

# **СЕКЦИЯ 1**

## **«АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ»**

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |     |
|--|-----|
| ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ КОРПУСНОЙ ЛИНГВИСТИКИ Аметов А.К., Сапух Т.В. ....  | 4   |
| ФОНОСЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПУБЛИКАЦИЙ ПО ЭКОЛОГИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ИХ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ ИНТЕРНЕТ-АУДИТОРИЕЙ Анпилогова Л.В., Белова Е.С. .... | 10  |
| ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ ПУБЛИКАЦИЙ ПО ЭКОЛОГИИ НА ЧИТАТЕЛЬСКУЮ АУДИТОРИЮ Анпилогова Л.В., Белова Е.С. ....   | 16  |
| ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ ПРАВОВОЙ РЕГЛАМЕНТАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ПОЛИТИКИ В РФ И ЕЕ СУБЪЕКТАХ Кожевников О.А., Морозова А.С., Виладчева М.Н. ....                 | 23  |
| К ВОПРОСУ ОБ ЭВФЕМИЗМАХ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ Волохова В.В. ....  | 34  |
| ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МНОЖЕСТВЕННОГО ЧИСЛА СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ Вохмина В.А., Витомская М.А., Галеева Э.Н. ....  | 39  |
| ИМПЛИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОККАЗИОНАЛЬНЫХ СОЧЕТАНИЙ СЛОВ Горовая И.Г., Егорова Н.В. ....  | 47  |
| ХАРАКТЕРИСТИКА ЛОКАЛИЗАЦИИ ТЕКСТОВ В СФЕРЕ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ (на примере глянцевого журнала) Дрожченко Д.А. ....   | 54  |
| ОНЛАЙН-ПЕТИЦИЯ КАК ЖАНР ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА Горовая И.Г., Егорова Н.В. ....   | 57  |
| ФЕНОМЕН ИРОНИИ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ Захарова А.П. ....  | 62  |
| КОГНИТИВНЫЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИХ И СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ЯЗЫКА Солодилова И.А., Иванова Л.В., Гуляева И.В. ....                      | 67  |
| СОДЕРЖАТЕЛЬНОЕ СООТНОШЕНИЕ ЗАГОЛОВКА И ТЕКСТА ПУБЛИКАЦИЙ В ГАЗЕТЕ «ЮЖНЫЙ УРАЛ» Анпилогова Л.В., Карпунина А.В. ....  | 72  |
| ОСОБЕННОСТИ РУССКОГО И ЗАПАДНОГО ДЕЛОВОГО ПИСЬМА КАК АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ Коробейникова А. А., Баймуратова У.С. ....                    | 79  |
| ОСОБЕННОСТИ КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА Нестерова Г.В. ....   | 85  |
| ОСОБЕННОСТИ ГЕДОНИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА НА ПРИМЕРЕ СУДЕБНОГО ОЧЕРКА ИЗ ГАЗЕТЫ «ЯИКЪ» Дымова И.А., Орлова Е.Е. ....   | 90  |
| СЛЕНГ НЕМЕЦКОЙ МОЛОДЕЖИ: СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ Пасечная Л.А. Щербина В.Е. ....  | 95  |
| ЯЗЫКОВАЯ ИГРА И ЕЁ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ В ТЕКСТАХ СМИ Симутова О.П., Шидловская И.А. ....   | 100 |

|  |     |
|--|-----|
| GRAFFITI IN STUDENTS' INTERPRETATION Н.В. Стренева, О.В. Стрижкова, Е.А. Мокрицкая.....  | 107 |
| СООТНОШЕНИЕ СТРУКТУРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ЖУРНАЛИСТСКИХ ТЕКСТОВ НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТЫ «ВЕЧЕРНИЙ ОРЕНБУРГ» Анпилогова Л.В., Томина В.Д. ....                | 112 |
| ГЕНДЕРНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ В УЧЕБНЫХ МАТЕРИАЛАХ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ Фомиченко А.С., Крапивина М.Ю. ....  | 118 |
| ВРЕХИТ: ЭТИМОЛОГИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕКСЕМЫ Муратова Н.А., Хрущева О.А.....  | 122 |
| КОМИЗМ: СУЩНОСТЬ И ПРОЯВЛЕНИЯ Аймухамбетова К.М., Хрущева О.А. ....  | 125 |
| ПРОБЛЕМА РАЗГРАНИЧЕНИЯ ТЕРМИНОВ «СОЦИОЛЕКТ», «АРГО», «ЖАРГОН», «ДИАСТРАТИЧЕСКИЙ КОНТИНУУМ» Исламова Р.Э., Хрущева О.А. ....                    | 128 |
| ТРАНСФОРМИРОВАННЫЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ В КИНОТЕКСТЕ (на материале сериала «Gossip Girl») Ледяева П.С., Хрущева О.А. ....                 | 132 |
| ИНФОРМАЦИОННАЯ НАСЫЩЕННОСТЬ ЗАГОЛОВКОВ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ИХ СООТНЕСЕННОСТИ С СОДЕРЖАНИЕМ ИНТЕРНЕТ-ПУБЛИКАЦИЙ Анпилогова Л.В., Чернышева К.Ю. .... | 136 |
| МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КОРПУСНОЙ ЛИНГВИСТИКИ В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ Шнякина О. Ю., Павлова А.В. ....              | 143 |
| СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВОСПРИЯТИЯ ЧАСТЕЙ РЕЧИ В ТЕКСТЕ НОСИТЕЛЯМИ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ Щербакова М.В., Фомиченко А.С. ....           | 149 |
| ПОЭТИЧЕСКИЙ ЛОКУС КАК ПРОСТРАНСТВЕННЫЙ КОНЦЕПТ И ПАРАМЕТРЫ ЕГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ Щипанова Ю.В.....   | 156 |
| ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА Юшкова Н.А.....  | 162 |

# ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ КОРПУСНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Аметов А.К., Сапух Т.В.

Оренбургский государственный университет

В конце двадцатого века – начале двадцать первого лингвистические корпусы стали неотъемлемой частью большинства лингвистических исследований. Революционные изменения в сфере компьютерных технологий – это отправная точка в развитии новой методологии в научных исследованиях. Эти революционные изменения внесла корпусная лингвистика. Своим появлением корпусная лингвистика обязана двум американским учёным [1, с.101] Нельсону Френсису (Nelson Francis) и Генри Кучера (Henry Kucera), которые на базе Брауновского университета (США) создали первый большой корпус текстов на машинном носителе. Несмотря на то, что понятие «лингвистический корпус» появилось в середине XX века, этот период не стал началом расцвета корпусной лингвистики. Развитию корпусной лингвистики мешали несколько факторов. Первый фактор – это отсутствие мощных вычислительных машин, второй фактор – это непринятие корпусной лингвистики многими на то время ведущими учёными-лингвистами и представителями других смежных наук. Третий фактор – в силу того, что многие направления научных исследований не были развиты, сами разработчики лингвистического корпуса ещё не подозревали о возможных перспективах своего детища.

Самыми яркими противниками корпусной лингвистики были представители генеративной лингвистики, которые называли лингвистический корпус бесполезным развлечением, и считали, что настоящая грамматика есть только в интуиции носителей языка [2, с 1-4]. Как видим, разногласия были в подходе к изучению языка. Но пришло время, когда лингвисты стали пересматривать своё отношение к созданию корпусов и к корпусной лингвистике. К началу 90-х годов двадцатого века компьютерные технологии стали доступны многим учёным, а производительность вычислительных машин стала расти в геометрической прогрессии. Это позволило лингвистам разрабатывать всё новые и новые лингвистические корпусы, которые содержат миллионы аутентичных текстов и слов. Самыми большими корпусами в настоящее время являются корпус американского английского языка (Corpus of Contemporary American English), корпус британского английского языка (British National Corpus) и национальный корпус немецкого языка (IDS-Korpora) [1, с.103] и др.

Появление национальных корпусов позволило лингвистам исследовать то, что раньше не было возможным из-за огромного количества исследуемых объектов, затрат сил и времени. На данный момент все эти количественные и качественные исследования проводятся с помощью компьютеров. Несмотря на то, что лингвистические корпусы стали объектом изучения многих учёных, а

количество корпусов огромным, в последнее время продолжают дискуссии на тему определения термина «корпусная лингвистика», ведётся поиск ответов на вопросы: Чем является корпусная лингвистика? Что такое корпус? Какие требования должны учитываться при отборе текстов в корпуса?

Обратимся к исследованиям отечественных учёных В.П. Захарову и С.Ю. Богдановой. Они считают корпусной лингвистикой «раздел компьютерной лингвистики, занимающийся разработкой общих принципов построения и использования лингвистических корпусов (корпусов текстов) с применением компьютерных технологий» [3, с.5].

«Под лингвистическим корпусом понимается большой, представленный в машиночитаемом формате, унифицированный, структурированный, размеченный, филологически компетентный массив языковых данных, предназначенный для решения конкретных лингвистических задач» [3, с. 7-8]. Также они предлагают считать корпусную лингвистику «методологией, которую можно применить к разным языковым аспектам языковых исследований» [3,с.6]. В вопросе отбора текстов, считают учёные, нужно идти от цели создания корпуса. Далее отечественные лингвисты выделяют три основных направления корпусной лингвистики:

1. Исследование изменения в языке и реконструкция форм и явлений в языке с использованием сравнительно-исторического метода.

2. Создание различных учебников, пособий по грамматике, составление словарей по жанрам, специальным языкам и другим критериям. На сегодняшний день можно сказать, что подавляющее большинство авторов применяют корпусный подход при составлении и написании книг по лингвистике и в других смежных науках.

3. Исследования в вариативной лингвистике [3, с.9-11]. Множество текстов, диалектов и разных явлений языка ставят перед многими составителями корпусов такие вопросы как: сколько нужно словоформ, как нужно отбирать и можно ли добиться максимальной эффективности при отборе или же лучше не заниматься отбором, а собирать все тексты в корпусы? Это направление является дискуссионным для многих исследователей корпусов.

Согласно этим авторам, главный критерий отбора – это репрезентативность [3,с.13]. В.В. Рыков даёт следующее определение: под «репрезентативностью» понимается необходимо-достаточное и пропорциональное представление в корпусе текстов различных периодов, жанров, стилей, авторов и т. д., т. е. способность отражать все свойства проблемной области»[4,с.125]. Далее В.П. Захаров, С.Ю. Богданова предлагают разделить корпусы в зависимости от цели создания на 3 группы: первая группа – это универсальные корпусы, цель которых решать многие задачи разных научных направлений, вторая группа – это корпусы, созданные для решения задач специальных языков, пластов языка (в этих корпусах собираются тексты различных жанров литературы, собраний газетных статей, пословиц и др.), третья группа корпусов – это корпусы для решения специальных задач [3,с.14]. Лингвисты также утверждают, что национальные

корпусы являются уменьшенной моделью языка, используя эти модели можно максимально быстро и с высокой вероятностью точности провести исследования. Другой отечественный лингвист М. Копотев предлагает корпусную лингвистику определить кратко как лингвистика корпусов [5,с.2-3], то есть раздел языкознания, изучающий различные виды корпусов, и предлагает нам ознакомиться с двумя направлениями, которыми занимается корпусная лингвистика: первое направление – это создание корпусов, второе направление – это исследования с помощью корпусов. Дополнительно к критерию репрезентативности, М. Копотев предлагает добавить критерий сбалансированности [5,с.7-8]. Он утверждает, что сбалансированность в выборе текстов в процессе создания многих корпусов поможет избежать получения неточных выводов. Например, чрезмерное употребление текстов одного жанра может привести к тому, что корпус будет не соответствовать модели языка, особенно тогда, когда исследователям нужна наибольшая достоверность результатов собственных исследований.

Итак, лингвистический корпус должен быть репрезентативным, то есть не собирать всё, что было сказано и напечатано, а производить выборки из того, что было сказано и напечатано. Объём корпуса должен быть ограничен по каким-то критериям, иначе объём примеров будет многочисленный, что будет затруднять и тормозить процесс исследования. И, наконец, любой лингвистический корпус должен существовать в электронной форме, что позволяет производить быстрый анализ данных.

Разобравшись с понятием лингвистического корпуса, необходимо обязательно упомянуть основные виды лингвистических корпусов. В процессе изучения научной литературы выяснилось, что существует несколько классификаций лингвистических корпусов. Но, как указывает Захаров, все они делятся на две группы:

1) Противопоставление корпуса общего языка корпусам определённого жанра стиля, специального языка.

2) Разделение корпусов по способу разметки. Большинство разметок употребляемых в ЛК являются либо морфологическими, либо синтаксическими разметками [3,с.16]. Если перейти к более подробной классификации ЛК, то можно привести следующие:

По типу языковых данных: письменные, устные и смешанные;

По параллельности используемых языков: одноязычные, двуязычные и многоязычные;

По литературности: литературные, диалектные, разговорные;

Терминологические и смешанные;

По цели: многоцелевые и специализированные;

По разметке: морфологические, синтаксические, семантические;

По назначению: исследовательские и иллюстративные и т.д.[3, с.16-17].

Если перейти к зарубежным лингвистам, то за рубежом разногласия в вопросе статуса корпусной лингвистики прослеживаются во многих работах. Изучив исследования многих лингвистов, находим интересными выводы

ведущих исследователей в области корпусной лингвистики. Так Байбер, Реппен и Конрад (Biber, Conrad, and Reppen), предлагают следующее определение: «Корпусная лингвистика – это исследовательский подход, способствующий эмпирическому исследованию языковых явлений и разнообразий в употреблении этих языковых явлений на практике, а также корпусная лингвистика – это результаты исследований, выводы, которых основываются на гораздо большем охвате языка, следствием этого является гораздо большая достоверность, чем это было бы возможным при других методах исследований» [6,с.3]. Далее в своих работах вышеуказанные лингвисты предлагают следующие характеристики исследований корпусной лингвистики:

- исследования являются эмпирическими, анализируются реальные примеры употребления словоформ и других явлений языка в естественных текстах;

- исследования основаны на анализе большого количества текстов, отбирающихся в зависимости от поставленных целей;

- исследования проводятся с использованием компьютеров, которые анализируют корпус;

- исследования зависят как от количественных, так и от качественных аналитических методов. [6,с.4].

В вопросе статуса корпусной лингвистики вышеуказанные лингвисты склоняются к тому, что корпусная лингвистика – это методология лингвистических исследований, но с оговоркой, что корпусная лингвистика может выполнять и другие функции, и не только методологические. Также существуют и противники этой точки зрения, один из этих противников Тойберт (Teubert). Он считает, что корпусная лингвистика – это, прежде всего, теоретический подход в изучении языка. [7,с.3] Как указывалось выше, многие ведущие зарубежные и отечественные ведущие лингвисты предпочитают относить корпусную лингвистику к методологии изучения языка. В отношении понятия «лингвистический корпус» зарубежные специалисты не могут прийти к одному выводу, поскольку критерии отбора текстов и словоформ до сих пор не структурированы и не представлены в виде единых стандартов отбора текстов для корпусов. В каждой ситуации критерии отбора могут быть разными, поэтому лингвистические корпусы могут отличаться по целям, структуре и по содержанию. Все лингвисты сходятся в том, что лингвистический корпус – это коллекция текстов и словоформ определённого языка, и эта коллекция должна храниться в компьютерных базах. В области направлений применения многие лингвисты предполагают, что лингвистический корпус можно использовать во многих исследованиях лингвистики в др. науках. Кроме исследования реальных текстов и анализа с помощью качественных и количественных методов. Дж. Беннет приводит вопросы, на которые необходимо получить ответы: «Какие словоформы употребляются чаще, а какие не часто?» (то есть определение частотности) «Какие грамматические формы используются в разных контекстах? Какое время употребляется чаще? Какие слова официальные и неофициальные, частотность

словоформ в официальных и в неофициальных стилях? Сколько слов в среднем использует носитель для обычного общения? Сколько слов нужно знать для владения языком на уровне носителя? и др. [8, с.4]

Gene R. Bennett выделяет области, которые не может изучать лингвистический корпус:

1) Лингвистический корпус не может убедить нас в том, что правильно, а что неправильно. Лингвистический корпус может показать, что чаще используется, а что не используется часто.

2) Лингвистический корпус не может объяснить, зачем и почему употребляются некоторые формы лексики и другие явления.

3) Лингвистический корпус – это не весь язык, какими бы не были огромными базы корпусов [8, с.3].

Анна О Кеффе и др. выделяют направления в изучении языка при помощи лингвистического корпуса:

1) Лексикографические исследования – это исследования, связанные с определением значения по контексту, определить частотность определённой лексики и т.д. Например, Кембриджский университет стал одним из первых в этом направлении и начал составлять словари на основе ими созданного лингвистического корпуса. Кроме этого Кембриджский университет первым начал замечать типичные ошибки в грамматике и в написании, что позволяет в этот словарь включать не только переводы и контексты употребления, но и примеры нетипичного употребления лексических единиц.

2) Грамматические исследования, связанные в основном с определением частотности употребления времён в языке, в определении роли грамматических форм и т.д. Также с помощью лингвистического корпуса учёные смогли создать грамматически шаблоны, которые помогают учителям в обучении грамматике. Каждый учитель сможет воспользоваться разработанными паттернами (шаблонами), или же найти в ЛК самые необходимые паттерны в том контексте, в котором нужно изучать грамматическое явление.

3) Перевод, и машинный и перевод. Это одно из самых быстро развивающихся направлений, где многие транснациональные компании ведут свои изыскания. Примером могут быть программы «Гугл переводчик», «Яндекс переводчик» и другие.

4) Судебно-экспертная лингвистика. Лингвистический корпус может быть использован в исследовании лексики и стилистики преступников, можно исследовать плагиат или же определять авторство по структуре употреблённых высказываний.

5) Могут быть проведены исследования в социолингвистике. Лингвистический корпус позволяет определить языковые особенности какого-нибудь региона, класса и другие признаки носителя языка (возраст, пол и др.) [6, с. 8-11].

