* многие участники экзамена рассуждали о важно-

сти иностранного языка вообще, что указывает на частичное понимание темы. Многие учащиеся говорили о необходимости изучения иностранного языка и рассказывали о том, что иностранный язык можно изучать не только в школе, но и на курсах, онлайн и т.д. При этом в некоторых работах упоминание того, что иностранный язык – это самый важный предмет в школе, не встречалось ни разу.

Перейдем к содержательной части работ. В плане четко указано, что должно содержаться в каждой части задания. Так вступление требует переформулировать тему и раскрыть ее проблемного характера. На наш взгляд, не все учащиеся смогли справиться с данной задачей, поскольку они не совсем точно понимают, что значит переформулировать. Перефразированием во введении считается изменение темы с помощью синонимов, антонимов, толкования или изменения грамматической структуры предложения, при этом смысл утверждения не должен меняться. Замена одного слова не является перефразированием. Необходимо заменить хотя бы два слова или грамматическую конструкцию. В то же время формулировка типа *Many people think that foreign language is the most important school subject* также не будет засчитана экспертом, так как в данном случае наблюдается лишь дополнение к утверждению, хотя само оно не изменено. Многие школьники не смогли правильно указать и на проблемный характер темы. Во введении они лишь утверждали, что в настоящее время существует широко распространённое мнение об иностранном языке как самом важном (либо одном из самых важных) школьных предметов и заявляли, что им хотелось бы выразить свою точку зрения по данному вопросу. Нам хотелось бы отметить, что в случае формулировки *Foreign language is one of the most important school subjects* происходит еще и частичная подмена темы.

Как нам кажется наиболее точным введением в случае выбора первой темы могло бы быть следующее: *Some people consider English to be the most significant school subject. However, there are people who think differently and believe that the most important subject at school is mathematics. In my essay I want to express my point of view.*

Согласно предложенному плану во втором абзаце работы учащимся необхо-

димо выразить свою точку зрения, подкрепив ее 2-3 аргументами. К наиболее характерным ошибкам при написании данного абзаца можно отнести следующие:

- учащиеся не выражали свое мнение вообще, либо формулировали его неявно;
- в работах присутствовал лишь один аргумент вместо двух или трех;
- аргументы, приводимые участниками экзамена, были непонятными или не соответствовали высказанной точке зрения [Вербицкая<sup>2</sup>, 2020: 28].

При выражении своего мнения встречались следующие ошибки: *To my mind, English is very important nowadays*. В данном случае наблюдается подмена темы, поскольку речь должна идти не об английском языке вообще, а о школьном предмете «Иностранный язык». *I think, that English can help you get a good job*. В данном случае, такое высказывание является не аргументом, а выражением собственного мнения, поскольку не наблюдается связи между знанием языка и возможностью получить хорошую работу.

Значительную сложность вызвала формулировка контраргумента. Многие учащиеся писали о том, что английский язык можно учить не только в школе, но и на различных курсах. Однако это не мешает английскому языку оставаться самым важным школьным предметом. Приведем пример правильно сформулированного противоположного мнения: *There are some people who claim that foreign language is not the main subject at school. They think that Information Technologies is the most important subject because computers are used in every sphere of our life and it is impossible to find a good job, is you cannot use a computer.*

Четвертый абзац также вызывает ряд сложностей. Во-первых, авторы работ не всегда пишут, что они не согласны с противоположной точкой зрения. Во-вторых, утверждения, которые они приводят в четвертом абзаце, достаточно часто не являются контраргументами к высказываниям, представленным в третьем абзаце работы. Иногда это просто повторение аргументов из второго абзаца работы. В-третьих, во многих работах учащиеся приводят два аргумента в поддержку противоположной точки зрения, но затем ограничиваются лишь одним контраргументом. Примером достаточно корректного контраргумента может служить следующий: *To my mind, this viewpoint lacks suffi-*

*cient ground and cannot be considered reasonable due to the following reasons. The software and programs used in the IT are often written in English so a good knowledge of the language is a key to success in this occupation. Besides, employees who are proficient in any foreign language usually have higher salary. Thus, students should pay specific attention to their studying of foreign languages.*

При написании заключения можно также выделить ряд типичных ошибок. Наиболее частой является подмена формата высказывания «Мое мнение» на формат «За и против». Кроме того, в заключении часто отсутствует четкое указание на свое мнение, что также является отступлением от плана. Иногда автор высказывает свою точку зрения, но при этом подчеркивает, что каждый может решать данную проблему по-своему.

Приведем примеры неверных заключений. *Taking into consideration all facts mentioned above, I would like to say that everybody should learn English, because it helps you to find a well-paid job.* В данном заключении не подтверждается мысль о том, что иностранный язык – самый важный предмет в школе, т.е. налицо отход от темы. *In conclusion, I would like to say that all school subjects are very important and you can choose the subjects you like.*

Данное заключение не соответствует формату «Мое мнение», поэтому не может быть принято экспертами. *To sum it up, foreign language is the most essential subject at school.* В данном случае не выражено мнение автора, что также является ошибкой. Кроме того, в данном примере, заключение состоит из одного предложения, что также недопустимо. В таком случае оценка будет снижена не только по аспекту решение коммуникативной задачи, но и по организации текста.

Примером правильного заключения можно считать следующее: *Despite various opinions on the issue, I still firmly believe that foreign language is more important than any other school subject. Thus, it should be studied thoroughly [Эссе на 14 баллов, URL].*

Подводя итоги анализу выполнения Задания 40, хотелось бы отметить, что ряд учеников испытывали сложности при выполнении данного задания не из-за незнания иностранного языка как такового, а из-за отсутствия навыка формулировать проблему, высказывать суждения, обосновывать свою точку зрения, подбирать корректные аргументы на любом языке. Несомненно данное задание является одним из самых сложных в ЕГЭ и требует значительной подготовки и отработки.

### **Литература**

1. Вербицкая М. В., Махмурян К. С., Курасовская Ю. Б. Методические материалы для председателей и членов предметных комиссий субъектов Российской Федерации по проверке выполнения заданий с развернутым ответом экзаменационных работ ЕГЭ 2020 года. Английский язык (раздел «Письмо»). Москва: ФИПИ, 2020. 111 с.
2. Вербицкая М. В., Махмурян К. С., Трешина И. В. Методические рекомендации для учителей, подготовленные на основе анализа типичных ошибок участников ЕГЭ 2020 года по Иностранному языку. Москва: ФИПИ, 2020. 38 с.
3. Егорова Э. В., Крашенинникова Н. А., Крашенинникова Е. И., Платонова Е. В. Основные проблемы написания сочинения по английскому языку в формате ЕГЭ // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2017. Т. 8. № 6–2. С. 72–77.
4. Егорова Э. В., Крашенинникова Е. И., Крашенинникова Н. А. Анализ пробных работ основного государственного экзамена по английскому языку в Ульяновской области в 2019 году // Наука и школа. 2019. № 3. С. 105–109.
5. Крашенинникова Н. А., Листарова Г. Г., Крашенинникова Е. И. Подготовка школьников к сдаче ОГЭ по английскому языку (письмо) // Актуальные задачи лингвистики, лингводидактики и межкультурной коммуникации. 6-я Международная научно-практическая конференция, сборник научных трудов. Ульяновск: УлГТУ. 2014. С. 166–170.
6. Крашенинникова Н. А., Платонова Е. В., Крашенинникова Е. И. Основные проблемы ЕГЭ по английскому языку 2016: Письмо личного характера (из опыта работы) // *Lingua Academica*. Актуальные вопросы лингвистики и лингводидактики. Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. Ульяновск: УлГУ. 2017. С. 184–189.
7. Эссе на 14 баллов – Foreign language is the most important school subject [Электронный ресурс]. URL: <https://deltalama.ru/%D1%87%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BA-foreign-language-is-the-most-important-school-subject/> (Дата обращения 01.11.2020).

## СОВРЕМЕННЫЕ И ИСТОРИЧЕСКИЕ ФОНЕТИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В ДЕТСКОЙ РЕЧИ

А. С. Пенизова

Филиал МГУ им. М. В. Ломоносова в г. Севастополе, г. Севастополь

Научный руководитель – кандидат филологических наук Е. М. Галанова

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются словоформы, использованные детьми в возрасте от года до пяти лет, и различные фонетические процессы, способствовавшие их возникновению. Словоформы подвергаются авторскому анализу, а фонетические процессы – условной классификации. Материал для статьи был взят из семейных дневников, воспоминаний работников детских садов и из личного общения с детьми. Автор рассматривает возможность изучения истории языка с помощью анализа словоформ из детской речи, а также новые пути изучения иностранных языков с точки зрения их родства.

**Ключевые слова:** фонетика, фонетические процессы, детская речь, история языка.

Согласно биогенетическому закону Геккеля-Мюллера, считается, что онтогенез человека повторяет филогенез. С этой точки зрения формирование речевого аппарата ребёнка соответствует формированию речевого аппарата всего человечества. Следовательно, на примере детской речи мы можем проследить историю становления языка и первые попытки словотворчества.

Именно работа с детьми могла бы помочь установить более точные хронологические рамки каждого исторического периода развития языка. Например, если определить, в каком возрасте дети одной языковой семьи, ветви, группы перестают понимать друг друга, и после найти коэффициент соотносимых хронологических промежутков, то можно установить более точное время начала разделения языков, а также понять, как, сохранив чувство родного языка, улучшить владение близкородственными иностранными.

Однако актуальность исследования речи ребёнка состоит не столько в ретроспективном анализе языка, сколько в интроспекции современной языковой системы. Малый лексический запас, отсутствие осознания ошибки и набор уникальных психологических характеристик позволяют ребёнку, в отличие от взрослого, более свободно обращаться с доступными ему языковыми ресурсами.

**Целью** исследования является описание современных и исторических фонетических процессов, наблюдаемых в детской речи.

Материалом для исследования послужили дневниковые записи родителей о языковых экспериментах детей, а также

примеры словотворчества, собранные К. И. Чуковским [Чуковский, 1968].

Среди описанных лингвистами современных фонетических процессов русского языка выделяются следующие:

1. Ассимиляция – явление, состоящее в том, что один из сегментов полностью уподобляется другому по одному или всем признакам (*пауки*[пууки]).

2. Диссимиляция – явление, состоящее в том, что один из сегментов полностью расподобляется другим по одному или всем признакам (*лёгкий* [л' Ох'к'иц]).

3. Редукция – явление ослабления артикуляционного усилия говорящего при производстве звуков в связи с ослаблением контроля над работой речевых органов (*ходит*[хОит]).

4. Коартикуляция – явление одновременного осуществления артикуляционных движений, относящихся к разным артикуляционным жестам, что облегчает переход от одного звука к другому (*пять*[п<sup>ч</sup>А<sup>ч</sup>т']) [Князев, 2012: 55–57].

К историческим фонетическим процессам относятся такие, как:

1. Фонетические процессы протославянского синхронного среза:

- 1) сатемные процессы (*лат. cor* – сердце);
- 2) переход \*s в \*ch (*\*mouσα* – муха);
- 3) утрата слоговых сонантов [i], [r], [m], [n];
- 4) делабиализация вокализмов после палатализованных и палатальных консонантов (*\*kōnjūs* – \*kōnjīs);
- 5) переход [m] в [n] в дифтонгических сочетаниях;
- 6) утрата количественных характеристик гласных [Ремнёва, 2004: 103-122].