Подводя итоги, можно сделать вывод, что корпусная лингвистика стала чем-то новым, пока ещё не достаточно исследованным в полной мере явлением. Неизвестно, какие ещё горизонты исследований могут открыться с помощью



корпусной лингвистики. Мы считаем определение, данное Байбером, Реппен и Конрадом (Biber, Reppen, and Conrad), более точным, чем другие. Исходя из цели и задач исследования, можно создавать лингвистический корпус, отвечающий этим задачам, или же использовать уже готовые лингвистические корпуса. Строгих общепринятых критериев для отбора текстов в лингвистический корпус не существует. Они до сих пор являются объектом дискуссий среди учёных.

В эпоху глобализации лингвистические корпуса стали тем самым аккумулялирующим ресурсом, в котором воссоздаются национальные языки в качестве объектов изучения. Они – универсальные средства изучения языка, которые дополняют учебные пособия, основанные по большей части на интуитивных познаниях. Лингвистические корпуса позволяют широкому кругу потребителей исследовать родной и иностранные языки и помогают сформировать требуемую в современных реалиях коммуникативную компетентность.

### Список литературы

1. Сысоев П.В. Лингвистический корпус в методике обучения иностранным языкам// Язык и культура. — 2010. — № 1(9). — С. 99-111.
2. Meyer Charles F. English Corpus Linguistics: An Introduction // Cambridge University Press, 2004. — 168 p. — (Studies in English Language).
3. Захаров, В. П., Богданова, С. Ю. Корпусная лингвистика [Текст] : Учебник для студентов направления «Лингвистика». 2- е изд., перераб. и дополн. / В. П. Захаров, С. Ю. Богданова. – СПб. : СПбГУ. РИО. Филологический факультет, 2013. – 148 с.
4. Рыков В.В. Корпус текстов как реализация объектноориентированной парадигмы // Труды Международного семинара Диалог-2002. – М.: Наука, 2002. –С. 124-129.
5. Копотев М.В. Введение в корпусную лингвистику//Учебное пособие для студентов филологических и лингвистических специальностей университетов. — Прага: Animedia Company, 2014. — 230 с.
6. O’Keeffe A., McCarthy M., Carter R. From Corpus to Classroom: language use and language teaching. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2007. 315 p.
7. Teubert, W. (2005). My version of corpus linguistics. International Journal of Corpus Linguistics 10(1), 1-13.
8. Bennett G.R. Using Corpora in the Language Learning Classroom: Corpus Linguistics for Teachers / G. R. Bennett. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 2010. 134 p.

# ФОНОСЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПУБЛИКАЦИЙ ПО ЭКОЛОГИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ИХ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ ИНТЕРНЕТ-АУДИТОРИЕЙ

Анпилогова Л.В., Белова Е.С.  
Оренбургский государственный университет

В результате постоянно расширяющегося влияния человеческой деятельности на природу вопросы экологии вышли на первый план. В настоящее время при анализе какой-либо глобальной или менее масштабной проблемы (экономической, социальной и т.п.) выход на экологическую проблематику неизбежен. И, если в центре внимания изначально оказывается какая-либо экологическая проблема, то это влечет за собой обращение к другим аспектам: экономике, социальной сфере, демографии, политике и т.п. В условиях современной медиареальности экологическая журналистика является не только направлением информационной деятельности, но и инструментом в решении насущных проблем охраны окружающей среды. Исходя из этого, интересно было узнать, какое эмоциональное влияние могут оказать публикации на экологическую тему на читателей? Это и стало целью нашего исследования. При этом в зоне внимания оказалась читательская аудитория интернет-СМИ.

Актуальную экологическую информацию интернет-аудитория сегодня может узнать из следующих источников:

- отчетов, докладов, сводок, опубликованных на официальных сайтах профильных ведомств и министерств, природоохранительных организаций;
- сетевых средств массовой информации;
- тематических групп, сообществ в социальных сетях, личных блогах экологически-активных лидеров общественного мнения.

Из этого перечня только СМИ можно охарактеризовать, как источник доступной, правдивой (проверенной), объективной информации с аналитической составляющей.

С начала 2019 года российские СМИ федерального и регионального уровней осветили такие экологические темы, как:

- изменения в Федеральном законе «Об отходах производства и потребления» (новый порядок обращения с твердыми коммунальными отходами);
- «мусорные» протесты;
- рост интереса жителей городов к экологическим темам;
- доступ к реальной информации о загрязнении воздуха и воды;
- сокращение потребления пластиковой упаковки;
- экологическая катастрофа в Сибее республики Башкортостан;
- масштабные пожары в Сибири и на Дальнем Востоке;
- затопления в Иркутской области, Хабаровском и Приморском краях;

- последствия взрывов на военных объектах в Красноярской крае и Архангельской области;
- обмеление крупных российских рек Волги и Лены;
- запрет выкачивания воды из озера Байкал и др.

Следует констатировать тот факт, что большинство публикаций на экологическую тему (в том числе из приведенного выше списка) появляются в связи с негативными инфоповодами.

Рассмотрим фактор как влияние на аудиторию темы охраны окружающей среды в журналистских текстах. Интернет-аудитория поглощает огромный поток информации об угрозе экологии и всему тому, что связано с природой. Сетевые издания чаще всего не заиклены на освещении местечковых новостей, к теме экологии проявляют интерес даже, если проблема не затрагивает территорию, на которой работает издание. Тем самым интернет-аудитория электронных СМИ получает расширенную информацию о существующих экологических проблемах.

Аудитория воспринимает текст (у интернет-изданий это чаще всего гипертекст), оценивает затронутую проблему, делает выводы, хранит информацию и, возможно, воспроизводит ее в общении, либо использует в своей деятельности (например, новый порядок обращения с ТКО). Любой текст производит на читателя определенные впечатления – «след, оставляемый в сознании человека» [4]. Если журналист не наделил свой текст такой способностью, и аудитория получила информацию, не представляющую для нее никакой ценности, работа корреспондентом была проделана напрасно.

Публикации на экологическую тему чаще всего производят впечатления на читателя. Это можно объяснить тем, что тексты о проблемах, касающихся каждого из нас, несут определенную эмоциональную нагрузку. Эмоции, которыми заряжены тексты, влияют на мировоззрение человека и побуждают его к определенным действиям.

Выявить, какими эмоциями заряжены журналистские тексты, помогает программа ВААЛ-мини. Она выполняет фоносемантический анализ текста. На рисунке 1 представлен образец результата фоносемантического анализа публикации на примере заметки информационного агентства «ТАСС» «Минприроды назвало российские города с самым загрязненным воздухом» (tass.ru, от 4.09.2019) [2].



Рисунок 1 – Фоносемантический анализ заметки «Минприроды назвало российские города с самым загрязненным воздухом»

Исследовательская техника анализа позволяет выделить основные эмоции, которыми журналисты нагружают тексты. Из рисунка видно, что заметка производит на интернет-аудиторию впечатление «шероховатого, угловатого, злого, грубого, мужественного и холодного». Этот перечень приводит к выводу, что аудитория воспринимает текст заметки, как неприятный, грубый и отталкивающий, после прочтения которого у читателей могут преобладать отрицательные эмоции.

Для более подробного анализа остановимся на одной экологической тематике и исследуем тексты двух сетевых средств массовой информации. В перечне экологических тем, освещаемых российскими СМИ в 2019 году, нами была отмечена экологическая катастрофа в Сибее республики Башкортостан: в одном из самых глубоких в мире карьеров в конце 2018 года начала тлеть руда, в результате чего город оказался сильно загазован; жители постоянно жаловались на неприятный запах в воздухе и, как результат, плохое самочувствие.

На предмет эмоционального влияния журналистских текстов исследуем две крупные публикации «Комсомольской правды» (kp.ru) и «Аргументов и Фактов» (aif.ru). Издания выбраны не случайно, они присутствуют в рейтинге самых цитируемых СМИ за июль 2019 года по версии инструмента оценки эффективности коммуникаций Медиалогия (см. таблицу 1).

Таблица 1 – ТОП-10 самых цитируемых газет – июль 2019

| Газета | Количество гиперссылок |
|--------|------------------------|
|--------|------------------------|

|                                  | в соцмедиа |
|----------------------------------|------------|
| 1 Российская газета (rg.ru)      | 372 303    |
| 2 Комсомольская правда (kp.ru)   | 357 295    |
| 3 Новая газета (novayagazeta.ru) | 351 299    |
| 4 Ведомости (vedomosti.ru)       | 279 283    |
| 5 Коммерсантъ (kommersant.ru)    | 257 419    |
| 6 Известия (iz.ru)               | 253 758    |
| 7 Московский комсомолец (mk.ru)  | 235 551    |
| 8 Аргументы и факты (aif.ru)     | 225 255    |
| 9 Парламентская газета (pnp.ru)  | 40 953     |
| 10 Завтра (zavtra.ru)            | 37 264     |

Как видно из таблицы газета «Комсомольская правда» и ее сайт kp.ru находятся на второй строчке рейтинга Медиалогии за июль 2019 года. За месяц на публикации издания было сделано 357 295 ссылок, это значит, что в среднем ежедневного на публикации издания ссылаются 11 252 раза. Газета «Аргументы и факты» и ее сайт aif.ru расположились на восьмой строчке рейтинга с 225 255 гиперссылками в соцмедиа за июль, ежедневно в среднем на материалы издания ссылаются 7 266 раз.

Проанализируем материал П. Крайнова «Власти Башкирии приняли решение затопить карьер в Сибее», опубликованный на сайте kp.ru 22.01.2019 г. [1]. Результат фоносемантического анализа публикации представлен на рисунке 2.



Рисунок 2 – Фоносемантический анализ публикации «Власти Башкирии приняли решение затопить карьер в Сибее»

Модуль семантического дифференциала с оценками текста показал, что данная публикация производит впечатление «хорошего, страшного, простого, злого, величественного, грубого, мужественного, сильного, холодного, громкого, храброго, могучего, большого, активного, яркого, радостного». Текст написан в жанре аналитической корреспонденции с элементами репортажа. Автор после посещения общего собрания жителей города Сибай и чиновников описал текущую обстановку с опасным карьером, действия властей, неутрачивающую обеспокоенность местных жителей. В тексте идет речь о возникшей опасности для экологии и здоровья населения: «Ситуация со смогом в столице башкирского Зауралья продолжает будоражить общественность. Вот уже второй месяц Сибай окутан зловонным туманом, который пришел с Каманганского карьера. Пока власти республики договариваются отправить в санатории Крыма пятьсот местных детей, уровень вредных веществ в городском воздухе угрожающе растет. Только в минувший понедельник в отдельных районах передвижные лаборатории зафиксировали превышение допустимых норм диоксида серы в 37,6 раз» [1]. Вместе с тем автор озвучивает пути решения некоторых проблем: идет процесс ликвидации окислительных процессов в карьере, чиновники договорились об отправке детей из Сибая в санатории Крыма. Сочетание информации негативного характера и положительно дает неоднозначное восприятие текста интернет-аудиторией: она одновременно испытывает страх, переживание, радость, успокоение.

На сайте aif.ru в разделе «Экологическая ситуация в городе Сибай» собраны все материалы на проблему в Сибее. На 5 сентября 2019 год их количество составило 97. Проанализируем одну из публикаций: материал П. Кузнецовой «Ранее с таким не сталкивались. Восемь вопросов о ЧП с сибайским карьером», опубликованный на сайте aif.ru 24.01.2019 г. [2]. Результат фоносемантического анализа публикации представлен на рисунке 3.



Рисунок 3 – Фоносемантический анализ публикации «Ранее с таким не сталкивались. Восемь вопросов о ЧП с сибайским карьером»

Модуль семантического дифференциала с оценками текста показал, что данная публикация производит впечатление *«страшного, простого, шероховатого, угловатого, злого, величественного, грубого, мужественного, сильного, холодного, громкого, храброго, большого, веселого, активного, яркого»*. Текст также написан в жанре аналитической корреспонденции. Автор выделил восемь основных вопросов экологической проблемы Сибая, для подготовки ответов на эти вопросы он задействовал экспертов и чиновников, которые хорошо знакомы с ситуацией.

Эмоциональное восприятие публикации «Ранее с таким не сталкивались. Восемь вопросов о ЧП с сибайским карьером», как в случае с материалом «Власти Башкирии приняли решение затопить карьер в Сибаяе», неоднозначное. Интернет-аудитория одновременно получает информацию негативного и положительного характера.

Эмоциональная нагрузка, которой заряжены публикации на экологические темы, является действенным средством при формировании экологического мировоззрения аудитории. Эмоции заставляют человека переживать, осознавать то, к каким печальным последствиям могут привести нерешенные экологические проблемы, заставляют его пересмотреть свое отношение к природе, окружающей среде.

### Список литературы

1 Крайнов, П. Власти Башкирии приняли решение затопить карьер в Сибаяе» / П. Крайнов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https:// www. ural.kp.ru/daily/26932/3982488/](https://www.ural.kp.ru/daily/26932/3982488/)

2 Кузнецова, П. Ранее с таким не сталкивались. Восемь вопросов о ЧП с сибайским карьером / П. Кузнецова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://ufa.aif.ru/incidents/details/ranee\\_s\\_takim\\_ne\\_stalkivalis\\_vosem\\_voprosov\\_o\\_chp\\_s\\_sibayskim\\_karerom](https://ufa.aif.ru/incidents/details/ranee_s_takim_ne_stalkivalis_vosem_voprosov_o_chp_s_sibayskim_karerom)

3 Минприроды назвало российские города с самым загрязненным воздухом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/6839395>

4 Новейший философский словарь; под ред. А.А. Грицанова. – Минск: Книжный дом, 2003. – 1280с.

# ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ ПУБЛИКАЦИЙ ПО ЭКОЛОГИИ НА ЧИТАТЕЛЬСКУЮ АУДИТОРИЮ

Анпилогова Л.В., Белова Е.С.

Оренбургский государственный университет

Публикации на экологическую тему являются значимым средством эмоционального влияния на читателей. С целью доказательства этого нами был осуществлен фоносемантический анализ 2 публикаций газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» по разным экологическим проблемам, проведенный по программе ВАЛЛ-мини. Помимо использования возможностей данной программы, дополнительно был проведен опрос аудитории «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей». В опросе приняли участие 45 респондентов – студентов 1 и 3 курсов (группы: 18 Ж(бп)ОП, 18 РСО(бп)ОП, 16 Ж(бп)ОП) Оренбургского государственного университета. Им было предложено, во-первых, познакомиться с двумя публикациями на экологическую тему из газеты «Комсомольская правда» - Оренбург»:

- Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей»;
- Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник».

И, во-вторых, отметить, какие эмоции вызывает у них каждый из прочитанных текстов. Респонденты получили список эмоций, относящийся к определенному уровню эмоционального восприятия текста, представленному в таблице 1.

Таблица 1 – Уровни эмоций при восприятии публикаций на экологическую тему

| Уровни эмоций                         | Список эмоций  |
|---------------------------------------|--|
| Уровень положительных эмоций          | <u>Удовольствие, радость, веселье, счастье, надежда, облегчение, определённость, уверенность, комфорт, расслабленность, спокойствие, устойчивость, позитив, симпатия</u>                       |
| Уровень, не вызывающий никаких эмоций | Безразличие  |
| Уровень эмоционального переживания    | Волнение, грусть, сомнение, подозрительность, колебание, разочарование   |
| Уровень эмоционального беспокойства   | <u>Обеспокоенность, осторожность, недовольство, неприятие, подавленность, настороженность, подавленность, утомление, расстройство, пренебрежение, презрение</u>                                |
| Уровень страха                        | <u>Тревога, напряжение, нервность, опасение, раздражение, гнев, бешенство, паника, нервозность, испуг, страх, страдание, ошеломление, устрашение, враждебность, потрясение, опустошённость</u> |



На рисунке 1 показан образец наглядного представления опроса «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей» по материалу Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей».

1

Оцените уровень эмоций, который у вас вызывает публикация Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей»



- Уровень положительных эмоций
- Уровень, не вызывающий никаких эмоций
- Уровень эмоционального переживания
- Уровень эмоционального беспокойства
- Уровень страха
- Другое...

Рисунок 1 - Образец наглядного представления опроса «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей» по материалу Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей»

Проведенный анализ результатов опроса показал, что в представленном тексте преобладают негативные эмоции, хотя при его оценке положительные эмоции присутствуют тоже: 44% респондента (20 человек) отметили уровень

эмоционального переживания; 29% опрошиваемых (13 человек) указали на уровень эмоционального беспокойства; 7% (3 человека) отметили, что испытали эмоции страха; у 9% (4 человек) прочитанный текст не вызвал никаких эмоций; еще 9% респондентов (4 человека) пережили положительные эмоции при прочтении данного текста. Один респондент (2%) выбрал вариант ответа «Другое» и написал, что при прочтении публикации испытал гнев. Таким образом, 80% (36 человек) при прочтении текста испытали отрицательные эмоции, т.е. читателей возмутила ситуация, наблюдающаяся в лесном хозяйстве поселка им. Куйбышева Оренбургского района.

Результаты аудиторной оценки эмоциональной нагрузки текста Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей» представлены на рисунке 2.



Рисунок 2 - Оценка эмоциональной нагрузки журналистского текста Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей»

Фоносемантический анализ публикации показал, что текст Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей» оказывает на аудиторию двустороннюю эмоциональную нагрузку (см. рисунок 3): положительную и отрицательную, что нашло подтверждение в проведенном опросе.

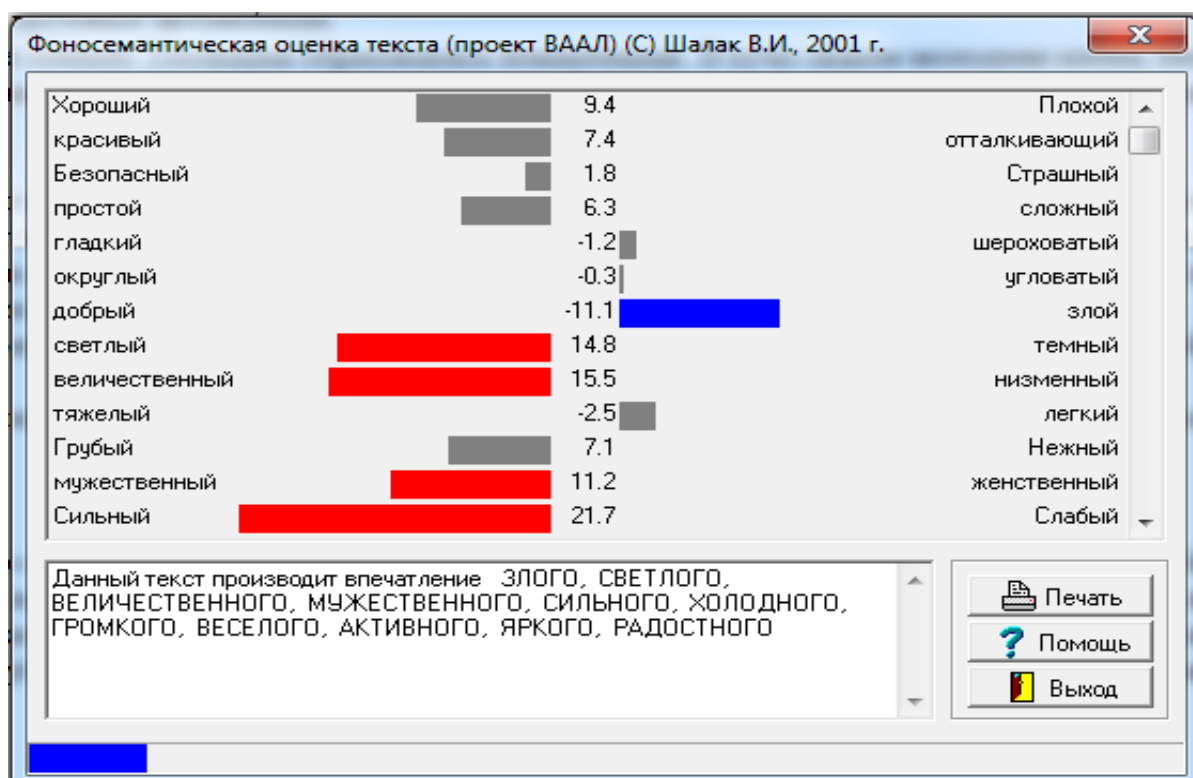


Рисунок 3 – Фоносемантический анализ публикации Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей»

Модуль семантического дифференциала оценки текста сгенерировал разные по эмоциональности прилагательные, что представлено на рисунке 3: злой, светлый, величественный, мужественный, сильный, холодный, громкий, веселый, активный, яркий, радостный.

На рисунке 4 показан образец наглядного представления опроса «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей» по материалу Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник».

**Оцените уровень эмоций, который у вас вызывает публикация Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник»**

## В Оренбуржье появился третий заповедник

Екатерина ПАДАЛКО

Соответствующий указ в минувшее воскресенье подписал Председатель Правительства РФ Дмитрий Медведев.

Шайтангау - хребет, южная часть которого расположена в Кувандыкском районе, северная - в Башкирии. Это уникальная горно-лесостепная местность, протянувшаяся на 41 километр. На территории республики Шайтангау имеет статус заказника. У нас же теперь это будет заповедник площадью 6726 га. Именно такой статус избрали для сохранения эталонов дубравной степи, лучших по степени сохранности на Южном Урале и не затронутых влиянием промышленной деятельности.

Однако в конце лета жители Кувандыкского района выступали против. По их словам, создание заповедника противоречит интересам жителей окрестных сел и деревень, да и интересам жителей района в целом. Но к мнению кувандычан не прислушались.

- Шайтангау - это объект федерального значения, район за него ответственности не несет. У жителей по поводу придания ему статуса заповедника мнения разошлись, население поделилось на «за» и «против». Хотя если таким образом ландшафт территории удастся сохранить в первоизданном виде, то почему бы и не сделать его заповедником, - прокомментировала ситуацию **руководитель отдела по охране окружающей среды администрации Кувандыкского района Ирина Дроздова.**



- Уровень положительных эмоций
- Уровень, не вызывающий никаких эмоций
- Уровень эмоционального переживания
- Уровень эмоционального беспокойства
- Уровень страха
- Другое...

Рисунок 4 - Образец наглядного представления опроса «Эмоциональное влияние публикаций по экологии на читателей» по материалу Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник»

Анализ аудиторного восприятия данного текста показал, что в нем преобладает положительное восприятие информации: уровень положительных эмоций отметили 62% (28 человек) опрошенных; вместе с тем 27% (12 человек) респондентов выбрали уровень, не вызывающий никаких эмоций; 7% (3 человека) после прочтения данного текста оценили свои эмоции на уровне переживания; еще один опрашиваемый (2%) выбрал вариант ответа «Уровень эмоционального беспокойства»; один респондент (2%) выбрал вариант ответа «Другое», при этом не описав свои эмоции. Эмоции уровня страха не испытал

ни один человек при прочтении данной публикации (см. рисунок 5). Итак, результаты опроса показали, что большинство респондентов (62%) испытали положительные эмоции при прочтении этого текста, но почти у трети (27%) опрашиваемых публикация не вызвала никаких эмоций. Полученный результат говорит о том, что появление третьего заповедника на территории Оренбургской области у одних вызывает позитивное отношение к происходящему, а у других - безразличие. Это может говорить о том, что автор не в полной мере смог донести до читателя проблему важности появления заповедников в Оренбуржье, что, скорее всего, объясняется небольшим объемом выбранной автором жанровой формы - заметки.



Рисунок 5 - Оценка эмоциональной нагрузки журналистского текста Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник»

Фоносемантический анализ публикации Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник» показал, что текст не наделен выраженными фоносемантическими характеристиками (см. рисунок 6), что отличается от результатов читательского опроса, в котором большинство (62% опрошенных) отметили преобладание положительных эмоций.

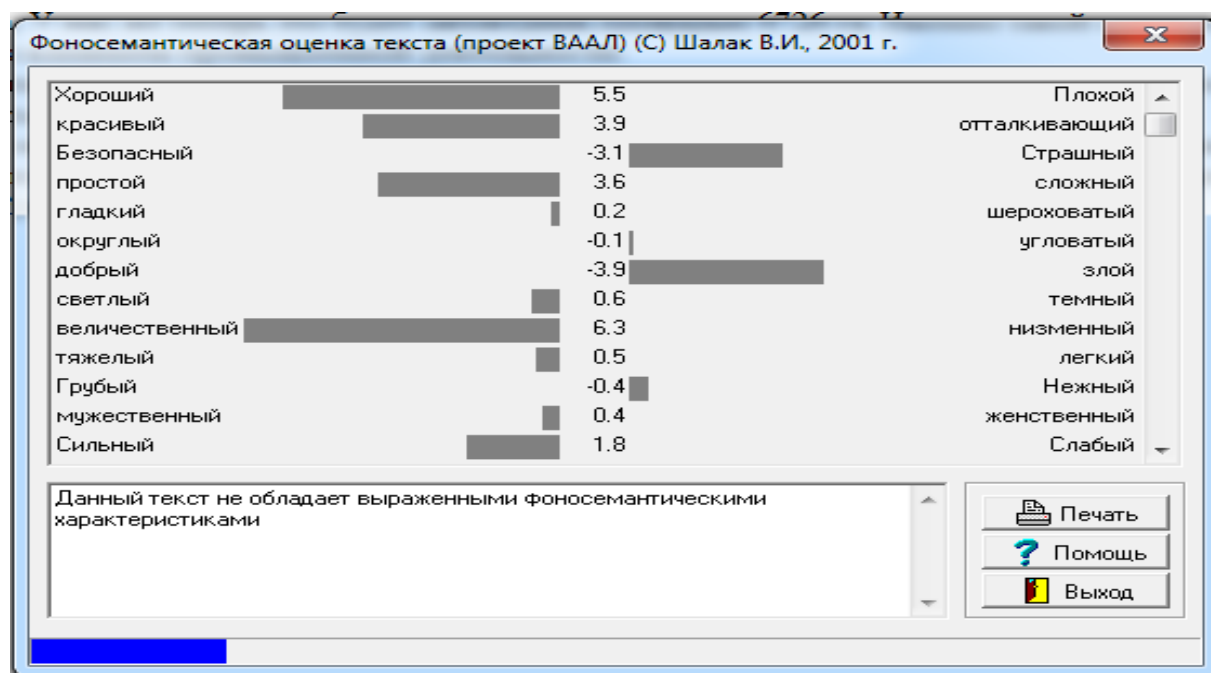


Рисунок 6 – Фоносемантический анализ публикации «В Оренбуржье появился третий заповедник»

Таким образом, опрос читательской аудитории показал их равнодушное отношение к проблемам экологии и охраны окружающей среды. Публикации, двух материалов газеты «Комсомольская правда» - Оренбург», предложенные для анализа, вызвали разные эмоции: и положительные, и отрицательные. Проведенный фоносемантический анализ текстов издания показал, что они также заряжены как положительными, так и отрицательными эмоциями. При этом положительные эмоции чаще всего выражают одобрение со стороны читателей, отрицательные же заставляют не просто задуматься о существующей проблеме, а дают сигнал для начала активных действий по её решению.

Сравнение программного фоносемантического анализа и аудиторной оценки эмоциональной нагрузки журналистских текстов газеты «Комсомольская правда» - Оренбург» показал, что в первой публикации Е. Падалко «Лесному хозяйству нанесен ущерб в 5,5 млн. рублей» результаты анализов совпадают: программа определяет наличие негативной и положительной эмоциональной нагрузки, аудитория практически отмечает то же самое, только чуть разнящееся в процентном соотношении. Публикация Е. Падалко «В Оренбуржье появился третий заповедник» вызвала у большинства читателей положительные эмоции в отличие от программы, которая посчитала, что текст не наделен выраженными фоносемантическими характеристиками.

При этом необходимо заметить, что благодаря эмоциональному отклику в душах читателей будет, безусловно, оказываться влияние на формирование их экологического мировоззрения, вызывающее желание оказать посильную помощь в решении экологических проблем.

# **ОТДЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ ПРАВОВОЙ РЕГЛАМЕНТАЦИИ ЯЗЫКОВОЙ ПОЛИТИКИ В РФ И ЕЕ СУБЪЕКТАХ**

**Кожевников О.А., Морозова А.С., Виладчева М.Н.**  
**Уральский государственный юридический университет,**  
**Уральский государственный экономический университет**

Понятие и содержание языковой политики неразрывно связаны с процессами формирования государственности как таковой. Конституция Российской Федерации (далее по тексту – Конституция РФ), закрепляет возможность использования национальных языков в обучении, государственном и муниципальном управлении в республиках Российской Федерации.

В советский период отечественной истории в XX веке языковая политика государства была неоднородной и проходила через различные этапы своего становления и развития. Тем не менее, в последние годы советской власти, очевидно, наблюдалась определенная тенденция культурной деградация в сфере использования национальных языков, в том числе и в сфере образования. В качестве примера можно привести тот факт, что национальные языки могли сохраняться только на уровне сельских жителей, в быту, зачастую их использование было упрощено до уровня «жаргонного языка». В тоже время русский язык, имел существенные преимущества в развитии, в том числе и путем правового закрепления, введения новых оборотов и словосочетаний, в том числе заимствованных из иностранных языков. Указанные тенденции, ставило национальные языки в своем развитии и применении на порядок ниже русского языка. С принятием Конституции РФ, федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», Закона Российской Федерации от 25.10.1991 № 1807-1 «О языках народов Российской Федерации» вопросы правового регулирования государственного языка РФ, а также поддержки и развития национальных языков в РФ вышли на новый уровень и в настоящее время еще требуют своего изучения и дальнейшего научно-практического осмысления.

Особое внимание к проблематике использования и развития национальных языков предопределяется и их важнейшей ролью в системе образования. Полагаем, что системное изучение не только государственного языка, но и национального языка (по желанию обучающего или его законного представителя) в дошкольном образовательном учреждении, в средней общеобразовательной школе позволяет не только усвоить национальный язык обучающемуся, но и сохранить все языковое многообразие для будущих поколений граждан РФ и мировой культуры в целом.

2019 год объявлен Международным годом языков коренных народов. Российская Федерация поддержала участие в проведении мероприятий в рамках Года языков коренных народов России. Так на основании Указа Президента Российской Федерации от 26 октября 2018 г. №611 [11]

Министерством просвещения Российской Федерации и Федеральным агентством по делам национальностей был учрежден Фонд сохранения и изучения родных языков народов Российской Федерации.

Конституция РФ в ч.1 ст.68 закрепляет положение, что государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык [5]. Асиновский А. отмечает, что «из числа граждан Российской Федерации русским языком владеют около 137 млн. человек (97,9%), причем около 130 млн. (92,8%) считают его родным. Не владеют русским языком около 3 млн. граждан России (2,1%), проживающих, главным образом, в национальных республиках Российской Федерации» [28: 13]. В Российской Федерации живут 193 народа, говорящие более чем на 270 языках, диалектах, наречиях. В сфере образования используются в качестве средства обучения 27 языков (с учетом русского) и изучаются как предмет 72 языка [30]. Таким образом, Россия имеет уникальный опыт сохранения этнического, культурного и языкового многообразия народов.

Однако вопрос о сохранении самобытной культуры и языков коренных малочисленных народов России заслуживает особого внимания. В России к числу языков малочисленных народов России отнесены 63 языка, тогда как к числу более крупных языков России – только 29, причем в качестве условного порога взята 50-тысячная численность носителей, притом, что малые языки, имеющие десятки тысяч носителей, находятся в подавляющем меньшинстве [32: 293]. Более типична ситуация, когда число носителей исчисляется сотнями, если не десятками человек, и постоянно сокращается. В то же время все языки России, вне зависимости от количества их носителей, являются достоянием многонационального государства.

Среди 22 республик, входящих в состав РФ, только в 12 из них численность других национальностей в общем населении превышает русское население (республики Северного Кавказа (за исключением Адыгеи), Тыва, Якутия, Башкирия, Татарстан, Чувашия). Однако, несмотря на увеличение населения титульной национальности, в этих республиках в целом не увеличивается численность лиц, владеющих языком титульной национальности. Увеличение наблюдается лишь в Чечне, Тыве, Карачаево-Черкесии [29: 116-117].

Вопросы культурного и языкового развития на международном уровне закреплены в Декларации о правах лиц, принадлежащих к национальным или этническим, религиозным и языковым меньшинствам [2], Рамочной конвенции о защите национальных меньшинств (ратифицирована Российской Федерацией) [3], Конвенции «О коренных народах и народах, ведущих племенной образ жизни в независимых странах» [1], Европейской хартии региональных языков или языков меньшинств (далее по тексту – Хартия) [4].

Наиболее важным документом в сфере языковой политики на международном уровне является Хартия. Российская Федерация подписала данный документ в 2001 году [12], однако до сих пор не ратифицировала его.



Биткеева А.Н. называет факторы, препятствующие ратификации Хартии в России. Таковыми являются: «недостаточность социально-коммуникативной системы России; статус языков (общегосударственный язык, государственные языки республик, миноритарные языки и т.д.); численность народов, характер их расселения; неравномерное социальное и культурное развитие российских территорий; нежелательность перевода темы языка в политическую плоскость в регионах со значительным конфликтным потенциалом; существенные финансовые затраты, которые могут последовать после ратификации» [33: 80-88].

Строгальщикова З.И. отмечает, что «Хартия является единственным юридически обязывающим международным документом в области защиты языков меньшинств (если государство присоединяется к ней). В ней содержится перечень таких языков, сферы и уровни их применения. Так, в сфере образования фиксируется, является ли данный язык языком обучения или преподается как предмет; в СМИ – издаются ли на нем газеты, ведется ли радио- и телевидение; используется ли язык меньшинств в работе административных органов и т.д.» [31: 190].

На национальном уровне регулирование культурной и языковой политики закрепляет Конституция РФ – в ч.2 ст.26 «право каждого на пользование родным языком, на свободный выбор языка общения, воспитания, обучения и творчества»; ч.3 ст.68 содержит гарантию о том, что «Российская Федерация гарантирует всем ее народам право на сохранение родного языка, создание условий для его изучения и развития» [5]. Республики вправе устанавливать свои государственные языки и использовать их в органах государственной власти, органах местного самоуправления, государственных учреждениях республик наряду с русским языком. Помимо этого, национальные языки присутствуют в быту, используются в обучении в республиках России. Для того чтобы сохранить национальные языки нужны носители этих языков. Прежде всего их распространение происходит через систему образования.

Реализация конституционных принципов нашла свое отражение в нормах федерального и регионального законодательства.

Закон РФ «О языках народов Российской Федерации» [6] предоставляет право субъектам Российской Федерации принимать законы и иные нормативные правовые акты о защите прав граждан на свободный выбор языка общения, воспитания, обучения и творчества.

Федеральный закон «О национально-культурной автономии» [8] предоставляет гарантии для сохранения и развития национального языка для объединенных по этническому признаку групп граждан России. В сфере образования они могут создавать частные образовательные организации и научные организации, имеют право на получение основного общего образования на национальном (родном) языке и на выбор языка воспитания и обучения в рамках возможностей, предоставляемых системой образования.