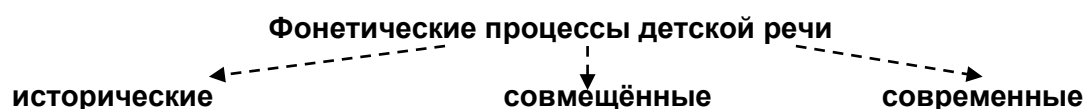
2. Фонетические процессы праславянского синхронного среза:

- 1) тенденция к построению слога по принципу восходящей звучности;
- 2) закон слогового сингармонизма;
- 3) упрощение консонантных групп;
- 4) палатализации заднеязычных задненёбных согласных [Там же: 122–165].

Анализ языкового материала показал, что в речи детей раннего возраста наблюдаются такие фонетические процессы, как закон слогового сингармонизма,

тенденция к построению слога по принципу восходящей звучности, редукция, коартикуляция, ассимиляция, выпадение сонантов, изменение гласных в связи с квантитативной характеристикой. Иногда два процесса могут идти одновременно.

Представим выявленные нами фонетические процессы детской речи в виде следующей схемы:



Рассмотрим исторические фонетические процессы, наблюдаемые в детской речи. К этой группе можно отнести такие процессы, как выпадение сонантов, закон слогового сингармонизма, тенденцию к построению слога по принципу восходящей звучности и изменение гласных в связи с квантитативной характеристикой.

Например, в речи ребёнка двух лет констатировали метатезу в словоформе «свабдя» (свадьба). Если рассматривать этот случай с исторической точки зрения, то это явление могло быть вызвано законом межслогового сингармонизма: в праславянском диалекте мы встречаем словоформу \*svatъba, состоящую из 3 слогов (\*sva-тъ-ba). В данном случае второй слог – дизный, а третий – бемольный. Такое расположение перечит межслоговому сингармонизму. Следовательно, происходит метатеза консонантов: твёрдый бемольный «б» становится перед дизным «д». Редуцированный выпадает – получаем двусложную словоформу «сва-бдя».

Особого интереса, по моему мнению, заслуживает абсолютная и повсеместная редукция звуков [л] и [р], а иногда и [м] и [н], в детской речи. Мы привыкли объяснять этот феномен физиологической дислалией, однако подобное объяснение противоречит закону Геккеля-Мюллера и современным представлениям об общеиндоевропейской системе консонантизма. Считается, что ещё на общеиндоевропейском синхронном срезе в фонетической системе языка уже существовали сонанты [l], [r], [m], [n], имея при этом два позиционных варианта – неслоговой и плавный. Безусловно, на протославянском синхронном срезе шёл процесс утраты их слоговых вариантов, но, тем не менее, эти звуки никогда не исчезали из

фонетической системы языка полностью. Однако неспособность ребёнка произнести их однозначно указывает на некий процесс их преобразования, ещё не изученный нами.

Наличие этого процесса подтверждает и тот факт, что в разных общеиндоевропейских языках мы находим разные способы артикуляции звуков, классифицирующихся нами как [л] и [р]. Например, звук [r] в английском языке артикулируется неподвижным кончиком языка, поднимающимся к заднему скату альвеолярной выпуклости, не касаясь альвеол. Немецкий согласный звук [r], в свою очередь, является заднеязычным, что придает ему специфическую картавость. Французский [r] отличается от русского [р] тем, что при его произнесении кончик языка не вибрирует, поэтому [r] более звонкий звук, чем русский [р], и менее раскатистый [Калько, 2015].

С этой точки зрения детская словоформа «гаять» [гъjАт'] (гулять), использованная ребёнком в возрасте двух лет, безусловно, относится к первой группе и содержит в себе два фонетических процесса:

1. Редукция современного сонанта, поскольку звук [л] с современной артикуляцией отсутствовал в том синхронном срезе, который соответствует развитию речи ребёнка.

2. Изменение первого гласного звука (\*ъ – \*ь) в соответствии с результатами исчезновения квантитативной характеристики в протославянский период.

Соответственно, рассмотрев эту словоформу, можно сделать вывод, что в протославянском синхронном срезе ещё не существовало привычного нам по артикуляции звука [л].

Ко второй группе относятся слова, в которых можно заметить как современные фонетические процессы, так и исторические. Как правило, в таких ситуациях можно также отследить, какой из процессов первичен.

Например, родители заметили, что их ребёнок двух с половиной лет использует словоформу «*фатри!*» (*смотри!*). Почему консонантная группа «см» в детской речи преобразовалась в «ф»? Рассмотрим исходную словоформу, точнее, её первый слог. Звук [с] – переднеязычный, зубной, нейтральный; [м] – губно-губной, бемольный; [а] – гласный среднего ряда, нижнего подъёма. Получаем следующую структуру: нейтральный/бемольный/нейтральный. Очевидно, что такой слог не соответствует закону внутрислогового сингармонизма. Следовательно, запускается процесс преобразования консонантной группы под влиянием коартикуляции. Губно-губной и переднеязычный зубной сливаются в губно-зубной. Получаем звук [ф] – губно-зубной, бемольный – и правильную структуру слога (бемольный/нейтральный).

С другой стороны, эта же словоформа доказывает, что к праславянскому синхронному срезу процесс преобразования сонантов завершился, и их артикуляция уже в достаточной степени совпадала с современной, чтобы ребёнок смог произнести современный вибрант [р].

Другой ребёнок в возрасте двух лет использовал словоформу «*пидиоры*» (*помидоры*). Третий слог не соответствуют тенденции восходящей звучности: [д] – нейтральный, [о] – бемольный. Следовательно, идёт метатеза нейтрального [д] и бемольного [м]. Однако, как уже упоминалось выше, [м] – сонант, артикуляция которых на синхронных срезах не совпадает с современной, поэтому он редуцируется. Далее гласные первого и второго слогов ассимилируются. Получается словоформа «*пидиоры*».

К современным фонетическим процессам в детской речи относятся слова с такими фонетическими процессами, как редуция, коартикуляция и ассимиляция, самым частым из которых и самым наблюдаемым является редуция. Однако она непоследовательна, и каждый ребёнок редуцирует разные звуки. Например,

словоформа *пожалуйста* [пъжАлустъ] имеет такие реализации, как:

1) «*пожаюстя*» [пъжАўс'т'ь] с редуцированным [л], эпентетическим [ц] и палатализованным [т];

2) «*пожаюстя*» [пъжАўс'т'ь] с редуцированным [л], двумя эпентетическими [ц] и палатализованным [т];

3) «*пожалус*» [пъжАлус] [Риехакайнен, Телова, 2019:86] с полной редуцией последних двух звуков;

4) «*палуста*» [пАлустъ]с редуцией изначально ударного слога [жА].

Некоторые редуции можно объяснить более поздними фонетическими процессами, чем те, что свойственны синхронному срезу, на котором находится развитие ребёнка. Однако такое объяснение может даваться лишь одиночным редуцированным звукам. Словоформы

«*Ванна*» (*Валентина Ивановна*), «*коляплизин*» (*канал «1+1»*), «*запалуста!*» (*за меня, пожалуйста!*), естественно, являются ничем большим, чем примерами сильной редуции, распространяющейся на целые словосочетания.

В случае, если ребёнок имеет проблемы в области звукопроизношения, редуция становится ещё значительней, переходя в слоговую элизию («*мо*» – *молоко*). Кроме того, в этой ситуации имеет место сильная ассимиляция («*пупишь*» – *купишь*, «*шишишь*» – *слышишь*) [Цейтлин, 2014: 167].

Таким образом, детская речь – результат влияния современной фонетической системы на исторические языковые диалекты. С этой точки зрения проблемы в области звукопроизношения могут и должны возникать в первую очередь в результате попыток произношения словоформ, несвойственных тому периоду развития языка, на котором находится ребёнок. На основании этого утверждения мы можем предположить, что в определённом возрасте ребёнку будет проще освоить несколько близкородственных древних языков, расхождение которых началось в тот же период, в котором находится и процесс развития детской речи. Такая система образования помогла бы ребёнку, не теряя тонкого ощущения родного языка, безболезненно освоить языки близкородственных народов.

### ***Литература***

1. Риехакайнен Е. И., Телова Ю. С. Реализации высокочастотных словоформ в детской речи (на материале спонтанной речи русскоязычного ребёнка 4 лет) // Анализ разговорной детской речи (АРЗ-2019). СПб: Политехника-принт, 2019. С. 84–87.
2. Цейтлин С. Н. Особенности освоения языка ребёнком, имеющим проблемы в области звукопроизношения // Слово и текст: психолингвистический подход. 2014. № 14. С. 165–169.
3. Чуковский К. И. От двух до пяти. М.: Детская литература, 1968. 814 с.
4. Князев С. В., Пожарицкая С.К. Современный русский литературный язык. М: Гаудеамус, 2012. 430 с.
5. Ремнёва М. Л. Старославянский язык. М: Изд-во Моск. ун-та, 2004. 352 с.
6. Калько А. А. Фонетические особенности произношения звука «р» в разных языках мира // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по мат. XXXVII междунар. студ. науч.-практ. конф. № 10(37). Новосибирск: Изд.АНС «СибАК», 2015. [Электронный ресурс]. URL:[http://www.sibac.info/archive/guman/10\(37\).pdf](http://www.sibac.info/archive/guman/10(37).pdf). (дата обращения: 18.03.2020).



## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ГРУППЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ КЕЛЬТСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

*Е. И. Абрамова, М. С. Макеева*

*Московский государственный областной университет, г. Мытищи*

**Аннотация.** В статье утверждается, что лексика региональных вариантов английского языка содержит значительный кельтский субстрат, что отличает диалекты от стандартного языка. Рассматривается бытовая апеллятивная лексика, отражающая традиционный образ жизни: глутонимы, вестонимы, колоронимы, лексика культурно-бытовой и духовной сферы, топографическая лексика. На уровне ономастики выделяются топонимы, топоформанты и антропонимы.

**Ключевые слова:** языковой субстрат, диалект, кельтские языки, кельтская культура, апеллятивная лексика, ономастикон.

Региональные разновидности языка (диалекты) имеют ретроспективный характер, поскольку сохраняют устаревшие в стандартном языке формы и слова как артефакты и свидетели исторического развития группы носителей языка, языкового разнообразия и взаимодействия в регионе, особенностей культурного и социального развития. Тем самым, диалектный словарь отличается от стандартного устаревшими словами, которые вышли из употребления в стандартном, и исконно диалектными, образовавшимися из внутренних ресурсов в условиях существования носителей диалекта, заимствованными из других языков и диалектов, или субстратной лексики.

Территориальный диалект – форма существования языка, характеризующаяся ограниченностью территории, сфер употребления (используется в основном в бытовой сфере) и противопоставленная другим диалектам и литературному языку [Жукова, 2013: 99]. Утверждается, что диалекты английского языка, которыми пользуется менее образованное сельское население, содержат значительный кельтский субстрат [McArthur, 1996: 276]. Субстратная лексика, по мнению С. А. Мызникова, обладает специфическими признаками, отличающими ее от другой лексики, а именно статичностью, стабильностью в пространстве и не выходит за границы его распространения в прошлом [Мызников, 2003: 24]. Субстратная лексика является неотъемлемой ча-

стью диалекта и его яркой характеристикой.

Проникновение субстратной лексики в язык-победитель происходит следующими путями – 1) в ономастике, преимущественно в топонимах; 2) в составе арготизмов; 3) в диалектизмах [Ткаченко, 1989: 171]. И. И. Муллонен утверждает, что топонимия воспринимается в языке-победителе значительно легче, чем апеллятивная лексика, следовательно, топонимов больше, чем других лексических групп [Муллонен, 2002: 34], и они более доказательны для определения субстрата [Матвеев, 2008: 345].

Целью исследования является выявить группы лексики гаэльского происхождения в региональных вариантах и диалектах английского языка, выделить сферы и предложить объяснение явления.