Именно через образование реализуется право граждан на выбор языка воспитания и обучения. В частности, ст.ст. 11, 14 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» [9] закрепляют «право граждан РФ на получение дошкольного, начального общего и основного общего образования на родном языке из числа языков народов РФ, а также право на изучение родного языка из числа языков народов РФ, в том числе русского языка как родного языка, в пределах возможностей, предоставляемых системой образования. Кроме того, федеральные государственные образовательные стандарты (далее по тексту – ФГОС) дошкольного, начального общего и основного общего образования обеспечивают возможность получения образования на родных языках из числа языков народов РФ, изучения государственных языков республик РФ, родных языков из числа языков народов РФ, в том числе русского языка как родного языка».

Стратегия государственной национальной политики РФ на период до 2025 г. [10] содержит иное положение об «использовании в системе образования двуязычия и многоязычия как эффективного пути сохранения и развития этнокультурного и языкового многообразия российского общества, недопустимость ущемления прав граждан на свободный выбор языка общения, образования, воспитания и творчества», что является противоречием нормам законодательства об образовании.

Законодательное регулирование языковой политики на региональном уровне осуществляется неоднозначно. В конституциях республик, входящих в состав РФ, за исключением Республики Дагестан, и в законах о языках в качестве государственных языков закрепляются русский язык и языки коренных народов. Именно в республиках приняты законы о сохранении языков коренных малочисленных народов. Исключение составляет Республика Карелия, в которой государственным языком является только русский. Несмотря на это, государственной поддержкой пользуются карельский, финский и вепсский языки. На основании Распоряжения Правительства РФ «Об утверждении Программы фундаментальных научных исследований государственных академий наук на 2013-2020 годы» [13] утверждена научно-исследовательская тематика в части исследования свадебного обрядового фольклора карел, издания фольклорного наследия этнолокальной группы Поморского берега Белого моря; осмысления тенденций развития литературы Карелии XX в. на русском, карельском, вепсском, финском языках.

Анализ основных положений конституций республик позволяет сделать вывод о том, что существуют противоречия между федеральным и региональным законодательством. К примеру, русский язык обладает статусом государственного языка республики наравне с национальным языком и не рассматривается в статусе государственного языка РФ. Это приводит к двойственности представления о функционировании русского языка в республиках РФ.

Так, изучение и преподавание национальных языков может иметь как диспозитивный характер, когда гражданам предоставляется выбор языка

обучения (ч.1 ст.14 Закона Удмуртской Республики «О государственных языках Удмуртской Республики и иных языках народов Удмуртской Республики» [15], так и императивный характер, когда законодательством предусматривается обязанность изучения национального языка наравне с русским языком (Закон Республики Калмыкия «О государственных языках Республики Калмыкия и иных языках в Республике Калмыкия» [17], Закон Республики Татарстан «О государственных языках Республики Татарстан и других языках в Республике Татарстан» [14]).

Особое внимание следует уделить двойственности при регулировании отношений, связанных с изучением национальных языков. Вопрос о балансе в изучении русского языка как государственного языка РФ и государственных языков республик, входящих в состав РФ, не раз становился предметом противоречивых судебных разбирательств.

В Постановлении Конституционного Суда РФ от 16 ноября 2004 г. №16-П [18] суд признал положения, согласно которым татарский и русский языки как государственные языки Республики Татарстан в общеобразовательных учреждениях и учреждениях начального и среднего профессионального образования изучаются в равных объемах, не противоречащими Конституции РФ поскольку по своему конституционно-правовому смыслу изучение татарского языка должно осуществляться в соответствии с установленными законодательством РФ ФГОС и не препятствовать прохождению итоговой аттестации, выдаче документа о получении основного общего образования и получению образования более высокого уровня. Суд руководствовался нормами ст.68 Конституции РФ, которые получили регламентацию в положениях ст.6 Закона РФ «О языках народов Российской Федерации», ст.10 Закона РФ «Об образовании» на федеральном уровне, и в положениях ст.10 Закона Республики Татарстан «О языках народов Республики Татарстан», п.2 ст.6 Закона Республики Татарстан «Об образовании» на региональном уровне.

Исходя из этого следует, что «право выбора образовательного учреждения с тем или иным языком воспитания и обучения детей принадлежит родителям или лицам, их заменяющим в соответствии с законодательством РФ» (п.3 ст.9) [6]; «язык (языки), на котором ведется воспитание и обучение в образовательном учреждении, определяется учредителем (учредителями) образовательного учреждения и (или) уставом образовательного учреждения в соответствии с законодательством РФ и законодательством субъектов РФ» (п.4 ст.9) [6].

Аналогичные положения содержались в Законе РФ «Об образовании», который закреплял, что «субъекты РФ в соответствии с их статусом и компетенцией вправе принимать в области образования законы и иные нормативные правовые акты, не противоречащие федеральным законам в области образования» (п.3 ст.3) [7]. Это означает, что законы и иные нормативные правовые акты субъектов РФ в области образования не могут ограничивать права граждан в области образования, закрепленные Конституцией РФ и федеральным законодательством, в том числе права,

связанные с изучением и преподаванием русского языка как общефедерального государственного языка на всей территории РФ и на основе установленных ФГОС.

Аналогичные решения были приняты Верховным Судом РФ. Согласно Определению Верховного Суда РФ от 15 апреля 2009 г. №31-Г09-3 [21] суд признал, что изучение чувашского и русского языков как государственных языков Чувашской Республики не нарушает конституционного права каждого на пользование родным языком, на свободный выбор языка общения, воспитания, обучения и творчества. В Определении Верховного Суда от 29 апреля 2009 г. № 20-Г09-6 [22] суд определил, что правовое регулирование гарантий граждан на получение основного общего образования на родном языке, а также на выбор языка обучения в пределах возможностей, предоставляемых системой образования, не противоречит нормам федерального законодательства.

Анализируя судебную практику особый интерес вызывают правовые позиции Верховных судов республик, которые приняли противоположные судебные решения в противовес постановлению Конституционного Суда РФ и определениям Верховного Суда РФ.

В 2006 году Верховный суд Республики Адыгея признал положение ч.5 ст.6 Закона Республики Адыгея «Об образовании» [25] об обязательном изучении адыгейского языка обучающимися адыгами недействующим, так как оно противоречит нормам федерального законодательства. При вынесении решения суд руководствовался нормами ст.2 Закона РФ «О языках народов Российской Федерации», которые предусматривают гарантии свободы выбора языка обучения. Исходя из этого, суд постановил, что «введение изучения адыгейского языка в качестве обязательного учебного предмета ведет к нарушению гарантированных Конституцией РФ принципов равенства прав и свобод человека и гражданина».

В 2009 году подобное решение было вынесено Верховным судом Карачаево-Черкесской Республики [26], в котором суд отменил положения об обязательности изучения национальных языков. Впоследствии данное решение было отменено Верховным Судом РФ [20].

В 2015 году аналогичное решение было вынесено Верховным судом Республики Саха (Якутия) [27]. Суд признал недействующими положения Закона Республики Саха (Якутия) «О языках в Республике Саха (Якутия)» об обязательности изучения государственного языка саха в образовательных организациях, которые расположены на территории республики, а также норму, предусматривающую выпуск официальных печатей, штампов и бланков учреждений и организаций без применения русского языка.

Что касается вопроса об изучении национальных языков в дошкольных организациях, то заслуживает внимания Определение Верховного Суда РФ от 18 апреля 2012 г. № 92-АПГ12-4 [23]. Согласно ч.2 ст.7 Закона Республики Тыва «О языках в Республике Тыва» [16] изучение тувинского и русского языков с включением в обучение и воспитание элементов национальных

обрядов, обычаев и этики начинается с детских дошкольных учреждений. Верховный Суд Республики Тыва счел вопросы обеспечения функционирования и развития государственных языков республик, не входящими в компетенцию РФ. Верховный Суд отменил данное решение, поскольку требования, предъявляемые к изучению языков, установлены федеральным законодательством.

В 2018 году директор школы-интерната для интеллектуально увлеченных детей республики Татарстан и Российской Федерации «СОЛНЦЕ» П. Шмаков подал исковое заявление в Верховный Суд РФ, в котором просил признать недействующими отдельные положения ФГОС, поскольку они не предусматривают обязательное изучение государственных языков национальных республик. В рамках административного судопроизводства Верховный Суд отказал в удовлетворении иска, поскольку оспариваемые положения ФГОС «не ограничивают право организаций, осуществляющих образовательную деятельность, на введение преподавания и изучения государственного языка республики РФ при разработке и утверждении соответствующих образовательных программ» [24]. Данное Решение было оставлено без изменения [19]. В июле 2019 г. Шмаков П. вновь подал жалобу в Верховный Суд РФ, а также Европейский суд по правам человека. Это решение будет иметь важное значение.

Исходя из анализа нормативно-правовых актов субъектов РФ, материалов судебной практики, можно сделать вывод о том, что в правовом регулировании отношений, связанных с изучением национальных языков, отсутствует единообразие, как в законодательстве, так и в правоприменительной практике на территории РФ, при этом положения Конституции РФ – высшего по юридической силе акта на территории Российской Федерации, являются гарантом обеспечения соблюдения баланса между русским языком как государственным языком РФ и национальными языками, имеющими статус государственных на территории республик. Представляется, что скорейшая ратификация Российской Федерацией Европейской хартии региональных языков или языков меньшинств станет важным дополнительным правовым инструментом в решении вопросов нормативно-правового регулирования языковой политики в РФ, направленной на обеспечение сохранения и развития в будущем не только государственного языка РФ, но и национальных языков народов и народностей, проживающих на территории нашего государства. Ратификация и реализация положений Хартии позволит дополнительно объединить усилия органов государственной власти на федеральном и региональном уровнях по защите и возрождению национальных языков в субъектах РФ.

### **Список литературы**

1. Конвенция №169 Международной организации труда «О коренных народах и народах, ведущих племенную образ жизни в независимых странах»

(Заключена в г. Женеве 27.06.1989) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

2. Декларация о правах лиц, принадлежащих к национальным или этническим, религиозным и языковым меньшинствам (Принята 18.12.1992 Резолюцией 47/135 на 92-ом пленарном заседании 47-ой сессии Генеральной Ассамблеи ООН) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

3. Рамочная конвенция о защите национальных меньшинств (ETS N 157) [рус., англ.] (Заключена в г. Страсбурге 01.02.1995) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

4. Европейская хартия региональных языков или языков меньшинств (ETS N 148) [рус., англ.] (Принята в г. Страсбурге 05.11.1992) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

5. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 №6-ФКЗ, от 30.12.2008 №7-ФКЗ, от 05.02.2014 №2-ФКЗ, от 21.07.2014 №11-ФКЗ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

6. Закон РФ от 25.10.1991 №1807-1 (ред. от 12.03.2014) «О языках народов Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

7. Закон РФ от 10.07.1992 №3266-1 (ред. от 12.11.2012) «Об образовании». Документ утратил силу с 1 сентября 2013 года в связи с принятием Федерального закона от 29.12.2012 №273-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

8. Федеральный закон от 17.06.1996 №74-ФЗ (ред. от 04.11.2014) «О национально-культурной автономии» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

9. Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ (ред. от 17.06.2019) «Об образовании в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

10. Указ Президента РФ от 19.12.2012 №1666 (ред. от 06.12.2018) «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

11. Указ Президента РФ от 26.10.2018 №611 «О создании Фонда сохранения и изучения родных языков народов Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

12. Распоряжение Президента РФ от 22.02.2001 №90-рп «О подписании Европейской хартии региональных языков или языков меньшинств» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

13. Распоряжение Правительства РФ от 03.12.2012 №2237-р (ред. от 31.10.2015) «Об утверждении Программы фундаментальных научных

исследований государственных академий наук на 2013-2020 годы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

14. Закон Республики Татарстан от 08.07.1992 №1560-ХІІ (ред. от 27.04.2017) «О государственных языках Республики Татарстан и других языках в Республике Татарстан» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

15. Закон Удмуртской Республики от 06.12.2001 №60-РЗ «О государственных языках Удмуртской Республики и иных языках народов Удмуртской Республики» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/15713906/#ixzz5vhtqH1nx>

16. Закон Республики Тыва от 23.12.2010 №373 ВХ-І «Об образовании в Республике Тыва» (с изменениями и дополнениями) (утратил силу) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/28713367/>

17. Закон Республики Калмыкия от 15.12.2014 №93-V-3 «О государственных языках Республики Калмыкия и иных языках в Республике Калмыкия» (принят Постановлением Народного Хурала (Парламента) РК от 12.12.2014 №199-V) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

18. Постановление Конституционного Суда РФ от 16.11.2004 №16-П «По делу о проверке конституционности положений пункта 2 статьи 10 Закона Республики Татарстан "О языках народов Республики Татарстан", части второй статьи 9 Закона Республики Татарстан "О государственных языках Республики Татарстан и других языках в Республике Татарстан", пункта 2 статьи 6 Закона Республики Татарстан "Об образовании" и пункта 6 статьи 3 Закона Российской Федерации "О языках народов Российской Федерации" в связи с жалобой гражданина С.И. Хапугина и запросами Государственного Совета Республики Татарстан и Верховного Суда Республики Татарстан» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

19. Апелляционное определение Апелляционной коллегии Верховного Суда РФ от 17.01.2019 №АПІ18-596 Об оставлении без изменения Решения Верховного Суда РФ от 11.10.2018 №АКПІ18-873, которым было отказано в удовлетворении заявления о признании частично недействующими пункта 19.3 ФГОС начального общего образования, утв. приказом Минобрнауки РФ от 06.10.2009 №373, пункта 18.3.1 ФГОС основного общего образования, утв. приказом Минобрнауки РФ от 17.12.2010 №1897, пункта 18.3.1 ФГОС среднего общего образования, утв. приказом Минобрнауки РФ от 17.05.2012 №413 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

20. Определение Верховного Суда РФ от 15.04.2009 №30-ГО9-3 Об отмене решения Верховного Суда Карачаево-Черкесской Республики от 10.02.2009 и об отказе в признании недействующим пункта 6 статьи 7 Закона Карачаево-Черкесской Республики «Об образовании» от 06.01.1998 №376-ХХІІ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

21. Определение Верховного Суда РФ от 15.04.2009 №31-ГО9-3 Требование: О признании недействующими отдельных положений Закона

Чувашской Республики «О языках в Чувашской Республике». Обстоятельства: Истец ссылается на то, что возложение субъектом РФ обязанности на граждан РФ, проживающих на территории Чувашской Республики, по изучению чувашского языка, нарушает принцип свободы выбора языка общения, воспитания, обучения. Решение: В удовлетворении требований отказано, так как уровень правовых гарантий граждан, предусмотренный федеральным законодательством, в оспариваемых нормах не снижен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

22. Определение Верховного Суда РФ от 29.04.2009 №20-ГО9-6 Об оставлении без изменения решения Верховного Суда Республики Дагестан от 30.01.2009, которым отказано в удовлетворении заявления о признании недействующим отдельного положения Закона Республики Дагестан «Об образовании» от 03.11.2006 №57 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

23. Определение Верховного Суда РФ от 18.04.2012 №92-АПГ12-4 Об отмене решения Верховного Суда Республики Тыва от 03.02.2012 в части признания абзаца третьего части 2 статьи 7 Закона Республики Тыва от 31.12.2003 №462 ВХ-1 «О языках в Республике Тыва» противоречащим федеральному законодательству [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

24. Решение Верховного Суда РФ от 11.10.2018 №АКПИ18-873 Об отказе в удовлетворении заявления о признании частично недействующими пункта 19.3 ФГОС начального общего образования, утв. приказом Минобрнауки РФ от 06.10.2009 №373, пункта 18.3.1 ФГОС основного общего образования, утв. приказом Минобрнауки РФ от 17.12.2010 №1897, пункта 18.3.1 ФГОС среднего общего образования, утв. приказом Минобрнауки РФ от 17.05.2012 №413 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

25. Решение Верховного суда Республики Адыгея от 19.12.2006 №3-32/2006 О признании недействующим части 5 статьи 6 Закона Республики Адыгея от 06.01.2000 №156 «Об образовании» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

26. Решение Верховного суда Карачаево-Черкесской Республики от 10.02.2009 О признании недействующим пункта 6 статьи 7 Закона КЧР №376-XXII «Об образовании» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

27. Решение Верховного суда Республики Саха (Якутия) от 29.05.2015 по делу №3-27/15 О признании недействующими статьи 14, части 1 статьи 29, абзаца 1 статьи 30, статьи 34 Закона Республики Саха (Якутия) от 16.10.1992 №1170-ХІІ «О языках в Республике Саха (Якутия)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

28. Асиновский, А. Государство и их языки (опыт России и европейских стран в области языковой политики и языкового строительства) [Электронный ресурс] / А. Асиновский. – Режим доступа: <http://rus-gos.spbu.ru/public/files/articles/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%>



[D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%20%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%90%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9\\_538c5ed64ed79.pdf](https://www.yuliyev.ru/wp-content/uploads/2019/09/538c5ed64ed79.pdf)

29. Одинг, Н.Ю. Использование национальных языков как государственных в республиках РФ: правовые и экономические аспекты / Н.Ю. Одинг, А.О. Юшков, Л.И. Савулькин // Terra Economicus. – 2019. – 17(1). – С. 112–130.

30. Справка о языках России. Исследования Института языкознания РАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iyil2019.ru/issledovaniya/>

31. Строгальщикова, З.И. Европейская хартия региональных языков или языков меньшинств как важный механизм защиты коренных малочисленных народов России / З.И. Строгальщикова // Современное состояние и пути развития коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации. – 2013. – С. 188-197.

32. Язык и общество. Энциклопедия. – М.: Издательский центр «Азбуковник», 2016. – 872 с.

33. Языковая политика и языковые конфликты в современном мире: Международная конференция (Москва, 16–19 сентября 2014): Доклады и сообщения. – М.: Институт языкознания РАН, Научно-исследовательский центр по национально-языковым отношениям, 2014. – 637 с.

## К ВОПРОСУ ОБ ЭВФЕМИЗМАХ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

**Волохова В.В., студент**  
**(научный руководитель – канд. филол. наук О.П. Симутова)**  
**Оренбургский государственный университет**

Увлекательный раздел лексики – эвфемизмы. Каждый эвфемизм показывает остроумность носителей того или иного языка. Они имеют очень долгую, интересную историю. Лингвисты этими словами занялись относительно недавно. До сих пор есть разногласия по поводу места в словаре эвфемизмов, их происхождения [2].

Эвфемизмы привлекают внимание языковедов в различных областях лингвистики: лексикологии, этимологии, фольклористики, фразеологии. Эвфемизм может состоять как из одного слова, так и из нескольких, эвфемизмом может быть поговорка, пословица, устойчивое словосочетание. Многие ученые в своих научных трудах затрагивали и продолжают затрагивать этот языковой пласт: Р.А. Будагов, А.А. Реформатский, Л.А. Булаховский, Ж. Марузо, С.И. Ожегов.

В словарях толкуется термин эвфемизм по-разному. Толковый словарь С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой пишет: «Эвфемизм (от греч. *euphemia* – воздержание) – слово или выражение, заменяющее другое, неудобное для данной обстановки или грубое, непристойное, напр. «уснул последним сном» вместо «умер», «неумен» вместо «глуп» и т.д. [4].

Еще в древности в речи людей были эвфемизмы. Они появились тогда, когда людьми управлял страх и они пытались завуалированно называть какие-то явления или события. Это могло быть, например, животное, от которого зависело пропитание, беременная женщина, от которой зависело продолжение рода. Слова для первобытных людей означало то же самое, что и предмет, только переименованный. Поэтому необходимо не называть ту вещь или предмет, на которое упало «табу». Именно поэтому предмету они дают другое наименование, упоминая его лишь в косвенной форме. О красоте слов и их «порядочности» еще писали Демокрит, Аристотель, Платон и другие. Было несколько типов эвфонии: акустическая, зрительная и смысловая.

В XVI веке Шекспир способствовал развитию эвфемизмов. Он ввел огромное множество намеков сексуального характера в свои произведения. В ту пору аристократы создавали свой язык с «хождением вокруг да около». Этот вычурный стиль назывался эвфуизм.

Писатель Д. Блаунт в начале 1560х годов использовал термин «эвфемизм», обозначив его как «положительное и добропорядочное толкование плохого слова». Тогда аристократия создавала все еще свой язык, средний класс старательно слов сексуального характера, обозначений бога, смерти и почти всего, за исключением денег. В современном языкознании употребляется термин «табу» к запретным словам, по отношению к соответствующим им разрешенным словам – «эвфемизм» [1].

О вопросе табу и соотношении табу и эвфемизмов все многообразие определений можно свести к двум совершенно различным типам.

Некоторые ученые используют понятие «табу» только в отношении к запретам, которые налагаются на слова у первобытных народов. Но видимо они не учли то, что позже появились иные причины для употребления эвфемистических замен и их сфера значительно расширилась. Люди стали употреблять эвфемизмы из-за чувства стыда, приличия, когда не могли сказать определенное слово, которое сказать в определённой ситуации или обстановке было непозволительно. Причем говорится не только об отрицательных объектах, но и о тех, которые нельзя точно назвать негативными.. Употребление эвфемизма также может служить основой для развития значения. Так, например, немецкий эвфемизм *der Himmelfahrt*, обозначающий вознесение Христа на небо, может обозначать высшую степень восторга человека, к примеру – крупный успех в работе, крупный выигрыш и т.д. [1].

Другие ученые понимают термин «табу» более широко – как любой словесный запрет, независимо от развития общества. Причины употребления эвфемизмов могут быть разными:

а) испытываемый страх в древности перед природой и ее явлениями. Для этого типа выражений используется также термин «слова-табу». Слова-табу религиозного/антирелигиозного характера очень популярны: это обозначение бога, сатаны, черта: *Gottseibeins, der Schwanze, der Versucher, der Böse*;

б) деликатность в трудных ситуациях. Эвфемизмы преследуют в данном случае цель приукрасить ситуацию: *verschneiden, einschlafen, die Augen schließen* вместо «умереть», *Unpässlichkeit* вместо «болезнь»;

в) жеманность: например, *Freundin* вместо «любовница»;

г) корректность, дружелюбность, ирония: *stark* заменяет слово «толстый», *dritte Zähne*“ вместо «искусственная челюсть».

Нужно отличать эвфемизмы, которые затрагивают общественно-политическую жизнь. Их цель – улучшить некоторое положение вещей, напряженную ситуацию. Например, *Nullarbeit, Gesundstrumpfen* заменяется выражения «безработица», «быть безработным» [9].

Эвфемизмы появляются в речи в результате каких-то событий. Иногда можно определить даже точную дату, когда появился тот или иной эвфемизм. Например, фраза “*nach Kanossa gehen*“. Все мы знаем, что германский король Генрих в одежде кающегося грешника стоял три дня под воротами Каноссы, чтобы добиться приема у римского папы. С тех времен фраза «ходить в Каноссу» определяется как высшая степень унижения (говорят, каносское унижение). Еще один пример: *die Leibeigenschaft* – крепостное право, что буквально означает собственность тел. Сразу можно определить время появления данного эвфемизма. А к какому же стилю относятся эвфемизмы? А.М. Кацев [3] разделяет три основные группы:

а) Стилистически завышенная лексика (так называемые, джентелизмы) . Они улучшают нечто отпугивающее, внушающее страх. Например, для замены слова «дьявол, черт» (*der Teufel*): *Niemand, der Schwarze, der*

Verderber, der Versucher. Больше всего таких слов в сфере «смерть», «сверхъестественное».

б) Нейтрализмы- слова с нулевой, нейтральной экспрессивной окраской: sich erleichtern– облегчиться, die Meinungsverschiedenheit – ссора. Это большинство книжной лексики. Эвфемизмы нейтрального стиля имеют высокий уровень частоты употребления.

в) Стилистически сниженная лексика. Это грубоватая форма обозначения, которая способствует негативным ассоциациям. Это эвфемизмы, которые относятся к разговорной лексике с экспрессивной низкой окраской: der Druck –наркотический укол.

Что касается процесса эвфемизации, то тут важны нижеприведенные аспекты:

1) оценка говорящим предмета речи как такового, и умение употреблять эвфемизмы в определённой социальной. Эвфемизации поддается только речь, связанная с определенной тематикой и определёнными сферами деятельности;

2) подбор говорящим правильных определений, которые завуалируют суть явлений. Очень отчетливо это можно увидеть в области медицины, когда используют слово «новообразование» вместо ужасающего слова «опухоль» или употребляют иноязычные термины типа «педикулез» вместо «вшивость», ведь иноязычные термины понятны не всем и т.п.

3) зависимость употребления от обстановки, среды употребления, контроля речевой ситуации: чем сильнее контроль речевой ситуации и контроль говорящего самого себя, тем больше количество эвфемизмов и вероятность их употребления в речи. Если же, это общение с друзьями, с семьей, в кругу знакомых людей, то предпочитают скорее прямые обозначения слов.

4) социальная обусловленность представления о том, что может быть эвфемизмом: то, что в одной среде трактуется как эвфемизм, в другой может восприниматься по-другому.

Какова же сфера употребления эвфемизмов? Ведь большую роль играет фон, на котором возникает потребность использовать данные слова и выражения.

Существуют определенные темы и сферы деятельности, на которые ориентирована оценка говорящим вещи, предмета или явления с позиции корректности, грубости, вежливости, бестактности. Обычно это темы:

– некоторые физиологические процессы и состояния. Например, der Abgang der Frucht – выкидыш;

–некоторые части тела. Некоторые их них воспринимаются в разговорной речи как нечто неприличное;

– отношения между полами: т.е половой контакт и т.п.: der Beischlaf;

– болезни, синдромы, диагнозы: die Nase läuft – насморк.

Темы смерти и похорон, если произошедшее актуально, маскируются в речи лишь с помощью эвфемизмов. Например, er ist dahingegangen (он ушел туда), die Gedenkfeier(поминки) [8].

Вместе с тем, можно наблюдать процесс эвфемизации и в различных сферах социальной жизни человека, общества. Важно как раз то, что способы и средства эвфемизации, затрагивающие темы, социально значимые, получают наибольшее развитие:

1. Дипломатия – сфера, где обычно употребляются эвфемизмы. Здесь невозможно обойти без намеков и недоговоренностей. Например, *der Strohmann* означает подставное лицо.

2. Государственные и военные тайны: *die blaue Bohnen* – пули.

3. Работа армии, разведки, полиции, других различных органов власти, деятельность которых не для всех глаз. Тут можно наблюдать даже лексику американских индейцев: *das Kriegsbeil begraben* – прекратить войну; а также библеизмы: *zu Kreuze kriechen*, что означает «явиться с повинной» [5].

Не стоит понимать эвфемизмы как просто замену грубого слова более мягким. Ведь существуют еще различные социальные сферы и речь, которая эти сферы обслуживает. Основная цель того, кто используют эвфемизм в речи – это избежать непонимания в разговоре, конфликтных ситуаций и чувства неудобства у своего собеседника

Таким образом, эвфемизмы существовали еще с древних времен, и они выполняли различные функции: от смягчения неприличных слов в разговоре до шифрования какой-либо военной тайны. Эвфемизмы проявляются в речи и в художественной литературе, поскольку они являются носителем народного сознания.

### Список литературы

1. Александров, А.В. О терминах «табу» и «эвфемизмы» / А.В. Александров – Львов: Львовский ГУ, 1966. – 25–32с.
2. Булаховский, Л.А. Введение в языкознание. Ч. 2 /Л.А. Булаховский – М.: Учпедгиз, 1953. – 179с.
3. Кацев, А.М. Роль ассоциативности в эвфемии. Проблемы синхронного и диахронного описания германских языков / А.М.Кацев // Межвузовский сборник. – Пятигорск, 1981. – 140-146с.
4. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И.Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Российская Академия наук, 2006. – 906с.
5. Ольшанский, И.Г. Лексикология современного немецкого языка/ И.Г.Ольшанский, А.Е. Гусева. – М.: Дрофа, 2006. – 279с.
6. Реформатский, А.А. Введение в языковедение/А.А. Реформаторский – М.: Аспект Пресс, 2006. – 126с.
7. Степанова, М.Д. Лексикология современного немецкого языка / М.Д.Степанова, И.И.Чернышева – М.: Высшая школа, 1968. – 247с.
8. Koester-Thoma, S. Die Lexik der russischen Umgangssprache // Forschungsgeschichte und Darstellung/S. Koester-Thoma. – Berlin: Humboldt-Universität, 1996. – 535S.

9. Riesel ,E. Der Stil der deutschen Alltagsrede/ E.Riesel. – М.: Высшая школа, 1964. – 255с.

## **ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МНОЖЕСТВЕННОГО ЧИСЛА СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ**

**Вохмина В.А.**

**Витомская М.А.**

**Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова**

**Галеева Э.Н.**

**Оренбургский государственный педагогический университет**

Современная коммуникационная эпоха получила название эры постграмотности. Она характеризуется, с одной стороны, снижением требований общества к уровню языковой грамотности, а, с другой стороны, возрастанием компьютерно-технологической грамотности. Молодые люди в основном следуют данной тенденции, которая имеет негативное последствие, т.к. ведет к затруднению общения между поколениями. С другой стороны, молодежь стремится получить хорошее образование [11; 12], а быть образованным человеком без следования нормам литературного языка в своей речи, не обладая высоким уровнем сформированности коммуникативной компетентности, невозможно [9; 10].

Проблема нормативного употребления форм множественного числа существительных молодыми людьми вписывается в круг проблем, порожденных эпохой постграмотности. Актуальность данного исследования определяется тремя причинами. Во-первых, развитие технологий привело к увеличению контактов между людьми, вследствие чего внимание нацелено на уяснение содержания высказываний, а не на их формальное выражение. Во-вторых, в лексикографических источниках зафиксированы различные формы употребления множественного числа существительных. В-третьих, студенческая молодежь, речь которой подверглась исследованию, является выразителем всех современных течений, как позитивных, так и негативных, происходящих в языке. Студенческая среда представляет большой интерес для исследования многих языковых явлений, например, паронимов [7], способов репрезентации концептов [5; 8].

Цель исследования: выявить трудные случаи употребления множественного числа существительных студентами. Методы исследования: анализ литературы по проблеме, опрос, статистическая обработка данных.

Категория множественного числа является одним из проявлений более общей категории – категории количества. Отражая окружающую действительность, естественные языки классифицируют, систематизируют ее при помощи своих специфических средств. Категория количества – универсальная категория, не зависящая от специфики отдельных языков. К средствам языковой количественности относятся: особый грамматический класс слов – имена числительные, грамматическое число, единичность, собирательность, частота (фреквентативность), способы выражения временной и пространственной количественности, направления, размера, интенсивности

признака, качества и действия [1; 4; 6]. Кроме этого, количественность заложена в семантике многих лексических единиц. Наиболее явно количественность выражается при помощи грамматического числа.

Появление категории множественно числа в языке – пример такого языкового явления, как экономия, а именно, множество однородных предметов называть одним словом, но в особом грамматическом оформлении. Об этом писал гениальный российский мыслитель и ученый М.В. Ломоносов. Он говорил о склонности людей к сокращению слова: вместо многократного повторения одного и того же слова для обозначения множества предметов использовать краткий способ – форма множественного числа [3].

Множественное число – это грамматическая категория, используемая при обозначении более чем одного предмета из ряда однородных, объединённых по какому-либо признаку. В русском языке категория числа существительных тесно связана с категориями падежа и рода [2]. Если сравнивать русский язык с его преимущественной синтетичностью с английским языком, отличающимся аналитичностью, то следует признать, что формальных показателей множественного числа в русском языке значительно больше, чем в английском.

Образовать форму множественного числа существительного не так уж просто, т.к. в русском языке существует много способов его образования. Иногда окончания существительных во множественном числе зависят не только от формально-морфологических показателей, но и от семантики слов. Кроме того, изменение формы существительного с единственного числа на множественное может вести к изменению ударения, появлению новых элементов или исчезновению имеющихся. Следует иметь в виду, что нормы литературного языка подвержены изменению, следовательно, может существовать несколько форм множественного числа одних и тех же существительных.

Для достижения цели нашего исследования мы предложили студентам 1-ого и 2-ого курсов выполнить несколько заданий. В первом задании надо было образовать множественное число именительного падежа от существительных единственного числа, например, таких, как договор, месяц, профессор, паспорт, сторож.

Наибольшее затруднение в образовании формы множественного числа существительных вызвали такие слова, как *договор, тренер, месяц* (Рис. 1).



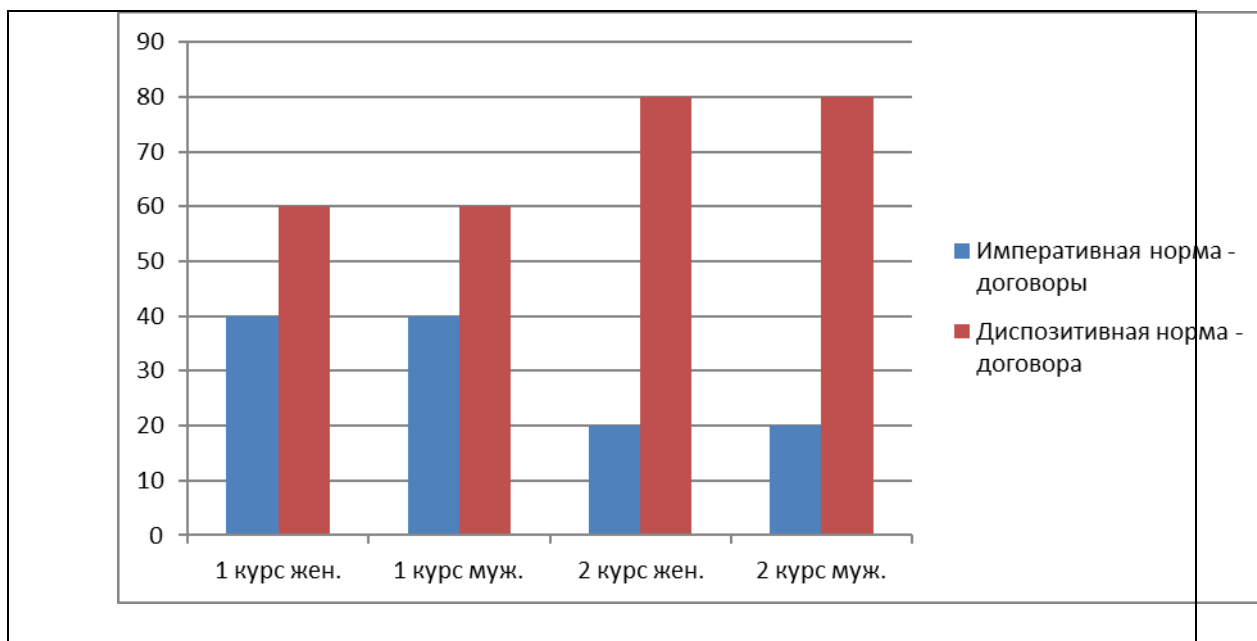


Рисунок 1 – Распределение форм образования множественного числа слова «договор»

При изменении числа слово *договор* приобретает окончание *-ы* – *договоры*, относится к правилам образования множественной формы слов мужского рода (*поворот – повороты, инструктор – инструкторы*). Она является рекомендуемой формой написания существительного. Но в некоторых современных словарях как допустимая норма приводится и форма *договора* (с ударением на последнем слоге). Эти словари разрешают использовать ее в устной речи по аналогии с другими профессиональными словами: *борт – борта, профессор – профессора, скутер – скутера* и др. Подобная тенденция наблюдается и по отношению к слову *тренеры*. В русском литературном языке существительное мужского рода второго склонения *тренер* имеет форму именительного падежа множественного числа – *тренеры*. Однако в реальности слово *тренера*, относящееся к профессиональному жаргону, используется гораздо чаще. В связи с этим студенты заблуждаются, принимая диспозитивную норму за императивную.