Материалом исследования послужили лексемы кельтского происхождения в английских диалектах Шотландии, Уэльса, Мэнкса и Ирландии, а также в диалектах примыкающих к ним графств. Мы исходим из положения, что диалектная лексика репрезентирует то, чем живет языковой социум, как оценивает и категоризирует окружающий мир, поэтому диалектная лексика является источником информации о жизни языкового социума.

Безусловно, субстрат представляет собой источник сведения о народе и его языке, а субстратная лексика – «памятник быта и история народа» [Востриков,

1984: 34]. Исследуемая лексика 1) показывает, какие языки были автохтонными на территории; 2) содержит информацию о занятии и промыслах в прошлом; 3) описывает природную среду обитания; 4) информирует о культуре социума; 5) описывает быт народа; 6) указывает на способы восприятия окружающего мира и отношения к нему. В соответствии с этим указанную автохтонную лексику можно представить в виде следующих лексико-семантических групп:

1) бытовая апеллятивная лексика: глуттонимы, вестонимы, дендронимы, мифонимы, зоонимы, топографическая лексика и др.;

2) ономастикон: топонимы и антропонимы.

Начнем рассмотрение с бытовой лексики, которая представляет значительный пласт в диалектах и вариантах английского языка, поскольку отражает разные и многочисленные стороны быта народа.

Остановимся на глуттонимической лексике, представляющей продукты питания и блюда. Поскольку пища – необходимое условие существования людей, наименования продуктов питания относятся к древнему слою лексики этнического языка и зачастую представляет собой лингвокультурные реалии, соответствующие лакуне в другом языке. Представленная ниже лексика отражала особенности сферы питания кельтских народов, связанной с местом обитания, образом жизни и культурой.

Так, известно, что шотландская кухня отличается от английской, подвергшейся влиянию римской. Отсутствие римского господства на территории современной Шотландии позволило шотландской кухне формироваться в естественных условиях. В частности, большое распространение имели зерновые продукты питания и, следовательно, мучные блюда, т.е. выпечка. Так, *bannock* (от шотл.гэл. *ban-nach/bonnach*) – разновидность плоского хлеба или любого большого, круглого изделия, выпеченного или приготовленного из зерна. Лексема *graddan* обозначает зерно, высушенное на горячей сковороде перед приготовлением пирога (от шотл. гэл. *gradan, greadan*; от ирланд. *greadóin*), и также используется в атрибутивной функции для называния изделий из такого зерна. В ирландском английском праздничный хлеб с изюмом

на Хэллоуин называется *barmbrack* (от ирланд. *báirín breac*). Среди других глуттонимов отметим наименования молочных продуктов (*bladdock* «пахта» от шотл. гаэл., *bonny-clabber* «простокваша» от гаэл. *bainne+claba*), мясных продуктов (*crubbeen* – «вареная нога свиньи» от ирланд. *crúibín, drisheen* – «кровяная колбаса» из ирл. гаэл. *drisín*), продуктов растительного происхождения (*sawl* «овощной суп» из валлийского, *frawn* «черника» из ирл. гаэл. *fraochan*) [Filppula, с.216]. Нельзя обойти вниманием слово *whisky* (классич. гаэл. *uisce / uisge+beatha* – «вода»+жизнь), которое не только используется в стандартном английском языке, но и было заимствовано во многие другие языки.

Далее следует группа слов, обозначающих наименования предметов одежды, также не менее важной составляющей повседневной жизни человека: *filibeg / phillibeg* (шотланд.гэл. *fèileadh beag*) – маленький килт, *trousers* (шотланд. гэл. – *trews*) – брюки.

Не менее значимой является группа цветообозначений, которые кельты давали каждому цвету и оттенку, поскольку она представляет собой такой же показатель культуры и жизнеустройства кельтской цивилизации. Древнеанглийское *dunn* «тускло-коричневый; темно окрашенный», многими лингвистами соотносится со староирландским *donn* «темный»; гаэльским *donn* «тусклый; темно-коричневый; темный»; валлийским *dwnn* «коричневатый». Как существительное *dun color* «коричневатый цвет» появилось в 1560-е годы, как *a dun horse* «коричневая лошадь» в конце XIV в. Идиоматическое значение *a dun horse* используется для обозначения тупиковой ситуации, когда отсутствует движение к лучшему. Идиома встречается в произведениях Дж. Чосера и У. Шекспира. *Dun* также послужило фамильной основой для антропонимов *Dunn, Dunne, Donne, Dunning* и др. Фамилия *Duncan*, а также довольно распространённое личное имя, происходит по одной из версий из гаэльского *donn (dun)* «коричневый, темный» + *seann* «голова», по другой – из староирландского гаэльск. *Donnchad* «коричневый воин».

Другим примером кельтского языкового элемента из цветовой группы является единица *wan* (древнеанглийск. *wann* «тёмный, сумеречный, без достаточного

блеска», позднее «свинцовый, бледный, серый»), которая не встречается в других германских языках. Вместе с тем она соотносится с галлийской и валлийской лексемами *fann* и *gwan* соответственно «слабый, немощный, хилый».

Изучение лексики «культурно-бытовой» сферы позволяет составить представление о народе, его традиционном быте и культуре. В связи с этим, рассмотрим данную группу лексем. Лексема *clachan* (от шотл.гаэл. *clachan* и мэнкс. *claghan* «деревня») используется для обозначения небольшого поселения в Шотландии и на острове Мэн. Представленные далее диалектные лексемы отражают сельский быт и трудовую деятельность жителей кельтских провинций Британии: *bargod* (валл. «вершина стога сена»), *beudy* (валл. «хлев»), *gambo* (валл. «фермерская телега, чаще всего без стенок»), *pentans soogawn* «сенная веревка» (от ирл. *súgán*), *gowlogue* «вилы» (от ирл. *gabhlóg*), *kish* «корзина» (от ирл. *cis*), *cra-nreuch* «мороз», *ty<sup>h</sup> bach* «туалет». Слово *ingle* «очаг, варочная поверхность», известное с древнеанглийского периода, происходит от гаэльской лексемы *aingeal* и участвует в словообразовании, например, *inglenook* – место в доме для камин [Filppula, 2008: 210–211, 216].

К лексике, отражающей культурные реалии кельтов, относятся следующие слова: *bard* «поэт», *clarschach* «арфа», *pibroch* (шотландский жанр художественной музыки) от гаэльского *piobaireachd*.

Другой сферой стала суеверия кельтских народов, мифология, легенды, персонажи которых известны в британской культуре с отнесенностью к ирландской и шотландской: *banshee* «банши» (от гаэл. *bean sídhe*), *cluricaune* «клурикон» (от гаэл. *clúracán*), *merrow* «русалка, русал» (от гаэл. *muirich*), *phooka* «хобгоблин» (*púca*), *pishogue* «колдовство или суеверие» (от гаэл. *píseog*), *sheogue* «фея» (от гаэл. *sióg*), *Sídhe* «холм фей», *Tir-na-nog* «земля вечной молодости, потусторонний мир». В отличие от валлийского, ирландский гаэльский в большей степени сохранил словарь сельского населения и устно-культурного наследия, так как в древние времена кельты передавали легенды и мифы из уст в уста из-за отсутствия письменности [Filppula, 2008: 213–214]. Данные примеры доказывают это и убеждают, что кельтская духовная культура

внесла вклад в фольклор и литературу Англии.

С особым вниманием необходимо обратиться к лексике, обозначающую общественное устройство и законодательные права, поскольку многие из них вышли за пределы Ирландии, Шотландии, Уэльса и острова Мэн и используются в оригинальном или фонетически адаптированном варианте: *clan* (гаэльск. *clann* «семья»), *kenkynolle* (гаэльск. *cenn cineoil*) «глава рода, клана», *duniwassal* (гаэльск. *duin-uasal*) «знать», *couthal* (гаэльск. *comhdhail*) «суд», *breive* (гаэльск. *brithem*) «судья» [Filppula, 2008: 216].

Субстратная лексика кельтского происхождения обнаруживается и среди топонимической, например, лексемы гаэльского происхождения: *loch* (озеро), *strath* (долина), *glen* (долина), *machair* (низменная травянистая равнина), *ben* (гора), *drum* (хребет), *crag* (утес), *cairn* (пирамида из камней), *insch* (островок), *bog* (болото), *linn* (пруд, озеро, море) и др. Данные лексемы проникли в северные диалекты английского языка через шотландские, который заимствовали лексику из гаэльского языка в результате языкового и культурного контакта. Так, лексема *bog* отмечается в нортумбрийском диалекте уже в древнеанглийский период.

Общеанглийская лексема *valley* эквивалентна лексеме *glen* «узкая горная долина» при обозначения формы и размера долины в диалектах английского языка в Шотландии, поскольку лексема *glen* точнее отражает ландшафтные особенности региона. Отметим, что и в Ирландии предпочтение также отдается лексеме *glen*, семантика которой отражает характерные формы рельефа страны. Лексема *crag* (утес) используется в Шотландии с начала XIV века, а в составе топонима с XIII века, эквивалентна ирландским *crec* (камень) и *carrac* (скала), валлийской *craig* (скала, камень), мэнкской *creg* и бретонской *krag*. *Ben* используется для обозначения гор Шотландского Нагорья и входит в состав топонимов. Основой для широко распространенного в Англии слова *soomb*, *combe* «глубокая долина», стала валлийская *cwn*. Наименования, содержащие данный элемент, чаще можно найти на юго-западе, на востоке случаи единичны, или же не встречаются совсем. Среди зоонимов кельтского происхождения отметим следующие: *brock* (гаэльск. и

ирл. *bros*, валл. и корнск. *broch*, бретон. *broc'h* «барсук»), *twrch ddaear* (валл. «моль»), *winci/wincin* (валл. «выдра»), *mwnci* (валл. «обезьяна»), *boneen* «молодая свинья» (ирл. *bainbhín*), *gibbon* «песчанка (досл. песчаный угорь» (ирл. *goibin*).

Одним из важнейших уровней лексики при изучении связей и интеграции языков является уровень ономастики. Важен он тем, что многие британские имена собственные восходят к топографическим кельтским именам. Большинство из них можно разделить на группы по элементам, входящим в их состав. Так, можно выделить группу, состоящую из слов-элементов кельтского происхождения в именах собственных, поскольку зачастую от языка-субстрата остается лишь напоминание, элемент, а не полное и оригинальное наименование.

Шотландский гаэльский принято считать основным носителем и языком-создателем топонимии, поскольку он принес в английский такие выше обозначенные единицы, как *ben* «гора», *strath* «речная долина», *loch* «озеро», *glen* «долина», *cairn* «пирамида из камней», что получило выражение и в ономастике: *Ben Nevis*, *Lochness*, *Loch Lomond*, *Glendue*, *Glenridding*, *Brown Willy Summit Cairn*, *Strathspey*, *Strathclyde* и др.

Топоформант валлийского происхождения *torr* «высокая скала, холм, вершина» встречается во многих диалектах английского, особенно на юго-западе и в названиях местностей графства *Devon*: *Bagtor*, *Loughtor*, *Sheepstor*, *Torbyan*, *Tor-*

*peak*. Элемент *funta* «источник, колодец» (корнский *funten*, средневаллийский *fynhawn*) прослеживается во многих топонимах Британии: *Bedfont*, *Havant*, *Mottisfont*, *Fovant*, *Teffont*, *Urchfont*. Данный элемент схож во многих кельтских языках. Валлийское слово *pill* «приливная бухта» обнаруживается в следующих именах-собственных: *Walpole* (*Wallepille*), *Huntspill*, *Pylle*.