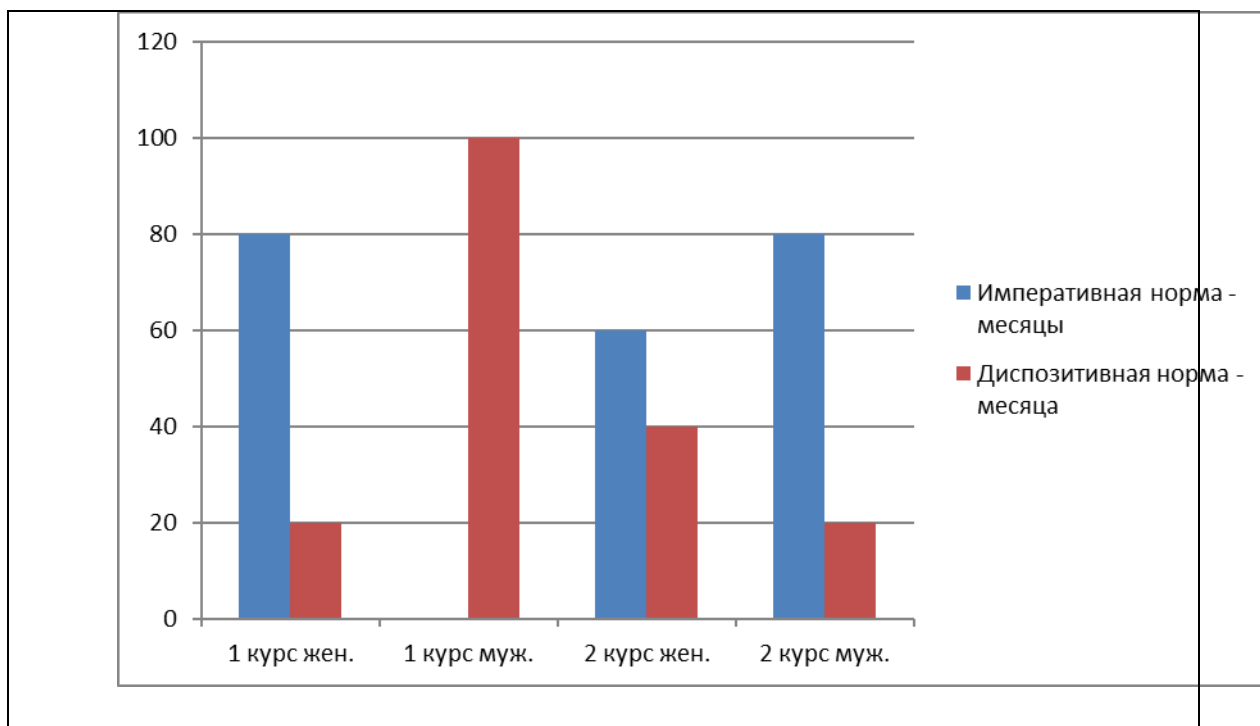


Рисунок 2 – Распределение форм образования множественного числа слова «месяц»

Данные нашего опроса свидетельствуют, что студенты чаще выбирают форму с окончанием *-а*. Так, форма «месяца» в ответах оказалась более частотной, чем *месяцы*. Существительное *месяц* во множественном числе именительного падежа пишется всегда с окончанием на *-ы*. Этот вариант зафиксирован во многих словарях русского языка. Некоторые составители современных словарей русского языка допускают использование варианта слова *месяца* в форме множественного числа именительного падежа. Однако подавляющее большинство словарей указывают на несоответствие такого варианта литературной норме (Рис. 2).

Совершенно противоположно ведут себя некоторые слова данного класса. Так, например, согласно современным правилам русского языка одушевленное существительное *профессор* во множественном числе имеет окончание *-а*. *Профессоры* считается устаревшим вариантом, однако может встречаться в художественной литературе.

Единого правила, регулирующего выбор окончания *-а (-я)* или *-ы (-и)*, в русском языке не существует, поэтому нужно запоминать нормативные формы именительного падежа множественного числа существительных второго склонения или в случае затруднения обращаться к словарю.

Исходя из данных, полученных в ходе опроса, можно сделать вывод о том, что в первом задании большее количество неверных ответов дали юноши первого курса и девушки второго курса.

Второе задание предусматривало противоположную процедуру: необходимо было образовать форму единственного числа от существительных, стоящих во множественном числе: *тапки, кеды, кроссовки, рельсы* и т.д.

Наибольшее затруднение вызвали такие слова, как *тапки*, *кроссовки*, *рельсы* (Рис. 3; Рис. 4).

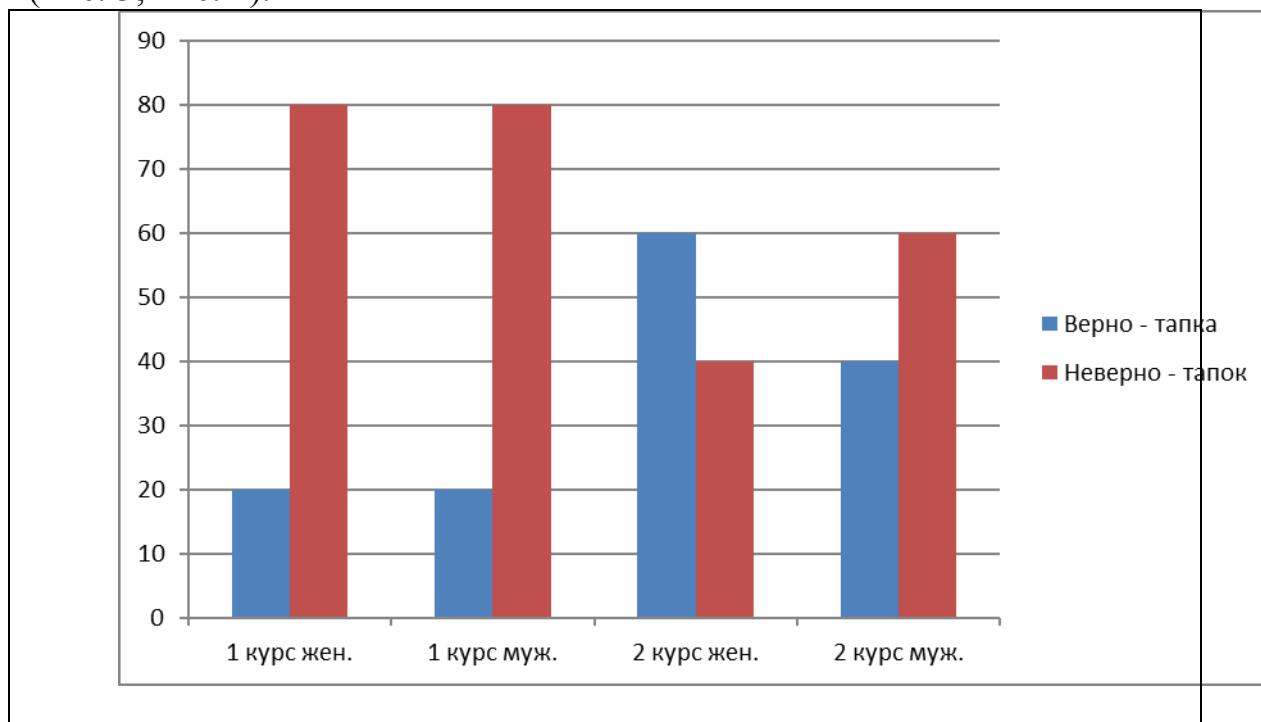


Рисунок 3 – Распределение форм образования единственного числа слова «тапки»

У слова *тапки* согласно морфологической норме современного русского языка формой единственного числа является существительное *тапка*, имеющее категорию женского рода. Часто встречающееся в бытовой речи слово *тапок*<sup>х</sup> в форме именительного падежа единственного числа мужского рода не соответствует нормам литературного языка. Следовательно, из двух рассмотренных вариантов слова в речи необходимо использовать форму единственного числа женского рода существительного *одна тапка* как соответствующую нормам литературного русского языка. Соответственно, слово, образованное от слова *тапка* при помощи уменьшительно-ласкательного суффикса *тапочка* тоже принадлежит женскому роду.

Правила употребления слов *кроссовки*, *тапки*, *рельсы* в единственном числе не существует. Необходимо запомнить: *кроссовки* – *кроссовка*; *рельсы* – *рельс*.

Наибольшее количество неверных ответов дали девушки первого курса и юноши второго курса.

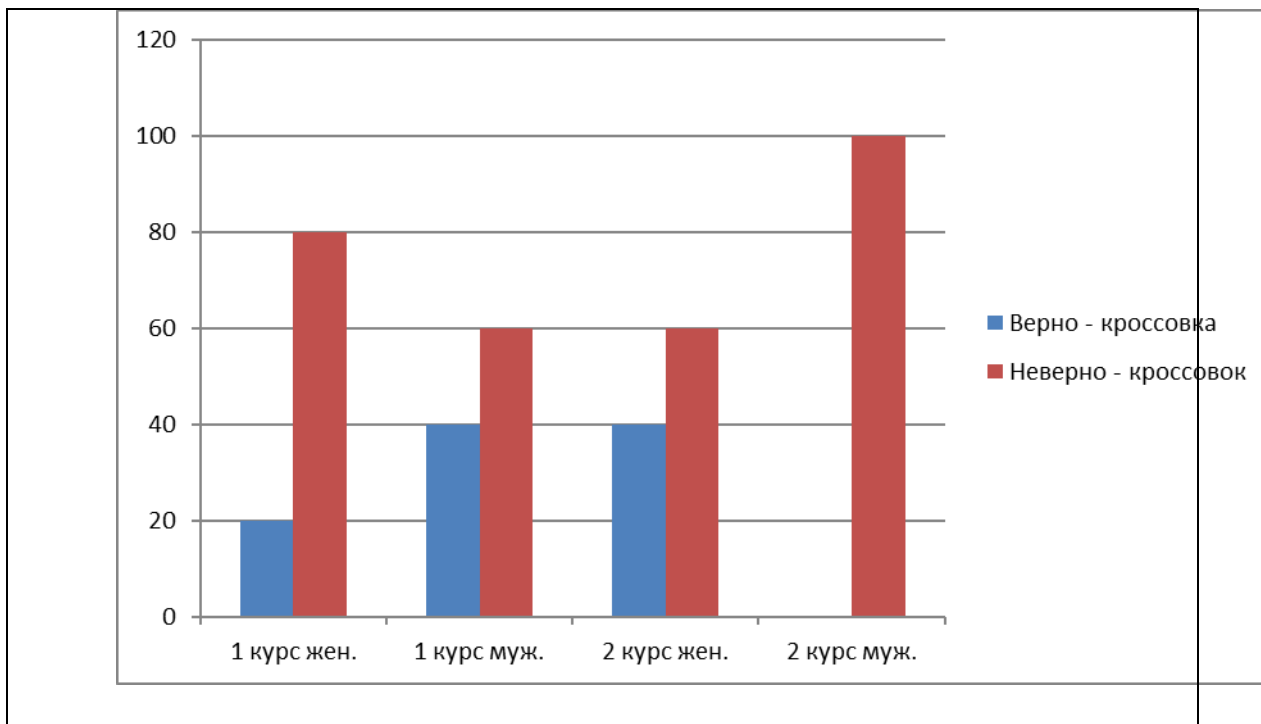


Рисунок 4 – Распределение форм образования единственного числа слова «кроссовки»

Содержание третьего задания предусматривало образование форм именительного и родительного падежей от существительных единственного числа. Наибольшее затруднение вызвало склонение слова *соболь* (Рис. 5).

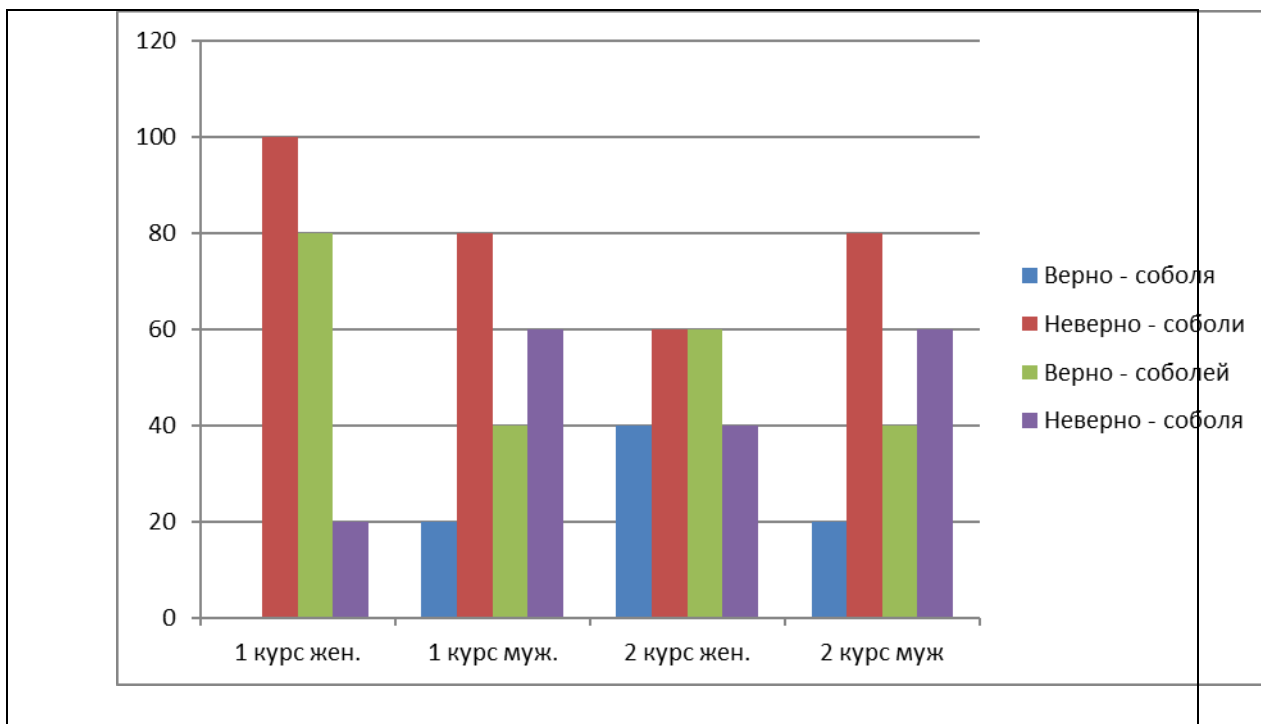


Рисунок 5 – Распределение падежных форм множественного числа слова «соболь»

Необходимо отметить, что *соболь* – существительное мужского рода, первого склонения. У одушевлённых существительных мужского рода совпадают окончания в родительном и винительном падеже единственного числа (*соболь* – *соболя* – *соболя*). Наилучшие результаты показали юноши и 1-ого, и 2-ого курсов.

Таким образом, данные опросов приводят к выводу, что студенты в основном знакомы с правилами образования множественного числа, но довольно часто используют ненормативные формы повседневных, привычных слов.

### Список литературы

1. Костина Н.Г. Категория интенсивности в английском языке [Текст] / Н.Г. Костина, В.Ф. Ремизова // Материалы международной научно-практической конференции «Филологические чтения» (декабрь 2014 г.) Оренбург: ОГУ, 2015. – С. 190-198.

2. Лингвистический энциклопедический словарь [Текст] / под ред. В. И. Ярцевой. – М.: Научное изд-во «Большая российская энциклопедия», 2002. – 507 с.

3. Ломоносов, М. В. Полное собрание сочинений. Т. 7: Труды по филологии 1739 – 1758 гг. [Текст] / М.В. Ломоносов. – М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1952. – С. 89-378.

4. Моисеева, И.Ю., Ремизова, В.Ф. Интенсификаторы в английском языке: функционально-стилистический и грамматический аспекты [Электронный ресурс] / И.Ю. Моисеева, В.Ф. Ремизова // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/121-18342>

5. Нестерова Т.Г., Ремизова В.Ф., Маркова Г.А. Содержание концепта «успех» в русской языковой картине мира [Электронный ресурс] // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2019 №1, <https://sfk-mn.ru/PDF/26FLSK119.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

6. Ремизова В.Ф. Интенсификаторы в английском и русском языках: особенности употребления [Электронный ресурс] / В.Ф. Ремизова // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. Материалы Всероссийской научно-методической конференции (с международным участием). Оренбург, ОГУ, 2015. – С. 1890-1895.

7. Ремизова, В.Ф. Проблемы нормативного употребления паронимов в студенческой среде (на примере русского и английского языков) [Электронный ресурс] / В.Ф. Ремизова, К.Р. Худайгулова // Материалы международной научно-методической конференции «Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры» (январь 2019 г.). Оренбург: ОГУ, 2019. CD-R. – С. 2534-2538.

8. Ремизова, В.Ф., Нестерова, Т.Г. Репрезентации профтоэкономического концепта «бедность» [Электронный ресурс] / В.Ф. Ремизова, Т.Г. Нестерова,

О.Н. Конюченко // Актуальные проблемы экономической деятельности и образования в современных условиях Сборник научных трудов Тринадцатой Международной научно-практической конференции. 2018. С. 288-297.

9. Ремизова, В.Ф. Формирование коммуникативной компетентности студентов в образовательном процессе: дис. канд. пед. наук. [Текст] / В.Ф. Ремизова. – Оренбург, 2006. – 218 с.

10. Сафонова О.Н., Шумилина, Н.С. Коммуникативная компетенция как составляющая профессионально-этической направленности личности будущего экономиста [Электронный ресурс] / О.Н. Сафонова, Н.С. Шумилина // Современные проблемы науки и образования. – 2016. – № 3. Режим доступа: URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=24715> (дата обращения: 25.08.2019).

11. Снатенков, А.А., Абрамов, С.Ю., Нестерова, Т.Г. Оценка состояния высшего образования: региональный аспект [Текст] / А.А. Снатенков, С.Ю. Абрамов, Т.Г. Нестерова // Экономика и предпринимательство. – 2018. № 10 (99). – С. 457-461.

12. Шумилина Н.С. Программа формирования профессионально-этической направленности личности студента вузов [Текст] / Н.С. Шумилина // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Образование. Педагогические науки. – 2012. № 4 (263). – С. 121-123.

## ИМПЛИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОККАЗИОНАЛЬНЫХ СОЧЕТАНИЙ СЛОВ

Горова И.Г., канд. филол. наук, доцент  
Егорова Н.В., канд. филол. наук  
Оренбургский государственный университет

Интерес современных исследователей к проблеме имплицитности связан с изучением неявно выраженной информации, которая получает деятельностную интерпретацию. Актуальность поставленной проблемы определяется рассмотрением окказиональных сочетаний слов как носителя имплицитной информации в художественном тексте. Необходимость углубленного анализа понятия имплицитности как одной из ведущих категорий текста, а также рассмотрение имплицитного потенциала окказиональных сочетаний слов, функционирующих в художественном тексте, диктуется все возрастающим интересом к проблеме понимания текста как деятельности.

Данное исследование направлено на выявление потенциала окказиональных сочетаний слов как носителя имплицитной информации и представление одного из вариантов понимания смысла художественного текста посредством интерпретации имплицитных возможностей окказиональных сочетаний слов.

«Текст есть продукт, порожденный языковой личностью и адресованный языковой личности» [16: 159]. Множественность прочтений становится главным качеством текста, которому автор сознательно не дает однозначности [14: 9]. Интерпретация связана с интеллектуальной базой читателя, его ментальными представлениями. Путь, который проходит читатель при восприятии текста, может быть представлен в виде следующей цепочки: физическое восприятие текста → понимание прямого «поверхностного» значения → соотнесение с контекстом (в широком смысле этого слова) → понимание «глубинного» значения → соотнесение с фоновыми знаниями → интеллектуально-эмоциональное восприятие текста → осознание смысла текста [12: 227; 7: 4067].

Таким образом, читатель в тексте находит связи и отношения элементов и сложного целого, что дает ему ключ к пониманию произведения. Это понимание тем глубже, чем богаче собственный тезаурус читателя. В этой связи можно говорить о множественности вариантов интерпретации смысла художественного текста.

Существует ряд языковых и речевых явлений, в связи с которыми принято говорить о двуплановости, подтексте, скрытом смысле [10: 58-61]. В каждом тексте присутствуют подобные образования, и именно они порой затрудняют понимание текста или его части, так как обладают имплицитным содержанием.

Явление имплицитности исследуется с разных точек зрения: в лингвистическом, психолингвистическом, этнолингвистическом, культурологическом, методическом аспектах, на разных уровнях языковой системы: лексико-семантическом, грамматическом, словообразовательном, синтаксическом и др. [5: 22-33]. В области когнитивной лингвистики и психолингвистики явление имплицитности получило отражение в трудах как отечественных ученых (И.А. Зимняя, В.З. Демьянков, Л.В. Лисоченко и др.), так и зарубежных (Б.Д. Хоумер, Дж. Т. Рэмзи, А. Бегг и др.). Вопросы, связанные с выявлением имплицитной информации, ее интерпретацией, рассматриваются в работах по методике преподавания русского языка как иностранного [8].

Имплицитность – это особенность языковых единиц хранить особым образом выраженную информацию, которую адресат должен выявить из текста с учетом заданного контекста благодаря своему жизненному опыту и собственным знаниям.

Принято выделять следующие типы имплицитной информации: экстралингвистическая; текстуальная, дискурсивная; коммуникативная; общекультурная и этноспецифическая [3]. Созданию имплицитной информации служит универсальный механизм сокращения вербального состава текста (компрессия), приводящий к оптимизации системы языковых средств, что на речевом уровне соответствует уплотнению вербального состава высказывания [17: 29].

На лексико-семантическом уровне имплицитность проявляется в результате совмещения значений многозначных слов, различных коннотаций этих значений, «категориальных сдвигов» (метафор, метонимий), эвфемизмов, перифрастических замен, фразеологизмов [2: 18-20]. Имплицитное значение слова проявляется только в плане синтагматики, в словосочетании. Подтекстовые импликации создаются благодаря механизму внутритекстовой семантической актуализации, т.е. способности художественного текста устанавливать внутритекстовые (парадигматические) связи между элементами в своей структуре.

Традиционно выделяют следующие виды вербального контекста: разрешающий, поддерживающий, погашающий, компенсирующий, интенсифицирующий. Для выражения имплицитной информации в художественном тексте чаще используется погашающий и интенсифицирующий контекст. Погашающий контекст создает окказиональное значение, отсутствующее в системе языка. Интенсифицирующий контекст способствует приращению смысла в процессе восприятия текста. Данные виды контекста способствуют созданию семантических окказионализмов, в том числе и окказиональных сочетаний слов.

Помимо вербального контекста на формирование семантического содержания художественного текста оказывает влияние экстралингвистический контекст, включающий знания и ментальные представления автора и адресата



текста, культурные традиции, жизненные ситуации, индивидуальный и коллективный опыт, интеллектуальные способности и т.д.

Выявление заложенной в тексте информации может быть осуществлено посредством нескольких подходов: от автора к тексту (через изучение и понимание автора, его биографической жизни, особенностей психологии и пр.) и от текста к автору (через выявление специфики структурно-семантических параметров текста, «приращения смысла», выявление внутритекстовых связей разноуровневых языковых единиц и пр.). Оба подхода фактически дополняют друг друга и позволяют воспринять и интерпретировать информацию, которая заложена в тексте [1: 83].

Одним из примеров писательской рефлексии, по нашему мнению, являются окказионализмы. Некоторые из них могут выступать в качестве идиоглоссы (разновидности ключевого слова). Иными словами, эти окказионализмы многократно используются в произведениях разных жанров одного автора, выступают в качестве производящей основы новых слов, образующих словообразовательное гнездо, а также устанавливают новые валентные связи в составе окказиональных сочетаний слов. Например, *общечеловек* Ф.М. Достоевского [11], *кислота* (*кислоты, кислятина, кисляйство*) А.П. Чехова [6: 13] и др. «Уникальность окказиональных слов имманентна и связана со спецификой их характера: они представляют собой органичный сплав языковой традиции и индивидуальной авторской речи, стереотипного и креативного, прецедентного и неожиданного; для их понимания необходимы определенные лингвистические и экстралингвистические фоновые знания; они могут вызывать как предсказуемые, так и спонтанные ассоциации» [13].

Вопрос о статусе окказиональных сочетаний слов рассматривался в работах Г. Шпербера, В.Б. Шкловского, В.В. Виноградова, В.К. Телии, И.Р. Гальперина, Е.Г. Ковалевской и др. Ученые едины в понимании контекста сочетаемости как области, где совершаются и обнаруживаются преобразования семантики слова. Под окказиональными сочетаниями слов понимаются неcodифицированные необычные соединения лексем, состоящие из двух и более слов и характеризующиеся набором дифференциальных признаков, среди которых наряду с основными признаками окказионального слова выделяется способность быть микроконтекстом семантического преобразования слова. Производить анализ окказионального образования следует только в его контекстной позиции, так как авторское слово появляется в контексте, формируется им, часто само является текстообразующей единицей.

Обычно для того, чтобы понять смысл высказывания, читателю достаточно произвести простейшие мыслительные операции, знать значение слов, употребленных автором в определенном контексте, иметь представление об особенностях образования слов и построения синтаксических конструкций в данном языке. Иначе обстоит дело с текстом, содержащим окказиональные элементы, в которых информация о предмете речи представлена имплицитно. В этом случае читатель сталкивается с процессом сотворчества, выступает как

соавтор, поскольку для понимания текста он должен преодолеть путь, который прошел автор, создавая этот код, текстовые лакуны, требующие от читателя таланта интерпретатора.

Поскольку смысл текста – это результат писательской рефлексии и ассоциативной деятельности читателя, возможны различные варианты и модели интерпретации имплицитной информации, что обусловлено интеллектуальной базой автора, читателей, их ментальными представлениями. Маркеры имплицитной информации могут относиться к любому уровню языка.

В окказиональных сочетаниях слов реализуется принцип экономии. План содержания в окказионализмах этого типа значительно шире плана выражения. В связи с этим интерпретация семантики окказиональных сочетаний слов, функционирующих в художественном тексте, осуществляется в контексте (узком, широком, экстралингвистическом), с опорой на когнитивную среду (концептуальную систему, фоновые знания, тезаурус личности писателя и др.). Контекст выступает, с одной стороны, как способ кодировки авторского замысла, а с другой – как необходимое условие для извлечения скрытого смысла из текста, то есть декодировки [4: 103-104].

Проиллюстрируем вышеизложенное примерами.

А.И. Солженицын в романе «Красное колесо» [15] создает большое количество окказиональных сочетаний слов, требующих интеллектуальных усилий для их понимания, например: *диковатая поросль еще-не-бородки; розовато-серая пантера, багряно-желанный билет, бело-горящий счет по шарам и картам, усо-бородый низ лица, ладанно-сизый дух, двулезый свет ученья, долгоносый Сазонов, дремучемордый казак, изобретательно-шнуровая полоска усов, изящно-гнутые объятия, лениво-безразличные глаза, ломоногие буераки, настойчиво-свойственная Столыпину русская нота, обостренно-оживленное лицо, огненно-дымная страсть, петушье-кукушкинские перехвалы, подслеповато-недолепленные морды крупье, пожарно-революционная война, понуро-печальный богатырь, туполобая патриотка, ширококрылое озеро Омудев, ярко-темная бабочка и др.*

Так, в одной из глав романа встречаем словосочетание *усо-бородый низ лица*, характеризующее генерала Самсонова. Данное сочетание слов понятно и вне контекста ('лицо с бородой и усами'). Однако привлечение расширенного контекста и экстралингвистических данных позволяет выявить имплицитную информацию с опорой на актуализаторы: «...крупное большое лицо..., на треть закрытое невысевшей бородой и усами», «толстые губы прикрывались спокойной зарослью» [15: 92], «нижняя часть лица Самсонова... была усами и бородой – государева, под Государя, и так же почти скрыты как будто спокойные, но далеко не уверенные губы» [15: 102]. Сема 'как у государя, Николая II' представлена имплицитно, выявляется только благодаря привлечению дополнительных средств и позволяет точнее определить значение словосочетания *усо-бородый низ лица*: 'лицо, на треть закрытое бородой и усами, как у Николая II'.

Если в предыдущем примере имплицитная информация выявлялась в расширенном контексте за счет актуализаторов окказиональной семантики, то в сочетании слов *ширококрылое озеро* окказиональность развивается за счет необычного сочетания слов: сложное прилагательное *ширококрылое* соотносится со словосочетанием «с широкими крыльями» и традиционно не сочетается с существительным *озеро*. Контекст не содержит актуализаторов семантики: «Строились идти из Омудеффефа опять же на север, надо было обходить *ширококрылое* озеро Омудев» [15: 140]. Для выявления дополнительных приращений смысла, представленных имплицитно, необходимо привлечение фоновых знаний. Слово *крыло* употреблено в переносном значении ‘боковая часть водоема’, поскольку озеро Омудев по форме действительно напоминает птицу с широкими распростертыми крыльями. В подобных сложениях метафоризация второй основы идет за счет внешнего сходства. Значение новообразования *ширококрылое озеро* можно сформулировать как ‘большое, широкое, вытянутое в обе стороны, с очертаниями, напоминающими птицу озеро’.

Интересна трансформация окказионального сочетания слов *ладанно-сизый дух*, представляющего собой соединение признаков, характеризующих определяемое слово с разных сторон: отнесенность к предмету и его цвет. Необычное соединение сложного прилагательного с существительным *дух* (прилагательное *сизый* является определением к прилагательному *ладанный*, которое определяет существительное *дух*), а также тот факт, что каждый из компонентов сложения может сочетаться с разными значениями существительного *дух*, позволяет сделать вывод о семантической двуплановости окказионального сочетания. В словарях дается следующее определение семантики существительного *дух* с пометой «устаревшее и просторечное»: ‘воздух’, ‘запах, аромат’. В анализируемом контексте существительное *дух*, на наш взгляд, употреблено в первом значении (‘воздух, насыщенный запахом ладана’). Таким образом, *ладанно-сизый дух* – ‘воздух, насыщенный запахом ладана, серо-синеватый в результате горения ароматического вещества при богослужении’. Однако в широком контексте есть актуализаторы имплицитной семантики: определение *примиряющий*, т.е. ‘способствующий терпимому отношению к кому-чему-либо’, а также устаревшее существительное *снисхождение*, отсутствующее в словарях современного русского языка, но включенное в словарную статью к слову *снисходить* (т.е. ‘спуститься сверху вниз /о Боге или Святом Духе/’) в «Толковом словаре живого великорусского языка» В.И. Даля [9: 248]. В данном случае на первый план выходит отнесенность к божественному началу.

С учетом словарных дефиниций и значений актуализаторов двуплановую семантику словосочетания *ладанно-сизый дух* можно определить как ‘воздух, насыщенный запахом ладана, серо-синеватый в результате курения при богослужении, окутывающий человека’; ‘оказывающий умиротворяющее воздействие на человека, связанное с верой в сверхъестественное, божественное начало’.

Таким образом, окказиональные сочетания слов наглядно демонстрируют механизм образования имплицитного смысла в художественном тексте. Процесс создания окказиональных сочетаний слов – сознательный творческий процесс, порождающий выявление читателем ассоциативных связей, заложенных в тексте как эксплицитно, так и имплицитно. Цель понимания состоит не только в интерпретации смысла текста, но и в активизации мыслительных процессов читателя. Процесс понимания имплицитных смыслов можно определить как диалог между автором и читателем через взаимодействие с контекстом.

В окказиональных сочетаниях слов реализуется принцип экономии: введение в художественный текст окказиональных сочетаний слов создает возможность свернуть ненужные детали описания, произвести отбор черт, релевантных для изображения ситуации. Значение окказионального сочетания слов не равно сумме значений компонентов, а опирается на узуальные значения слов, но всегда обогащается различными приращениями: коннотативными (стилистическими, эмотивно-оценочными) и ассоциативными (ассоциативные связи возникают между двумя словами, с широким контекстом, а также с экстралингвистическим контекстом). Окказиональное сочетание слов может включать прецедентное имя, относить читателя к прецедентной ситуации, содержать так называемые смысловые лакуны, без понимания которых невозможно понять смысл текста. Окказиональные сочетания слов являются носителем имплицитного смысла, смыслопорождающей, стилеобразующей, а иногда и текстообразующей единицей, отражающей видение мира писателя.

### Список литературы

1. Акетин, О.С. Семантическое пространство художественного текста как способ актуализации художественной картины мира / О.С. Акетин // Международный научный журнал «Символ науки». – 2017. – № 06. – С. 83-85.
2. Барышева, А.И. Имплицитность в тексте и аспекты ее анализа / А.И. Барышева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2015. – С. 18-20.
3. Белякова, И.Ю. О представлении имплицитной информации в когнитивном авторском тезаурусе / И.Ю. Белякова // Материалы международной научной конференции (ИРЯ им. В.В. Виноградова РАН, 20-22 мая 2010 г.). – М.: Издательский центр «Азбуковник», 2011. – С. 59-66.
4. Битокова, М.В. Поэтический текст как пространство для формирования и функционирования скрытых смыслов: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / М.В. Битокова. – Нальчик. 2015. – 174 с.
5. Бондарко, А.В. Эксплицитность/имплицитность в общей системе категоризации семантики / А.В. Бондарко // Эксплицитность/имплицитность выражения смыслов. – Калининград; Светлогорск, 2016. – С. 24.
6. Горовая, И.Г. К вопросу о языковом новаторстве А.П. Чехова /И.Г. Горовая // Вестник Оренбургского университета. – 2004. – № 11. – С. 10-13.

7. Гороя, И.Г. К вопросу о механизме интерпретации художественного текста / И.Г. Гороя // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 2 (18). – С. 4067-4070.
8. Гороя, И.Г. ИмPLICITный смысл публицистического текста в практике преподавания русского языка как иностранного (на материале учебника «Дорога в Россию») / И.Г. Гороя, К.Н. Акашева // *Современные наукоемкие технологии*. – 2018. – № 7. – С. 162-166.
9. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка В. И. Даль. – 2006. – Т. 4. – Москва: РИПОЛ классик. – 754 с.
10. Ермакова, Е.В. Многоаспектность проблемы имPLICITности: многоаспектность в языке и речи / Е.В. Ермакова // *Известия Саратовского университета*. – Т. 9. – Сер. Социология. Политология. – Вып. 1. – С. 58-61.
11. Коробова, М.М. Слово «общечеловек» у Достоевского / М.М. Коробова // *Языковая личность: аспекты изучения*. – М.: МАКС Пресс, 2017. – С. 147-170.
12. Красных, В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? Человек. Сознание. Коммуникация / В.В Красных. – М.: Диалог-МГУ, 1998. – 352 с.
13. Нестерова, Н.М. Оказиональное слово как результат авторского словотворчества: границы переводимости / Н.М. Нестерова, Е.А. Наугольных, Е.В. Поздеева // *Вестник Томского государственного университета. Филология*. – Томск. – 2016. – № 4(42). – С. 44-58.
14. Рогова, К.А. Интерпретация современного художественного текста (лингвистический аспект) / К.А. Рогова // *Glossos, The Slavic and East European Language Resource Center*. – Issue 2, Winter, 2002. – 16 с.
15. Солженицын, А.И. Красное колесо: Повествование в отмеренных строках в 4-х узлах. Узел 1: Август четырнадцатого. В 2 Т. / А.И. Солженицын. – М.: Воениздат, 1993. – 968 с.
16. Степанов, Ю.С. Методы и принципы современной лингвистики / Ю.С. Степанов. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 312 с.
17. Шалудько, И.А. ИмPLICITность как принцип текстообразования и анализа литературного текста (на материале на материале испанских литературных памятников XII-XVII вв.): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.05 / И.А. Шалудько. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2016. – 45 с.