Одной из самых крупных групп имен собственных с кельтским происхождением являются гидронимы: *Avon* «река» (валл. *Afon* – «вода, течение»); *Severn* (валл. *hafren*) «река»; *Isca*, «вода» проявляется в *Axe*, *Exe*, *Esk*, *Usk*, *Wiske*; *Dover*, *Dover Beck*, *Doverdale*, *Dore* от валл. *dwfr* «вода»; *Clader*, *Conder*, *Deverill*, *Deerness*; *Ouse* от ирл. гаэл *os* «вода»; *Wey*, *Wye* от корня *ueiso-* «жидкость» (валл. *gwyar* «кровь»); *Winfrith*, *Wynford* от валл. *frwd* «поток, водопад» [Ekwall, 1925: 24].

Резюмируем. Анализ лексики кельтского происхождения в английском языке позволяет сделать вывод о том, что объем кельтского субстрата больше, чем представляется сейчас, поскольку не учитывается диалектная лексика. Также к кельтскому субстрату, возможно, относится ряд единиц, происхождение которых все еще не имеет объяснения. Несмотря на то, что диалектная лексика воспринимается как устаревшая и выходит из употребления, необходимость ее использования обусловлена спецификой жизнедеятельности языкового социума и свойственной ему категоризацией мира.

### Литература

1. Востриков О. В., Матвеев А. К. Этимологические исследования: сборник научных трудов. Свердловск: УрГУ, 1984. 169 с.
2. Жукова И. Н. Словарь терминов межкультурной коммуникации. / И. Н. Жукова, М. Г. Лебедевко, З. Г. Прошина, Н. Г. Юзефович; под ред. М. Г. Лебедевко и З. Г. Прошиной. М.: Флинта: Наука, 2013. 263 с.
3. Матвеев А. К. Географические названия Урала: топонимический словарь. Екатеринбург : Сократ, 2008. 351 с.
4. Муллонен И. И. Топонимия Присвирья: проблемы этноязыкового контактирования. РАН, Карельский научный центр, Ин-т языка, лит-ры и истории, 2002. 352 с.
5. Мызников С. А. Атлас субстратной и заимствованной лексики русских говоров Северо-Запада. М.: Наука, 2003. 359 с.
6. Ткаченко О. Б. Очерки теории языкового субстрата. Киев: Наукова думка, 1989. 206 с.
7. Ekwall E. The Celtic Element // Introduction to the Survey of British Place Names. Cambridge: Cambridge University Press, 1925. P. 15–35.
8. Filppula M., Klemola J., Paulasto H. English and Celtic in Contact. London: Routledge, 2008. 312 p.
9. McArthur T. V., McArthur R. The Oxford Companion to the English Language Oxford: OUP, 1996. 1053 p.

## СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ФОЛЬКЛОРНОЙ ПРАКТИКИ В УСЛОВИЯХ ГОРОДА (на примере г. Севастополя)

*Е. М. Галанова, И. В. Грибанова*

*Филиал МГУ им. Ломоносова в г. Севастополе, г. Севастополь*

**Аннотация.** На филологическом факультете Филиала МГУ в Севастополе ежегодно проводится летняя учебная фольклорная практика, объектом исследования которой являются устные нарративы и письменные тексты (например, граффити, курсантские альбомы и пр.), бытующие в современной городской среде. Для так называемого «Большого Севастополя» задача исследования реалий современного фольклорного процесса исключительно значима, поскольку уникальная история и легендарные места города, интенсивные процессы его преобразования сегодня дают разнообразный в жанровом отношении материал.

**Ключевые слова:** фольклорная практика, городской фольклор, постфольклор, устные нарративы, мифологическое мышление.

В последние десятилетия начался целенаправленный сбор и изучение городского фольклора, в том числе и в связи с некоторым угасанием устного народного творчества в его традиционной форме и жанрах.

**Целью** статьи является описание специфики фольклорной практики в условиях города, проводимой в Филиале МГУ им. М.В. Ломоносова в г. Севастополе.

Фольклорная учебная практика – практическое изучение фольклорной традиции в естественных условиях, позволяющее овладеть методиками собирания, систематизации, архивной обработки фольклорного материала.

Двухнедельная фольклорная практика в системе подготовки бакалавров Филиала МГУ в г. Севастополе проходит во втором семестре и базируется на знаниях и навыках, полученных студентами в результате изучения соответствующей теоретической дисциплины «Русское устное народное творчество», нацелена на выработку ряда профессиональных исследовательских компетенций в конкретных региональных условиях Большого Севастополя. Теоретические установки, предлагаемые студентам во время подготовительных лекций, основываются на новейших исследованиях постфольклора (современного городского фольклора) А. С. Архиповой, О. Р. Будиной, С. Ю. Неклюдова, М. И. Шмелевой [Архипова, Неклюдов, 2007; Будина, Шмелёва, 1989].

Студент должен знать теоретические основы устного народного творчества, систему фольклорных родов и жанров, иметь представление об истории, культуре и традициях региона исследования; уметь в ходе общения с носителями

фольклора выявлять, фиксировать, обрабатывать, классифицировать и систематизировать фольклорные тексты и их контекст, выявлять особенности фольклорной традиции региона и давать им научную интерпретацию. Практика является важным звеном в дальнейшем освоении филологических дисциплин историко-литературного, лингвистического и теоретического циклов, таких как «История русской литературы», «Диалектология», а также дисциплин, изучающих современную лингвокультурную ситуацию. В рамках практики в полевых условиях впервые апробируется и адаптируется теоретический материал, что является неотъемлемой ступенью в понимании студентами взаимосвязи науки и вузовского учебного процесса.

Фольклорная практика состоит из полевой и архивной частей.

Во время полевой практики студенты изучают фольклор в естественной среде его бытования, в условиях особого города, так называемого «Большого Севастополя». Город федерального значения Севастополь включает городские населённые пункты (города Севастополь, Инкерман, Балаклава и посёлки Кача и Ласпи) и 41 сельский населённый пункт (37 сёл и 4 посёлка, распределённые по двум районам Севастополя). На территории Большого Севастополя находятся и исключительные по исторической и культурной значимости места, дающие пищу воображению и возможности проявления мифологического мышления. Херсонес Таврический, Фиолент – античное прошлое и мифы об Ифигении; древние монастыри (Балаклавский Свято-Георгиевский и Инкерманский Свято-Климентов-

ский) и церковные предания и легенды; Малахов курган, Четвертый бастион и героическая история крымских войн, обороны Севастополя и многочисленные легенды, былички, истории и случаи; Сапун-гора, 30-я и 35-я береговые батареи, Великая Отечественная война и мемораты о войне... Несмотря на то, что сбор в Севастополе фольклорных материалов, касающихся прежде всего таких жанров, как легенды, и их публикация [Меснянко, 2018] осуществляются не впервые, однако достаточно широк круг информантов, предоставляющих как неизвестные варианты известных легенд, так и ранее нигде не зафиксированные легенды, например, о севастопольском метро, также именуемом «Д-6»:

*Среди диггеров распространено предание о существовании некоего подземного туннеля в Севастополе, имеющего вид и функции тайного метро. Он идёт от Доковой балки к самим докам Севастопольского морского завода. Информация о нём тщательно засекречена и имеется у правительства Севастополя в папке с пометкой «Метро Д-6». Метро это, якобы, создано во времена холодной войны для привилегированных жителей города для срочной эвакуации на случай различных аварийных ситуаций. Там также имеются медикаменты, чистая вода и запас продуктов, которых хватило бы на долгое время (Андрей Анатольевич Зуев).*

В период полевой практики студенческая группа под руководством преподавателя работает с заранее подобранными информантами. Например, осуществляя сбор материалов по теме «Монастырские предания и легенды», студенты посещают Балаклавский Свято-Георгиевский и Инкерманский Свято-Климентовский монастыри.

Индивидуальную тему для сбора материала фольклорной практики студенты выбирают самостоятельно, исходя из своих интересов и возможностей сотрудничества с информантами и исполнителями, например: «Топонимические легенды», «Легенды и истории Севастополя», «Топонимические предания, связанные с названиями городских мест», «Предания, связанные с монастырями Большого Севастополя», «Страшные и таинственные истории о Севастополе» / «Страшные легенды Севастополя», «Офицерский

фольклор», «Курсантский фольклор», «Морской фольклор», «Рукописные сборники как отражение городского фольклора (армейский/флотский альбом)», «Фольклор застоля», «Детский фольклор», «Сельский фольклор», «Песенный фольклор Севастополя» и др.

Например, в процессе сбора детского фольклора практиканты собирают материал, который является преобразованием известных произведений, например:

*Баю-баюшки баю,  
Не ложися на краю,  
Придёт серенький волчок  
И укусит за бочок.*

*Кроме этой колыбельной я ничего не знала, но мне не нравилось, что «серенький волчок укусит за бочок» моего ребёнка, поэтому я придумала другое продолжение:*

*«Придёт серенький волчок, поцелует за бочок». А в следующем куплете «обнимет за бочок». Потом, когда он подрос, стал понимать, что я ему пою, я ему стала петь: «И с машинкою волчок поцелует за бочок». Ему так было интересно, он все время спрашивал: «А с какой машинкой?». И не только с машинкой, с пирожным мог прийти волчок или ещё с чем-нибудь.*

Как видим, изменения, вносимые в фольклорное произведение, могут быть связаны с оценкой эффекта, производимого на слушателя, а также с приспособлением этого произведения под конкретного адресата, что видно и в следующем материале:

*Вообще, я эту колыбельную где-то прочитала, но там было другое имя и строчки мрачноваты некоторые. Я поменяла и пою:*

*По взлохмаченным лесам  
Непричесанные звери  
Бегают по вечерам –  
Свет струится из-под двери.  
Тише, Соня засыпает,  
Тише, мы зверей причешем,  
Рядом на кровать уложим,  
Спать пора волкам и лешим.  
Тихо-тихо, Соня засыпает,  
И распахнуты ворота  
В две волшебные палаты,  
По которым ходит кто-то.  
Это царство короля,  
Это царство короля.  
Тише, Соня засыпает,  
Баю-баюшки-баю.*

Собирая материал по школьному сленгу, практиканты приводят в качестве примера как уже общеизвестные слова (*англичанка* – учитель английского языка; *ботанить* – старательно учить или зубрить; *домаха* – домашнее задание, домашняя работа; *дэээ* (написание – «дз») – домашнее задание, домашняя работа; *зашиваться* – ничего не успевать, чрезмерно работать; *инглиш* – английский язык (школьный предмет); *контроша* – контрольная работа; *матеша/мотеша* – математика у младших, алгебра или геометрия у старших классов; *олимпиадник* – ученик, регулярно участвующий в олимпиадах; *особо одарённый* – отстающий от остальных; *отличившийся* – написавший работу хуже всех; *русичка* – учитель русского языка; *скатывать, катать* – списывать; *старшак* – старшеклассник; *тройбан* – оценка «тройка»; *шарага* – пренебрежительное название учебного заведения; *шарить* – разбираться в чём-либо, хорошо понимать тот или иной предмет), так и новые (*библия* – библиотека, *бисектрисса* – директор школы; *дноклы, дноклассники* – пренебрежительное название одноклассников; *доза* – домашнее задание, домашняя работа; *муза* – учитель музыки; *наклипать* – сделать быстро, на отцепись; *пятюня* – оценка «пять»; *репет* – репетитор; *русич* – русский язык (школьный предмет); *старик* – староста класса; *шкалка* – школа; *шкальник* – глупый человек или маленький ребёнок, школьник).

Анализируя подобную лексику, можно отметить, что некоторые из слов передаются из старшего поколения школьников к младшему на всей территории России, они всем известны и понятны; другие же только недавно появились, пока известны только школьникам Севастополя.

Архивная фольклорная практика предполагает комплексную обработку полевых материалов в соответствии с современными правилами архивного хранения под руководством группового руководителя и проходит непосредственно в вузе.

Важной особенностью практики является ведение студентами дневников практики, в которых они ежедневно отмечают все виды работы с указанием дня и конкретного времени выполнения задания (коллективного и индивидуального). В дневнике фиксируются паспорта инфор-

мантов, обозначается, где, при каких обстоятельствах записан тот или иной текст, отмечаются жанры записанных текстов.

По итогам практики каждым студентом составляется отчет, который проверяется руководителем практики. Итоговая аттестация проводится в сентябре, форма отчетности – зачет.

В заключении к отчёту по фольклорной практике студенты отмечают, что сбор фольклорного материала был не только интересным и познавательным, но и позволил сделать более сплочёнными отношения в семье и группе:

1. <...> Сбор семейного фольклора укрепил отношения в моей семье. Я заставила родителей вспомнить своих родственников и предков. Хотя они и рассказывали мало, но им было приятно вспомнить что-то из своего детства, молодости и передать это мне <...>.

2. <...> Работа над разделом «Семейный фольклор» неожиданно стала для меня открытием, ведь по ходу исследования характерной для моей семьи лексики, а также изучения прошлого своего рода я осознала, насколько важно – знать свои корни, свою историю. <...> Фольклорная практика – это не только обязательный элемент учёбы на филологическом факультете, но и время, проведённое с большим удовольствием и пользой. Недели, в течение которых наша группа занималась общим делом, сплотили нас и позволили узнать друг о друге что-то новое для того, чтобы в дальнейшем мы стали одной сплочённой командой <...>.

3. <...> В целом считаю данную практику крайне успешной и познавательной. Масса интереснейшей информации и впечатлений, полученных от неё, представляет собой отдельную нишу такой важной области, как «отечественная культура и история». Иметь знания и представления в этой области считаю обязательными и необходимыми каждому сколько-нибудь образованному человеку, а получающим высшее образование – тем более <...>.

О значимости данной практики свидетельствует также то, что её материалы положены в основу некоторых курсовых и выпускных квалификационных работ:

1. «Ономастическое пространство Крыма как "полевая" структура (на мате-

риале текстов русской поэзии)». Научный руководитель: Грибанова И. В. Автор: Соломахина А. А. (Бакалавр). ВКР, 2018.

2. «Вязь в росписи православных храмов Севастополя». Научный руководитель: Грибанова И. В. Автор: Цыбульская А. (Специалист). Курсовая работа, 2013.

3. «Этимологизация как основа для создания топонимических легенд Крыма». Научный руководитель: Грибанова И. В.

Автор: Калиниченко И. А. (Бакалавр). Курсовая работа, 2018.

Таким образом, фольклорная практика – это не только важное звено в процессе обучения студентов-филологов, позволяющее собрать живой фольклорный материал. Данная практика является также одним из способов формирования духовно-нравственных ценностей у студентов-филологов [Драчева, Юрченко, 2012: 329], что отражается в их отчётах.

### *Литература*

1. Архипова А. С., Неклюдов С. Ю. Фольклор на асфальте // Живая старина. 2007. № 3. С. 2–3.
2. Будина О. Р., Шмелева М. И. Город и народные традиции русских. М.: Наука, 1989. 254 с.
3. Драчева С. И., Юрченко Т. Н. Фольклорная практика как способ формирования духовно-нравственных ценностей // Информация и образование: границы коммуникаций. 2012. № 4 (12). С. 328–329.
4. Меснянко А. Легендарный Севастополь. Городские истории, байки, легенды. Севастополь: Альбатрос, 2018. 112 с.



## ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ АМЕРИКАНСКИХ БИЗНЕСМЕНОВ В СИТУАЦИИ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ (на материале кинематографа)

А. О. Столярова

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, г. Москва*

**Аннотация.** В настоящей статье выделены характерные черты и проведён анализ речевого поведения американских бизнесменов – участников художественно воссозданной коммуникативной ситуации деловых переговоров. В качестве источника материала использован кинофильм “Jobs”, 2013 г., режиссёра Д. М. Штерна. В результате исследования было выявлено, что для анализируемых ситуаций характерна диктуемая жанром кинематографа и особенностями американской культуры определённая доля экспрессии, стилистической гибкости и разнообразие коммуникативных стратегий и тактик.

**Ключевые слова:** бизнес-дискурс, речевое поведение, деловая коммуникация, кинодискурс.

В современной лингвистике в вопросах изучения речевого поведения фокус внимания переместился на языковую личность – важнейшую фигуру антропоцентрического подхода. Изучением речевого поведения занимаются такие науки, как социолингвистика, прагмалингвистика, психолингвистика, лингвокультурология, лингвокраеведение и лингвострановедение, с разных сторон освещая проблемы речевого поведения. Внимание данной области лингвистики уделяли такие видные учёные, как И. А. Стернин, К. Ф. Седов, Ю. Е. Прохоров, Т. Г. Винокур, А. А. Леонтьев, А. Д. Швейцер, П. Грайс, Г. Г. Матвеева, С. К. Табурова, И. А. Зимняя, А. Е. Супрун и многие другие. На сегодняшний день существуют исследования речевого поведения представителей разных профессий (А. В. Ленец, Е. Е. Нужнова, Л. А. Моисеенко, Е. В. Осетрова, А. К. Михальская), личностных характеристик адресанта, судя по его речевому поведению (Г. Г. Матвеева), гендерных аспектов речевого поведения (С. К. Табурова), национально-культурной специфики речевого поведения (Ю. Е. Прохоров, А. В. Сергеева, Т. В. Ларина, Е. В. Фирсова), речевого поведения в диалоге «говорящий-слушающий» (Т. Г. Винокур).

Учитывая разнообразие наук, для которых изучение речевого поведения представляет интерес, оправданным становится большое количество определений этого явления. Мы используем определение А. Е. Супруна: «Под речевым поведением понимается весь комплекс отношений, включённых в коммуникативный акт, т.е. вербальную и невербальную информацию, паралингвистические факторы, а также место и время речевого акта,

обстановку, в которых этот факт происходит. Следовательно, речевое поведение – это речевые поступки индивидуумов в типовых ситуациях, отражающих специфику языкового сознания данного социума» [Супрун, 1996]. Иначе говоря, речевое поведение понимается как образ индивида, сложившийся из того, как он использует язык в определённых коммуникативных ситуациях. И.А. Стернин добавил к имеющимся определениям речевого поведения культурологический элемент, предложив термин «коммуникативное поведение» и определив его так: «поведение (вербальное и сопровождающее его невербальное) личности или группы лиц в процессе общения, регулируемое нормами и традициями общения данного социума» [Стернин, 1989: 279], акцентируя тот факт, что речевые действия индивида формируются в том числе и под влиянием его культурного фона. Не менее важный элемент в области речевого поведения подметила В.В. Соколова, добавив к изучению проблемы организационного процесса беседы (этикетные формулы, частота общения, временные рамки, табуированные темы, субординация и пр.) [Соколова, 1995].

Речевое поведение одновременно индивидуально и социально: индивидуально оно по той причине, что формируется и трансформируется в течение всей жизни человека, отображает его личностные характеристики и является неповторимым, а социально оно потому, что обладает набором стереотипов, характерных для определённой социальной группы, в которой находится индивид [Полякова, 2012]. Таким образом, речевое поведение включает в себя использование социально принятых и привычных клише,

наряду с индивидуально отобранными и составленными высказываниями.

На характер речевого поведения человека влияет множество факторов, всё многообразие которых можно разделить на три группы:

1) личностные характеристики адресанта, такие как пол, возраст, уровень образования и эрудиции, воспитание, место рождения, черты характера и т.п.;

2) ожидания адресата. Адресант ведёт свою речь, желая донести свою мысль до адресата максимально точно и понятно, что напрямую влияет на выбор языковых средств для порождения высказывания. К этой группе также можно отнести субординацию и распределение социальных ролей коммуникантов и личностные характеристики адресата;

3) характеристика коммуникативной ситуации: цель коммуникации, «характер ситуации (официальная/неофициальная)» [Полякова, 2012], место и время беседы, форма беседы коммуникантов (устная/письменная, прямая/опосредованная) и т.п.

Движущей силой речевого поведения является интенция, или коммуникативное намерение. Некоторые учёные, однако, разделяют эти понятия, говоря о том, что коммуникативным намерениям свойственно открытое воздействие, а интенциям – скрытое [Матвеева, 1993].

Основными характеристиками речевого поведения принято считать следующие: «интенциональность, интерактивность, дискретность и ситуативность» [Полякова, 2012, с.46]:

1) интенциональность обуславливает выбор коммуникантом лексических и грамматических средств оформления высказывания в зависимости от его интенций и намерений;

2) интерактивность обуславливает наличие как минимум двух участников коммуникации – адресанта и адресата, т.к. любое коммуникативное сообщение обладает свойством направленности;

3) дискретность – подразумевает возможность членить речевое поведение на элементы – речевые поступки и коммуникативные фрагменты;

4) ситуативность подразумевает прямую зависимость речевого поведения от условий коммуникативной ситуации.

Таким образом, речевое поведение – это сложившийся в течение жизни рече-

вой опыт индивида, который он использует в коммуникативных ситуациях, автоматически отбирая определённые лексические единицы и выстраивая из них грамматические конструкции с целью осуществить коммуникативное намерение.

В данной статье исследуется речевое поведение американских бизнесменов в ситуации воссозданных на экране деловых переговоров, что обуславливает необходимость рассмотреть для начала доминантные особенности лингвокультурной общности американцев, т.е. набор речевых особенностей, характерных для представителей той или иной лингвокультурной общности, проявляющиеся в разных, однако, однотипных коммуникативных ситуациях [Ларина, 2003]. Как писал И. А. Стернин, доминирующими чертами речевого поведения являются: общительность, бесконфликтность, доброжелательность, открытость, стремление к достижению компромисса, активность, участливость [Стернин, 1989]. Попробуем рассмотреть речевое поведение американских бизнесменов в ситуации переговоров на укороченном примере, взятом из фильма “Jobs” [Jobs, 2013]. Диалоги фильмов мы считаем достоверным источником данных в силу того, что они интертекстуальны и основаны на реальных речевых данных. Итак, исследуемая ситуация описывает встречу венчурного инвестора и, в будущем, второго генерального директора корпорации Apple Майк Марккулы с командой основателей бренда (Стив Джобс, Стивен Возняк и другие), которым удалось заинтересовать Марккулу в том, чтобы выступить в роли бизнес-ангела молодых предпринимателей. Майк приезжает к дому Джобса, в гараже которого молодые компьютерные инженеры проектируют первые продукты Apple.

*Mike Markkula: “I’m Mike Markkula”.* Коммуниканты видят друг друга впервые, поэтому первым этапом коммуникации является знакомство и представление обоих участников.

*Steve Jobs: “Steve. Jobs”.* Оба коммуниканта используют укороченные варианты своих имён, что является характерной чертой американской лингвокультуры. В США считается приемлемым адаптировать данное при рождении имя по своему желанию, оставив либо его укороченную форму, либо инициалы имени и фамилии, и представляясь так даже в условиях

строгого бизнес-дискурса. Отчётливая пауза между именем и фамилией, созданная приёмом парцелляции, может свидетельствовать о таких чертах характера коммуниканта, как немногословность, предпочтение дела слову.

*Mike Markkula: "Steve. I heard a lot about you. You spoke to Don Valentine on the phone. He and I are old colleagues of sorts".* Характерной особенностью коммуникации американских бизнесменов также является крайне редкое нарушение правил этикета. Причиной тому является исторически заложенное в менталитете дружелюбие и предельная аккуратность в высказываниях с целью избежать грубости, политической некорректности или любого проявления нетерпимости к чертам характера или внешности собеседника. Поэтому, имеющая в данной ситуации прямое значение, фраза *"I heard a lot about you"* играет роль этикетного клише.

*Steve Jobs: "The VC from Atari".* В диалоге появляется ещё одна реалия Atari – название легендарной американской компании-разработчика видеоигр.

*Mike Markkula: "Yeah, Valentine. He said you called him 150 times. He practically begged me to come and look at your outfit here. Called in a personal favor".*

*Steve Jobs: "Mike. Welcome to Apple Computer".* Не желая комментировать предыдущее высказывание собеседника, намекающее на отчаянное положение молодых предпринимателей, Джобс использует коммуникативную стратегию уклонения, стремительно меняя тему, оставаясь при этом вежливым.

*Mike Markkula: "Thank you. Yeah, is this... This is everything?"*

*Steve Jobs: "No. We're, we're in six stores in the greater area. We'll be launching the Apple II in about a month. In a few months. It's close".* Стратегия самооправдания в данном высказывании говорит о непоколебимой вере Джобса в своё дело и отсутствии сомнений в успехе предприятия.

*Mike Markkula: "Gentlemen, is there some place we can talk?"* Вежливое и учтивое обращение *"gentlemen"* выдаёт в говорящем образованного, вежливого человека, желающего расположить к себе собеседников и скорее перейти к делам.

*Bill Fernandez: "I'm sorry, don't take this the wrong way, but what's your angle?"* Одной из отличительных черт коммуникации

американцев в данной ситуации является стремление выстроить ход беседы максимально толерантно. Для речи американцев характерны сложные предложения и отсутствие категоричности в тех случаях, когда они намереваются сказать что-либо, хотя бы немного противоречащее словам собеседника или не имеющего прямого отношения к центральной теме беседы, пример чего мы видим в данном предложении. Перед тем как задать вопрос, имеющий лишь косвенное отношение к теме, адресант приносит извинения и использует клишированную фразу из американского варианта английского языка *"don't take this the wrong way"* для того, чтобы смягчить следующую идею, не нарушить ход коммуникации и предупредить возможный конфликт. Сленговое выражение *"what's your angle"* также характерно для американского английского, хотя и является на сегодняшний день устаревшим.

*Mike Markkula: "Uh..."*

*Steve Wozniak: "What my colleague is trying to say is... Where was your last employment?"* Интерес к карьерному пути инвестора символизирует важность образования и опыта работы для американского бизнесмена.

*Mike Markkula: "Intel".* Марккула называет в качестве своего последнего места работы американскую корпорацию-производителя электронных и компьютерных устройств со штаб-квартирой в Калифорнии. Этот факт не указывает прямо на то, что коммуникант американец, однако указывает на то, что он прожил в США по меньшей мере несколько лет.

*Steve Jobs: "So how much are we talking about here?"* Скорый переход непосредственно к основной теме встречи прекрасно демонстрирует действие любимого американцами принципа *"Time is money"*. Деловые переговоры американцев проходят, как правило, в быстром темпе, не растягиваясь на долгие часы. Для этого каждый из участников переговоров обычно получает важную информацию (цифры, идеи и другие данные) заранее, чтобы прийти на встречу подготовленным.

*Mike Markkula: "What, the investment?"*

*Steve Jobs: "That's what you came here for".*

*Mike Markkula: "Yeah, well, I've been looking for something to really sink my teeth into. Look, Steve. I'm willing to take the risk. And, this certainly qualifies. But risk disguised as promise. And you've shown promise. I've seen it in your eye, and I know that look because I've had it myself. Tells me you're onto something big. Yeah. Okay. To the point. I think we should start with around 90 grand, see where that takes us".* Марккула применяет стратегию интимизации, желая расположить собеседников к себе. Он принимает решение не только, изучив фактическую информацию о начинающей компании, но и прислушавшись к своей интуиции и чувствам, что говорит о нём, как о чутком человеке делового мира, полагающемся не только на голые цифры и факты.

*Steve Wozniak: "Okay, I'm sorry. Could you repeat that?"* Стремясь оставаться предельно вежливым, Возняк, помимо непосредственной фразы извинения, использует в просьбе повторить модальный глагол "could", достигая пика возможного уровня вежливости высказывания.

*Steve Jobs: "I'm sorry. \$90,000 isn't gonna get it done".*

*Steve Wozniak: "Oh, whoa, whoa. Wait, Steve, one second".* Высказывание демонстрирует еще одну отличительную черту американского народа – с целью избежания грубости и риска коммуникативной неудачи, американцы прибегают к просьбам предоставить им время (*wait one second*) в виде способа применения непрямого побуждения, используемое для стимулирования адресата к определённому поведению [Волкова, 2011].

*Mike Markkula: "I don't see anybody else coming in your garage with a check-*

*book".* ИмPLICITное оскорбление не звучит грубо в данной формулировке, что также говорит о Марккуле как о воспитанном и корректном бизнесмене, который, однако, обладает достаточной твёрдостью характера, чтобы отстаивать свои права в процессе переговоров.

*Steve Jobs: "Oh, no, no. Ninety grand gets it done for us. I just don't think it gets it done for you. We'll do the \$90,000 investment. At a \$300,000 valuation. But I also want you to kick in a \$250,000 credit line with 10% interest to be paid back in full once we meet net revenue positive".*

*Mike Markkula: "OK. What I mean is, okay. Now, the first thing you need to do is incorporate, so that you two as owners can protect your interest. And that is, of course, if you'll have me aboard".*

*Steve Wozniak: "Thank you very much, Mr. Markkula".*

Проанализировав речевое поведение участников художественно воссозданной в кинофильме коммуникативной ситуации деловых переговоров, мы можем выделить следующую информацию: важнейшими аспектами коммуникации американских бизнесменов являются вежливость, гибкость и отсутствие категоричности. Несмотря на привычную образцу деловой коммуникации сухость и безэмоциональность стиля, бизнес-дискурс в кино демонстрирует достаточную долю экспрессии и стилистической гибкости в речевом поведении коммуникантов, что служит основным целям бизнес-коммуникации – заинтересовать покупателя/продавца/инвестора своим товаром/услугой, заключить договор о сотрудничестве, достичь кооперации.

### **Литература**

1. Волкова А. Е. Способы выражения непрямого побуждения в высказываниях разной степени категоричности // Вестник Ленинградского гос. ун-та им. А. С. Пушкина. 2011. С. 134–141.
2. Ларина Т. В. Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации: На материале английской и русской коммуникативных культур дис. ... док. филол. наук: 10.02.20. Москва, 2003. 495 с.
3. Матвеева Г. Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица ("портрета") говорящего : дисс. ... док. фил. наук : 10.02.19. Санкт-Петербург, 1993. 449 с.
4. Полякова Л. С. Понятие «речевое поведение»: теоретические аспекты // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики // Северо-Осетинский гос. ун-тет им. К.Л. Хетагурова. 2012. № 14. С. 44–47.
5. Соколова В. В. Культура речи культура общения. М.: Просвещение, 1995. 290 с.

6. Стернин И. А. О понятии коммуникативного поведения // Kommunikativ-funktionale Sprachbetrachtung. Halle, 1989, S. 279–282.

7. Супрун А. Е. Лекции по теории речевой деятельности. Минск: БГУ, 1996. С. 125.

***Источники***

8. Фильм “Jobs”: реж. Джошуа Майкл Штерн, 2013 <https://bmovies.nl/watch-jobs-2013-1080p-online-free-bmovies/watching.html>

9. Транскрипт: [https://www.springfieldspringfield.co.uk/movie\\_script.php?movie=jobs](https://www.springfieldspringfield.co.uk/movie_script.php?movie=jobs)

## БРИТАНСКИЕ АКЦЕНТЫ И ПРИЧИНЫ ИХ РАЗНООБРАЗИЯ

*Е. В. Сутягина, Е. А. Шемякина*

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

**Аннотация.** Данная статья рассматривает причины возникновения большого разнообразия акцентов и диалектов в разных частях Британии. Так же она затрагивает словарные различия британского и американского английского языка, приводятся примеры этих различий. Анализируются факторы и причины, которые влияют на использование диалектов и акцентов в языке. Делается вывод, что диалекты и акценты менялись и будут меняться, так как язык никогда не стоит на месте.

**Ключевые слова:** диалекты, акценты, лингвистическое приспособление, носители языка, идентичность, отличительная черта.

Каково наше происхождение? Происхождение является важной отличительной чертой личности, которая может стать групповой идентичностью, при определении нашего происхождения. Чаще всего используемый нами язык, особенно диалект, является выражением этой самобытности. В дополнение к отличительным словам и грамматическим шаблонам, которые могут не соответствовать правилам стандартного языка, в английском языке, как и в другом любом языке, люди используют разные акценты и диалекты.

Диалекты и акценты развивались исторически, когда группы носителей языка жили в относительной изоляции, без регулярного контакта с другими людьми, использующими тот же язык. Это было более выраженным в прошлом из-за отсутствия быстрого транспорта и средств массовой информации. Люди, как правило, слышали только язык, используемый в их собственном месте, и когда их использование языка изменилось (поскольку язык по своей природе всегда меняется), их диалект и акцент приняли определенный характер, что привело к национальным, региональным и местным различиям.

Вторжение и миграция также помогли повлиять на развитие диалекта на региональном уровне. Хорошим примером может послужить регион Мидлендс. Например: Ист-Мидлендс правил датчанами в девятом веке. Это привело к созданию географических названий, оканчиваю-

щихся на «by» (суффикс, как полагают, происходит от датского слова «город»), таких как Thoresby и Derby, и «thorpe» (что означает «поселение»), такие как Ullesthorpe. Датчане, однако, не управляли Уэст-Мидлендсом, где саксы продолжали господствовать, и слова датского происхождения в основном отсутствуют в этом регионе.

Конечно, диалекты и акценты характерны не только для британского английского. В США, Австралии и Новой Зеландии, где на английском говорят в течение гораздо более короткого периода времени, чем в Великобритании, можно ожидать меньших различий, поскольку на английском языке говорят в течение более короткого периода времени. Но даже там встречаются диалекты и акценты, и лингвистическое влияние поселенцев, приехавших из определенных частей Великобритании, таких как Шотландия или Ланкашир, помогло определить местные разновидности языка. Кроме того, например, американский английский сейчас имеет большие отличия от британского английского. Хотя две формы английского языка на первый взгляд могут показаться схожими, в словарном запасе, грамматике, орфографии, пунктуации, датировании и других разделах этих форм языка есть определенные различия. Помимо различий между британским и американским английским произношением и акцентом, контрасты в словаре являются самыми значительными (см. табл. 1).

**Таблица 1. Некоторые лексические различия  
между британским и американским вариантами английского языка**

<b>Американский английский</b>	<b>Британский английский</b>	<b>Русский</b>
elevator	lift	лифт
eraser	rubber	стирательная резинка
band aid	plaster	лейкопластырь
cafeteria	canteen	столовая
sneakers	trainers	кроссовки
math	maths	математика
pants	trousers	брюки
soccer	football	футбол
friend	mate	друг
French fries	chips	картошка фри
apartment	flat	квартира
vacation	holiday	отпуск
soccer player	footballer	футболист
gasoline	petrol	бензин
freeway	motorway	автомагистраль
parking lot	car park	автостоянка
transportation	transport	транспорт
mail	post	почта
truck	lorry	грузовик
package	parcel	пакет
flash light	torch	фонарь
hood (of a car)	bonnet	капот
trunk (of a car)	boot	багажник
cookies	biscuits	печенье
gambler	punter	профессиональный игрок
streetcar	tram	трамвай
sausages	bangers	сосиска
vest	waistcoat	жилет
closet	cupboard	стенной шкаф

Американский английский	Британский английский	Русский
injections	jabs	укол
carpenter	joiner	плотник
oatmeal	porridge	каша
cotton candy	candy floss	сахарная вата
shopping cart	shopping trolley	тележка для покупок
male or friend	chap	парень, малый
drunk	pissed	пьяный
review	revision	рассмотрение, отзыв
somewhat like	quite like	что-то вроде

В 1930-х годах в Британии произошел большой приток шотландских сталелитейщиков в Корби в Нортгемптоншире. Это способствовало появлению таких особенностей в местном языке как характерное произношение гласных, например в словах: «goat» (козел) или «thought» (мысль). Эти слова считаются типично шотландскими, но их сейчас используют даже горожанами, которые никогда не были в Шотландии.

Другие факторы также влияют на появление и использование диалектов и акцентов в языке. Одним из них является социальный класс. Очень многие местные акценты теперь ассоциируются с носителями рабочего класса, в то время как носители среднего и высшего класса, как правило, используют более стандартизированный английский. Но это относительно недавнее явление. На самом деле, до стандартизации английского языка в 16-м веке, когда один из видов английского языка стал использоваться в официальных ситуациях и печатных изданиях для более широкого издания книг, носители разных социальных классов могли говорить и писать на своем языке, используя собственные диалекты. В те времена латынь и французский язык считались престижными языками, применяемыми элитой в образовании, юриспруденции и литературе.

Диалекты и акценты менялись и будут меняться. В конце концов, язык никогда не стоит на месте, он постоянно развивается [Гончарова, 2019: 34]. Некоторые традиционные диалекты исчезают,

но новые городские и мультикультурные разновидности продолжают появляться. Некоторые акценты начинают считаться «лучше», чем другие, и могут стать более престижными, чем другие.

На этот процесс может влиять и музыка. В настоящее время изучаются лингвистические особенности «афроамериканского английского», связанные с хип-хопом, R & B и рэп-музыкой. Такие слова как «bae», «blood» или «brother» теперь могут использоваться в значении «круто» и перенимаются различными другими носителями языка. Хотя раньше, в самом начале формирования «афроамериканского английского» возникали конфликты и недоразумения между людьми из разных культур: афроамериканцами и другими носителями английского языка. Это было связано не только с недостаточным пониманием языка друг друга, но и с отсутствием культурных знаний. Знания языка дают видимость понимания людей из разных культур, но не дают достаточных знаний о их культуре [Шемякина, 2019: 68].

Кроме того, люди используют разный язык, в зависимости от того, с кем они разговаривают и на какую тему они разговаривают. Например: официальный - на собеседовании и разговорный - с друзьями и семьей дома. Люди также меняют способ общения, чтобы им было легче понять друг друга. Это явление называется лингвистическим приспособлением.

Этническая принадлежность, класс, пол, сексуальная ориентация и возраст - все это может влиять на использование



языка. А также могут быть личные причины для использования диалектов и акцентов. В первую очередь - для самоидентификации. Человек как бы говорит: «Я живу в Англии 16 лет, но вы все еще можете услышать мой шотландский акцент, и это вряд ли изменится».

Языковые разновидности носителей языка могут становиться более похожими или более разными. И поскольку современный мир становится все более связанным, лингвисты задаются вопросом, обязательно ли исчезнут диалекты и акценты в целом.

Безусловно, существует такая вещь, как «выравнивание диалектов». Различия между диалектами, по-видимому, исчезают, что может быть следствием роста влияния средств массовой информации и социальных сетей. Но в то время, когда существует много дискуссий об исчезно-

вании диалектов и акцентов, общественный интерес к этой теме растёт.

Консенсус так и не достигнут на данный момент. В британском английском некоторые тенденции могут распространяться со скоростью лесного пожара по всей стране. Например: все больше людей говорит «free» вместо «three». Такое лингвистическое изменение известно как противостояние. Но многие различия сохраняются до сих пор, и колонки в Ливерпуле по-прежнему звучат совсем иначе, чем колонки в Плимуте.

На наш взгляд, диалекты и акценты существуют, чтобы оставить определенный след в языке. Людям нравится быть частью разных групп, и мы можем рассматривать язык как ключевое средство для выражения ощущаемых различий между «нами» и «ними».

### ***Литература***

1. Гончарова Н. А. Трансформации фразеологических единиц в языке прессы. // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2017. Т. 31. С. 746–750.
2. Шемякина Е. А. Проблемы и противоречия межкультурной коммуникации в российской и зарубежной науке // Актуальные проблемы развития речи и межкультурной коммуникации: сборник материалов XII Кирилло-Мефодиевских чтений в МИТУ-МАСИ 2019. С. 66–70.

### ***Словари***

3. Сиполс О. В., Широкова Г. А. Англо-русский словарь начинающего переводчика. 2-е издание. Флинта, 2008.

### ***Источники***

4. Why does the UK have so many accents: статья [Электронный ресурс]. URL: <https://theconversation.com/why-does-the-uk-have-so-many-accents-88434> (дата обращения: 20.02.2020).
5. Шундалин А. Чем отличается британский английский от американского английского [Электронный ресурс]. URL: <https://www.grammarly.com/blog/how-british-english-and-american-english-are-different/> (дата обращения: 20.02.2020).

## ИСТОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ АМЕРИКАНСКОГО ВАРИАНТА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

*Е. А. Шемякина, Е. О. Конева*

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург*

**Аннотация.** В данной статье изучаются этапы появления, развития и изменения американского английского языка и история его формирования. Статья опирается на исследования Ричарда Бейли, американского лингвиста, который занимался изучением данного языка и посвятил свои книги его истории. Так же дается краткое описание и характеристика практически каждого значимого периода в развитии языка, его особенностях и проблемах понимания в настоящее время и изменениях в различных ситуациях, на разных территориях и в разные периоды времени. Кроме того приводятся примеры различия в понимании и написании тех или иных слов между американским и британским английским.

**Ключевые слова:** американский английский; архаизм; исследование языка; этническое разнообразие; диалект; идентификация.

В Америке всегда существовали разногласия относительно того, что же такое «правильный» английский. Статус Парижского французского или тосканского итальянского давно уже неопровержим. Тем не менее, в начале 1940-х годов, жители Чикаго писали в Чикаго Трибьюн о том, что Среднезападная речь Америки является «особо чистой», в то время как дикторы Нью-Йоркского радио говорили в классическом лондонском стиле, дополненном раскатистой буквой «P». В Чарльстоне, штат Калифорния, элитарное восприятие правильного английского языка включало в себя своеобразные архаизмы, вроде «*calm*» - для «*calm*», а «*yardin*» - для «*garden*».

География всегда оказывала важное влияние на историю американского английского языка, формируя «правильный английский», по утверждению Ричарда У. Бейли в его книге «Говорящий по-американски: история английского языка в Соединенных Штатах». Первые американцы стремились основывать города на западе и на Восточном побережье, в отличие от европейцев, чьи города создавались без доминирующего городского стандарта. История американского английского – это вечные взлеты и падения репутации, и Бейли, автор нескольких книг по английскому языку, прослеживает разнообразные варианты языка по всей Америке, концентрируясь на разных областях для каждого 50-летнего периода, начиная с Чесапикского залива и заканчивая Лос-Анджелесом.

Поражает странность речи в ранней Америке. Один Бостонец, посетивший Филадельфию в 1818 году, заметил, что его городская хозяйка случайно произ-

несла «*dictionary*» как «*disconary*» и «*again*» как «*agin*». Уильям Каллен Брайант из Массачусетса, посетивший Нью-Йорк около 1820-х годов, писал не о «новых янки», как мы бы ожидали, но о выражениях, теперь не существующих, вроде «*sich*» for «*such*» и «*guv*» for «*gave*». Даже некоторые аспекты старой письменности могут нас запутать. Внимательно прочитав Чикаго Трибьюн 1930-го года, мы бы, конечно, удивились таким написаниям, как «*crum*», «*heven*» и «*iland*», которые газета включила в свой постоянный стиль в последней тщетной надежде упорядочить английскую орфографическую систему. Однако, проблема для такой книги, как у Бейли, заключается в разбросанности доказательств о ранних формах американского английского языка. Человеческий голос не был зафиксирован до конца 19-го века, и до конца 20-х годов записи случайной речи, особенно обычных людей, были редкостью. Между тем, письменные доказательства местного диалекта, в отличие от стандартного языка, склонны быть поверхностными и неточными.

Так например, история Нью-Йоркской речи, несмотря на богатую документацию города в целом, к сожалению, является однообразной. С одной стороны, в 1853 году исследователь идентифицировал Нью-Йоркский английский как «более чистый», чем тот, что встречается в большинстве других мест. Но в то же самое время хроники уличной жизни описывали веселый народный язык, который дал нам такие слова, как «*bus*», «*tramp*» и «*whiff*». Возможно, исследователь 1853-го года опирался только на речь более состоятельных людей, но потом, 16 лет спустя, в

произведении описывается юноша, получивший хорошее воспитание, как представитель «сильного Нью-Йоркского акцента», в то время как книга 1856 года, которая боролась с грамматическими отклонениями, определяет произношение слов «voiolent» и «afeard», как произношение людей более низкого социального статуса в Нью-Йорке. Так что на счет «более чистого» английского?

Возможно, чтобы компенсировать странность и недостаточность имеющихся свидетельств, Бейли посвящает большую часть своего исследования языкам, сосуществовавшим вместе на территории Америки. Действительно удивляет, как терпимо относились первые американцы к языковому разнообразию. В 1903 году один ученый Чикагского университета с гордостью писал, что в его городе проживает 125000 носителей польского, 100000 шведского, 90000 чешского, 50000 норвежского, 35000 голландского и 20000 датского языков.

Оскорбительные фразы на английском языке считались первыми американцами намного опаснее для структуры общества, чем этническое и языковое разнообразие. В Массачусетсе 17-го века ругательства включали в себя обзывание людей «собаками», «жуликами» и даже «королевами», хотя последнее имело переносное значение и обозначало проституцию. Лишь позднее возобладало ксенофобское отношение к другим языкам, доходящее иногда до возмутительных результатов.

В начале 20-го века некоторые калифорнийские законы были отменены только на том основании, что некоторые слова, присутствующие в формулировках, отсутствовали в словарях и не были английскими, и таким образом, нарушали требование о том, чтобы все законы должны были быть написаны на английском языке.

Подобные вопросы занимают, несомненно, много места в книге, которая в основном посвящена развитию самого английского языка. Однако, большая часть главы о Филадельфии посвящена использованию немецкого языка в городе в 18 веке. Интересно было узнать, что Бенджамин Франклин был так же раздражен преобладанием немецкого языка, как многие сегодня - испанского. Но глава посвящена не столько языку, сколько прямой

истории и истории языка в целом, который, в конце концов, не является английским. В Чикагской главе Бейли упоминает диалектную литературу Финли Питера Данна и Джорджа Эйда, но едва ли дает нам представление о том, что было в ней несмотря на то, что это были бесценные примеры редко записываемой речи.

Удручающим является и тот факт, что мало известно о развитии английского языка на Юге и его синергетической связи с афроамериканским английским языком. Ричард Бейли довольно грубо отзывается о положении дел в стране, но его замечания о воспитании детей на Юге являются очень показательными о тех временах. Дети тех времен избегали общения со своими афроамериканскими сверстниками и относились к ним высокомерно, но в то же время они, незаметно для себя, впитывали их манеры и их ломанную речь. Проблема эффективного взаимодействия с другими культурами была очень актуальной в ранней Америке. Как отмечают многие исследователи, конфликты и недоразумения, возникающие между людьми из разных культур, связаны не только с недостаточным пониманием языка, но и с отсутствием культурных знаний. Знания языка дают видимость понимания людей из разных культур, но не дают достаточных знаний об их культуре [Шемякина, 2019: 68].

На самом деле белые и темнокожие южане учили друг друга говорить и взаимодействовать друг с другом в экономике. В настоящее время существует много литературы на эту тему, но у Бейли она едва описана в книге.

В отношении афроамериканского английского языка, Бейли также очень не критичен, в опросе 1962-го года задокументировано, что темнокожие чикагцы говорят так же, как их белые соседи за исключением разрозненных различных гласных (например, «rip» вместо «rep»). Люди говорят для интервьюеров иначе, чем между собой, и у современных лингвистов существуют различные методы для выявления разговорного языка, которые не существовали в 1962 году. Несомненно, богатый и самобытный – и отнюдь не «ломаный» английский современных темнокожих людей в Чикаго возник не только в 1970-х годах.

В дальнейших исследованиях Бейли делает отличительные от предыдущих

выводы, которых он придерживался до своей смерти в 2011 году и не успел внести изменения в свои ранние работы, создав тем самым некоторую «потенциальную двусмысленность». В них например Бейли считал, что именно Новый Орлеан стал важным местом формирования национального языка, хотя он же в начале отмечал, что только небольшая часть выражений Нового Орлеана проникла за его пределы.

История американского английского была представлена более подробно во многих других работах и книгах, например исследования о появлении лексических различий между американским английским и британским английским. Так, всем известный сурок имеет два названия: groundhogs (американский) и woodchucks (британский). Божья коровка на американском английском позаимствована у французов - ladybug, а на британском английском – red and black ladybird. Спуск с высоты с помощью веревки, а именно альпинизм, тоже позаимствован американцами у французов – rappel. Англичане же позаимствовали слово у немцев – abseiling. А американский продукт под названием «s'mores» не имеет британского аналога. Куртка с капюшоном (анорак) у британцев обозначается как «anorak», а у американцев это слов пиджак и обозначается как «jacket». У англичан почтовый ящик это pillar box, а у американцев это mailbox. А покупка в рассрочку у англичан это «hire purchase», в то время как у американцев это «installment plan».

Также существуют похожие слова в обоих языках, но они означают разные вещи. Например, если вы попросите в Англии показать вам смотрителя, то вы увидите человека с метлой и совком. Там смотритель – это человек, который убирает и обслуживает здание. Для американцев смотритель – это тот, кто заботится, например, о ребенке или больном че-

ловеке, или присматривает за собственностью, пока владелец находится в отъезде.

Присутствуют различия и в написании. Орфографические различия между американским и британским английским языком появились из-за словаря Ноа Вебстера, который считал, что американцы должны быть независимыми не только политически, но и лексически. В некоторых британских словах можно заметить дополнительную букву «U» например в словах «colour», «armour» и «humour». В американском английском слова имеют окончание -ize, в то время как в британском английском -ise. Окончание -er в словах «theater» и «center» в британском английском «перевернуто». Другие слова, имеющие один смысл имеют разное обозначение, например бордюр «curb» и «kerb».

В заключении хотелось бы отметить, что суждение о том, что Америка 17-го века действительно не похожа почти ни на одно другое сообщество в мире, потому что в ней существовало огромное количество диалектов, ставится многими исследователями под сомнение. Оно игнорирует развитие новых языков и диалектов в десятках колонизированных регионов во всем мире. Америка – это уникальная страна во многих аспектах, но языковое разнообразие не является одним из них.

Так же хотелось бы подчеркнуть, что несмотря на то, что история американского английского была более подробно рассмотрена в книгах и трудах других исследователей, работы Бейли являются очень полезными при изучении английского 19 века, которой до сих пор остается непонятным для многих, и как писал Бейли: «те, кто ищет стабильности в английском языке, редко находят ее; те, кто хочет единообразия становятся посмешищем» [Bailey, 2012: 184].

#### **Литература**

1. McWhorter J. H. What Language Is: (And What It Isn't and What It Could Be). New York: Gotham Books, 2011. 228 p.
2. Bailey R. W. Speaking American: A History of English in the United States. Oxford University Press, 2012. 207 p.
3. Шемякина Е. А. Проблемы и противоречия межкультурной коммуникации в российской и зарубежной науке // Актуальные проблемы развития речи и межкультурной коммуникации: сборник материалов XII Кирилло-Мефодиевских чтений в МИТУ-МАСИ. 2019. С. 66–70.

#### **Словари**

4. Толковый словарь русского языка / под ред. Д. И. Ушакова. М., 2000.

5. Англо-русский словарь. Полная версия. Более 180 000 слов, выражений и значений/ В. К. Мюллер. М.: Эксмо, 2008.

***Источники***

6. Макуортер Дж. Как американцы изменили язык [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com/2012/01/22/books/review/speaking-american-a-history-of-english-in-the-united-states-by-richard-w-bailey-book-review.html>

7. Шундалин А. Чем отличается британский английский от американского английского [Электронный ресурс]. URL: <https://www.grammarly.com/blog/how-british-english-and-american-english-are-different>.

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

1. **Абрамова Елена Ивановна**, доцент, кандидат филологических наук, доцент Московского государственного областного университета;
2. **Алексеев Александр Борисович**, преподаватель Московского областного филиала РАНХиГС;
3. **Алексеев Юрий Геннадьевич**, доцент, кандидат филологических наук, доцент Ульяновского государственного университета, г. Ульяновск;
4. **Алексеева Татьяна Семёновна**, доцент, кандидат филологических наук, доцент Ульяновского государственного университета;
5. **Балакирева Марина Андреевна**, студент бакалавриата Тверского государственного университета;
6. **Бурова Наталья Сергеевна**, студент бакалавриата Ульяновского государственного университета;
7. **Галанова Екатерина Михайловна**, кандидат филологических наук, доцент Филиала МГУ им. М. В. Ломоносова в г. Севастополе;
8. **Голованова Елена Иосифовна**, профессор, доктор филологических наук, профессор Челябинского государственного университета;
9. **Гончарова Надежда Анатольевна**, кандидат исторических наук, доцент, доцент Уральского государственного экономического университета;
10. **Гречушниковая Татьяна Викторовна**, доцент, кандидат филологических наук, зав. кафедрой Тверского государственного университета;
11. **Грибанова Ирина Владимировна**, доцент, кандидат филологических наук, доцент Филиала МГУ им. М. В. Ломоносова в г. Севастополе;
12. **Далакян Марина Гариевна**, студент бакалавриата Череповецкого государственного университета;
13. **Данилина Лариса Павловна**, учитель английского языка Гимназии №, г. Ульяновск;
14. **Емакулова Диана Умяровна**, студент бакалавриата Уральского государственного экономического университета;
15. **Жегалина Александра Владимировна**, студент бакалавриата Ульяновского государственного университета;
16. **Зайнуллина Диана Илдаровна**, студент бакалавриата Ульяновского государственного университета;
17. **Иванова Валерия Евгеньевна**, студент бакалавриата Иркутского государственного университета;
18. **Калашникова Надежда Алексеевна**, студент бакалавриата Ульяновского государственного университета;
19. **Калякин Иван Викторович**, студент магистратуры Российского государственного гуманитарного университета;
20. **Карцева Маргарита Юрьевна**, доцент, кандидат филологических наук, доцент Ульяновского государственного педагогического университета им. И. Н. Ульянова;
21. **Квасова Мария Владимировна**, студент бакалавриата Ульяновского государственного университета;
22. **Конева Екатерина Олеговна**, студент бакалавриата Уральского государственного экономического университета;

23. **Кострубина Светлана Александровна**, кандидат филологических наук, доцент Череповецкого государственного университета;
24. **Костюкова Мария Алексеевна**, студент бакалавриата Иркутского государственного университета;
25. **Крашенинникова Екатерина Ивановна**, студент магистратуры Ульяновского государственного университета;
26. **Крестинский Игорь Станиславович**, доцент, кандидат педагогических наук, доцент Тверского государственного университета;
27. **Крылова Ксения Михайловна**, студент бакалавриата Московского городского педагогического университета;
28. **Кузнецова Ольга Юрьевна**, доцент, кандидат педагогических наук, доцент Ульяновского государственного университета;
29. **Литвиненко Дарья Андреевна**, студент бакалавриата Ульяновского государственного университета;
30. **Макарова Елена Николаевна**, доцент, доктор филологических наук, зав. кафедрой делового иностранного языка Уральского государственного экономического университета;
31. **Макеева Маргарита Сергеевна**, студент бакалавриата Московского государственного областного университета;
32. **Максимюк Елена Валентиновна**, доцент, кандидат филологических наук, доцент Омского государственного автомобильно-дорожного университета «СибАДИ»;
33. **Наумова Анна Юрьевна**, студент бакалавриата Иркутского государственного университета;
34. **Нелюбина Юлия Александровна**, старший преподаватель Челябинского государственного университета;
35. **Осетрова Ольга Игоревна**, кандидат филологических наук, доцент Ульяновского государственного университета;
36. **Пенизова Алина Сергеевна**, студент бакалавриата Филиала МГУ им. М. В. Ломоносова в г. Севастополе;
37. **Пуник Инна Александровна**, кандидат филологических наук, доцент Ульяновского государственного университета;
38. **Путилина Евгения Александровна**, кандидат филологических наук, доцент Ульяновского государственного университета;
39. **Радченко Лариса Рафаэльевна**, кандидат педагогических наук, доцент, зав. кафедрой немецкого и французского языков, декан Российско-германского факультета Ульяновского государственного университета;
40. **Рыткина София Шавкатовна**, кандидат филологических наук, доцент, доцент Ульяновского государственного университета;
41. **Рюмина Валентина Александровна**, старший преподаватель РАНГиГС при Президенте РФ (Ульяновский филиал);
42. **Селезнева Ирина Владимировна**, ассистент Ульяновского государственного педагогического университета им. И.Н. Ульянова;
43. **Скворцова Ксения Андреевна**, студент бакалавриата Ульяновского государственного университета;
44. **Смирнова Мария Юрьевна**, студент бакалавриата Ульяновского государственного университета;

45. **Соколова Ирина Николаевна**, доцент, кандидат филологических наук, доцент Ульяновского государственного университета;
46. **Соснина Наталья Георгиевна**, старший преподаватель Уральского государственного экономического университета;
47. **Столярова Анастасия Олеговна**, аспирант Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова;
48. **Сутягина Екатерина Владиславовна**, студент бакалавриата Уральского государственного экономического университета;
49. **Сухих Денис Александрович**, аспирант Иркутского государственного университета;
50. **Тюрина Альбина Руслановна**, студент бакалавриата Ульяновского государственного университета;
51. **Урунова Раиса Джавхаровна**, доктор филологических наук, доцент, доцент Казанского федерального университета;
52. **Фефилов Александр Иванович**, доктор филологических наук, профессор, декан факультета лингвистики, межкультурных связей и профессиональной коммуникации, зав. кафедрой общего и германского языкознания Ульяновского государственного университета;
53. **Хусаинова Дарья Владимировна**, студент бакалавриата Ульяновского государственного педагогического университета им. И. Н. Ульянова;
54. **Шемякина Елена Александровна**, старший преподаватель Уральского государственного экономического университета;
55. **Шнырикова Виктория Вадимовна**, студент бакалавриата Ульяновского государственного университета;
56. **Юрковская Анна Юрьевна**, студент бакалавриата Тверского государственного университета.

**Факультет лингвистики, межкультурных связей  
и профессиональной коммуникации Института международных отношений  
Ульяновского государственного университета приглашает авторов  
к публикации в сборнике «Ученые записки УлГУ.  
Актуальные проблемы теории языка и лингводидактики» № 1 (26)  
и к участию в ежегодной научно-практической конференции,  
которая состоится в феврале 2021 года**

**Наши контакты: Ольга Игоревна Осетрова, 89084775381,  
ulsu.conference@yandex.ru, <https://vk.com/oiosetrova>.**