## **ХАРАКТЕРИСТИКА ЛОКАЛИЗАЦИИ ТЕКСТОВ В СФЕРЕ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ (на примере глянцевого журнала)**

**Дроженко Д.А., студент  
(Научный руководитель - Сапух Т.В., канд. пед. наук, доцент)  
Оренбургский государственный университет**

Перевод и локализация текстов является важнейшей проблемой для читателей из различных стран. Она касается различных сфер человеческой деятельности, в том числе и сферы красоты. Под языковой локализацией текста мы понимаем перевод и культурную адаптацию продукта к особенностям определённой страны, региона или группы населения. В лингвоиндустрии перевод рассматривается лишь как частный случай локализации. Когда мы подвергаем переводческим трансформациям конкретные фрагменты текста, локализация определяет вид текста и является стратегией. Данное понятие мы рассматриваем на примере текстов индустрии красоты в электронных версиях глянцевого журнала.

Глянцевый журнал представляет собой сложное дискурсивное и жанровое образование. Это сплетение, взаимодействие дискурсов моды и рекламы, где главную, доминирующую роль играет дискурс Моды. На первом месте в глянцевом журнале выступает иллюстрация. Она представляет собой визуальный код, выстраивающий систему символических ценностей: эстетических, моральных, социальных, гендерных и других. Из статей в глянцевых журналах, посвященных чаще всего моде, покупкам, отдыху, здоровому образу жизни, карьере, увлечениям и отношениям, можно узнать о самых ярких и интересных событиях светской жизни. Кинопремьеры, модные показы, вручение премий в разных областях – все то, что привлекает внимание звезд, интересно, по мнению создателей, и аудитории. Реклама является основным доходом таких журналов. Большая часть визуальной информации, так или иначе, является рекламным материалом, превращая весь журнал в своеобразный рекламный каталог потребительских товаров, где вся рекламная продукция – это мир роскоши.

Тем не менее, иллюстрации, даже в глянцевых журналах, почти всегда требуют поддержки текста: слова усиливают повествовательную способность иллюстрации. Глянцевая публикация в первую очередь выделяется частотой употребления специальной, «модной» лексики, характерной только для этого вида прессы. Самыми популярными на сегодняшний день являются слова: «кутюрье» (франц. *couturiere* – портниха от *couture* – шитье, сшивание, художник-модельер одежды. Первым кутюрье в мире моды признан Ч. Ф. Вирт), «дефиле» (франц. *defile* – узкий проход, демонстрация модной одежды), «подиум» (возвышение на эстраде, в зале, студии скульптора, художника для натуры, модели, манекенщиков и т.п.), «мода», «дизайнер» (художник-оформитель, специалист в области дизайна), «стиль», «тренд», «образ», «тенденция», «имидж» (англ. *image*, лат. *imago* – образ, вид, целенаправленно

формируемый образ какого-либо лица, явления, предмета, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т. п.), «философия», «vip-обслуживание», «звезда», «фаворит», «бренд» (англ. brand – марка, термин в маркетинге, символизирующий комплекс информации о компании, продукте или услуге, позволяющий выделить компанию среди конкурентов и параллельно создать ей репутацию), «проект», «концепция» (система связанных между собою и вытекающих один из другого взглядов на те или иные явления), «презентация» (публичное представление чего-л. нового, недавно появившегося, созданного), «коллекция», «квинтэссенция» (лат. quinta essentia – пятая сущность, основа, самая суть чего-либо), «элита», «шоу-бизнес», «креативность» (лат. creatio – созидание, сотворение, творческая, созидательная, новаторская деятельность) и т.д. Функциональная специфика подобной лексики заключается в том, чтобы показать читателю особенность того образа жизни, который пропагандирует глянцевого журнал.

Развитые электронные женские журналы отличаются простым, но в то же время запоминающимся графическим оформлением: удобные для легкого прочтения текстовые блоки, логотипы, эмблематика, элементы анимации, объединенные в один фирменный стиль для всех порталов и вложенных страниц. Заголовки и подзаголовки текстов на главной странице портала функционируют как ссылки на материалы. Практически каждое слово и визуализация представляют собой ссылку либо на материалы данного издания, либо код, по которому осуществляется поиск этого ресурса в сети. Линки, размещенные на главной веб-странице, как правило, являются средством перехода к вложенной системе текстов, ссылок на материалы архива и ссылки на внешние сетевые ресурсы.

Проанализируем электронную версию одного из популярных глянцевых журналов «Vogue». Сравним домашние страницы американской и русской версий. Это действительно роскошные витрины-порталы, собранные в стопу, их тематическая разбивка повторяет рубрикации печатного журнала.

В американской версии представлены следующие названия рубрик: Beauty; Culture; Living; Runway; Magazine; VogueWorld; City guides; Video; Projects.

В русской версии представлены следующие названия рубрик: Moda; Коллекции; Красота; Украшения; Радости жизни; Suzy Menkes; Видео.

Как можно заметить совпадают только две темы журнала: beauty- красота, video- видео. Но есть и похожие рубрики под разными названиями: living- радости жизни.

Отличительной чертой журнала является простое, но запоминающееся графическое оформление. Оптимальность, достигнутая сбалансированной пропорцией текстовых блоков, анимации и иллюстраций, в полной мере относится и к электронным версиям «Vogue».

Различия в языковом оформлении англо- и русскоязычных сайтов связаны с разной частотностью использования языковых единиц и с

несовпадением содержания грамматических категорий в двух языках и отражают этнокультурную специфику языковой презентации познавательной деятельности индивида.

Сравнительный анализ композиции сайтов показывает, что и американские, и русские сайты отражают основные тенденции гипертекста к интерактивности, информационной насыщенности за счет ссылок, использованию всех видов медиа. В целом русскоязычные сайты женских журналов следуют формату оригиналов, одновременно отличаясь рядом существенных признаков, что позволяет говорить о явлении локализации. По форме подачи эти материалы также следуют заданным жанровым стандартам; вторичный характер русскоязычных текстов проявляется также в англоязычных заимствованиях, включениях иноязычных слов и словосочетаний и несколько искусственном стиле.

Таким образом, перевод и локализация текстов на современном этапе развития общества играют очень важную роль, так как это своего рода явление, при помощи которого происходит диалог культур, ознакомление одних народов с достижениями, менталитетом и традициями других. Локализация текстов индустрии красоты является задачей, которая требует творческого решения. В сложном процессе полной и качественной локализации электронной версии глянцевого журнала участвуют разные специалисты: переводчики, разработчики, дизайнеры. На протяжении всех этапов локализации необходимо учитывать особенности восприятия контента и графики требуемой иностранной аудиторией, стратегии маркетинга и другие важные параметры. Локализация не ограничивается переводом отдельных текстовых составляющих. Локализация является формой межкультурной коммуникации, успешность которой возможна при условии учета социокультурных компонентов языка пользователей.

### **Список литературы**

1. Домовец, О.С. Манипуляция в рекламном дискурсе. / О.С. Домовец // Аспекты лингвистики и лингводидактики. – 1999. – No 1.– С. 167.
2. Петрова, Е.С. Понятие локализации в межъязыковом и внутриязыковом переводе / Е.С.Петрова Университетское переводоведение. – 2001. – No 2.– С.410.
3. Слепцова, А. Н. Глянцевый журнал как жанр современной массовой культуры / А.Н. Слепцова, О.В. Ромах // Аналитика культурологи. – 2008.– No7.–С. 55.



## ОНЛАЙН-ПЕТИЦИЯ КАК ЖАНР ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДЕЛОВОГО ДИСКУРСА

Горовая И.Г., Егорова Н.В.  
Оренбургский государственный университет

Жанр онлайн-петиции – это сравнительно новый жанр в институциональном деловом дискурсе, набирающий все большую популярность в области общественной коммуникации и начинающий заинтересовывать все большую и большую аудиторию филологов. Слово «петиция» содержит в себе все без исключения формы взаимодействия граждан и представителей власти – претензия, прошение, ходатайство, обращение и т.д. Главная задача онлайн-петиции – сосредоточить внимание официальных структур или общества на существующих проблемах в различных сферах экономики, политики, общественной жизни, что дает возможность незамедлительно оказать влияние на развитие какого-либо движения или определить механизм социального давления.

При существующем многообразии классификаций дискурса в отечественном языкознании приобретает все большее распространение социолингвистическая типология, предполагающая существование персонального и институционального типов дискурса. Институциональный дискурс – это коммуникация в установленных рамках общественно-ролевых взаимоотношений. В отдельных языковедческих работах «институциональный дискурс» трактуется как «дискурс, осуществляемый в общественных институтах, общение в которых является составной частью их организации» [9]. Кроме того, следует отметить, что это «специализированная клишированная разновидность общения между людьми, которые могут не знать друг друга лично, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума» [4].

Институциональный дискурс, воспринимаемый как деловое общение, считается определенным измерением каждого институционального вида общения, как в устном, так и в письменном модусах и может быть осознан как онлайн – взаимодействие. Онлайн-петиция в институциональном дискурсе реализуется в конкретных логических видах и обладает многоцелевыми и национально-характерными особенностями.

Продвижение онлайн-петиции посредством электронных технологий через сеть Интернет подчиняет особенности передачи информации специфике интернет-дискурса. Под интернет-дискурсом подразумевается межличностное общение в сети Интернет.

В качестве специфических признаков онлайн-петиции выступают следующие: виртуальность – общение с условным незнакомым собеседником; глобальность – установление взаимодействия с любым пользователем в сети; гипертекстуальность – предоставление и понимание информации в различных системах записи (текстовом и мультимедийном) в приложениях к сообщениям.

Сопоставимость текста онлайн-петиции с электронным модусом не исключает отличительных черт, свойственных письменному модусу, однако расширяется рядом существенных характеристик.

Тексты онлайн-петиций отражают особенности русской языковой картины мира, ориентированной на две различные концепции коммуникативных ценностей внутри единой лингвокультуры. Данную черту современные ученые стремятся пояснить последующим способом: «Специфика русской культуры <...> выражалась в том, что связь с прошлым объективно наиболее резко ощущалась тогда, когда субъективно господствовала ориентация на полный с ним разрыв, и, напротив, ориентация на прошлое связывалась с вычеркиванием из памяти традиции и обращением к химерическим конструктам прошлого» [10]. Особенностью русской картины мира можно назвать также распределение областей индивидуального и официозного, собственного и постороннего. Российская субъективность очерчивает контуры «хорошей» российской коммуникации, взор на общество, обитаемый, сформированный либо синонимический «своим», равно как и в обществе «чужих» [3]. Такое разделение устанавливает высокий уровень оценочности речевого общения: все, что принадлежит к «моему / собственному / нашему» окружению, расценивается одобрительно, то, что относится к миру «другого / прочих / чужих», – лояльно либо негативно. Исследования выявили, что русские ориентированы на: содружество (гостеприимство, взаимовыручка, великодушие, доверчивость); духовные ценности (честность, ответственность, достоверность, талантливость); власть (чинопочитание, сотворение кумиров, управляемость и т. д.); лучшее будущее (вера в «авось», халатность, беспечность, неприспособленность, неуверенность в себе и т. д.); быстрое решение жизненных проблем (привычка к авралу, удалство, высокая трудоспособность, героизм и т. д.) [8]. В рамках лингвокультурологического опыта были обнаружены следующие наиболее частотные характеристики русских людей: 1) гостеприимство; 2) добросердечность; 3) любовь к Родине; 4) открытость; 5) развлеченье, духовность, откровенность, простота. В процессе выборочных опросов из числа различных групп населения к перечню ценностей современной русской картины мира были добавлены следующие: здоровье, семья, друзья, порядочность, язык, взгляды на жизнь, круг интересов, вера, профессия и национальность [8]. Данные ценностные установки обнаруживаются в русской языковой картине мира через существование таких ключевых концептов, как душа, судьба, горе, благополучие, разлука, справедливость. Помимо этого, русская картина мира выделяется присутствием «дублетных лингвоконцептов», никак не обретающих аналогов в других языках, таких как «правда» и «справедливость», «совесть» и «сознание», «соборность» и «коллективизм».

Невзирая на отличия основных концептов в любой из лингвокультур, подобные беспристрастные характеристики, равно как тесное географическое положение, единое предрасположение к христианским ценностям, углубленные многозначительные отношения, а кроме того интегрированность государств в

процедуре всемирного финансового формирования, обуславливают популяризацию «наднациональных ценностей» в российской культуре. Данные характерные черты обнаруживаются в языке онлайн-петиции с помощью вербализации этих либо других основных концептов, отображающих особенности ментальных речеповеденческих действий соучастников коммуникации в любой из лингвокультур.

Среди дискурсивных параметров онлайн-петиции важны заданные тональностью. Необходимо отметить, что отличие по тональности не сходится с отличием по стилю. Ученые фиксируют, что мы можем контактировать с неизвестными людьми в бытовом стиле, однако при этом очень официально, и наоборот, общенаучный образ способен гармонировать с весьма неофициальным нравом [5].

В качестве одного из системообразующих условий дискурса исследователями называется образ, так как характерные черты его задаются особенностью дискурса [6]. Образ представляется в качестве комплекта конкретных языковых средств: лексических, грамматических, синтаксических и др., применяемых в ходе вербальной работы в какой-либо сфере деятельности человека.

Состав дискурса, во многом характеризуемый жанрово-риторическими категориями, дает возможность реципиенту в основе существующих взглядов о нормах и законах общения, о степени уместности, о видах коммуникативного действия и т. п. причислить этот либо другой документ к конкретной области общения. Общественно-языковая фактическая работа в различных сферах деятельности человека сопутствует квалификации используемого в них языка. Эта квалификация обретает собственное отображение в формировании типологии многофункциональных манер стиля. Под функциональной манерой понимаются подсистемы языка, каждая из которых собственные характерные отличительные черты в лексике и фразеологии, в синтаксических системах, а в некоторых случаях и в фонетике.

Появление и наличие многофункциональных стилей обуславливается особенностью обстоятельств общения в различных областях человеческой деятельности [1]. Таким образом, параметром дифференциации манер представляется осуществление конкретной общественной функции стиля в связи с человеческой жизнедеятельностью. По этой причине значимой логической чертой онлайн-петиции считается установление риторических отличительных черт.

Жанр онлайн-петиции можно отнести к протестной коммуникации. Он представляет собой современную форму политического онлайн-участия граждан в общественной жизни, которая обладает высоким медийным потенциалом и плебисцитной функцией. Онлайн-петиция проходит в формате коммуникации власти и общества, в которой возможны риски электронной демократии.

По мнению Ребриной Л.Н., признаками онлайн-петиции как жанра институционального делового дискурса являются гибридность дискурсивных

данных (черты общественно-политического, публицистического, делового дискурсов, сеть интернет-дискурса, оттеняемых согласно референтному, субъектному, инструментальному характеристикам); полифункциональность и полиинтенциональность (особенности руководящих, справочно-оценивающих, агитационно-пропагандистских жанров); стилистическое смешение (взаимосвязь с публицистическими жанрами и жанрами официальной коммуникации); диалогизм, проявляющийся в транспозиции общественного адресата и адресанта, в едином нраве авторства и адресации (двувекторная адресация — обращение к возможным «подписантам» и субъекту власти, превращение массового адресата в коллективного адресанта, сочетание определенных конструкций при организации взаимодействия) [7].

Онлайн-петиция как жанр институционального делового дискурса, не обладая принципами для каких-либо санкций или изменения административных решений и законов, тем не менее, имеет значимую силу: петиции инициированы «снизу вверх» оппонентами; барьеры для создания или подписи петиций довольно невысокие; петиция, высланная в общественно-политическое учреждение, не может быть им проигнорирована; онлайн-петиций становятся объектом интереса со стороны общественно-политического института.

Стадия подготовки содержит в себе все функции, предшествующие подаче петиции – формирование текста петиции, подбор надлежащего адресата и получение подписей. Уже после того, как петиция подана, наступает ее рассмотрение, которое может содержать в себе контроль и проверку петиции в соответствие формальным требованиям, коммуникацию с истцами, общественные слушания и т.д. На этапе результатов выносятся постановления, которые затем доводятся до исполнения. Дальнейшим действием может быть, например, подача апелляции, направление петиции в иной петиционный аппарат или отклик в медиа.

Итак, каждая конкретная ситуация общения онлайн-петиции как жанра институционального делового дискурса, с одной стороны, реализует определенную прагматическую цель и подчиняет речевое поведение коммуникантов взаимодействию дискурсивных параметров, общих для представителей различных лингвокультур. С другой стороны, использование языковых средств институционального делового дискурса в процессе развертывания речевой стратегии онлайн-петиции является способом актуализации концептосферы представителя определенной культуры. Концепты могут по-разному восприниматься адресатами и именно контекст, в котором доходит до адресата концепт, ограничивает возможности его идентификации.

### **Список литературы**

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка: стилистика декодирования / И. В. Арнольд. – Л. : Просвещение, 1973. – 484 с.

2. Вежбицкая А. Речевые жанры / А. Вежбицкая ; пер. В. В. Дементьева // Жанры речи : сб. науч. ст. – Саратов, 1997. – С. 99–112.
3. Дементьев В. В. Коммуникативные ценности русской культуры: категория персональности в лексике и прагматике / В. В. Дементьев. – М. : Глобал Ком, 2013. – 336 с.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
5. Кибрик А. А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов / А. А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 2009. – № 2. – С. 3–21.
6. Приходько А. Н. Концепт в дискурсах vs концепты в дискурсе / А. Н. Приходько // Дискурс, концепт, жанр / отв. ред. М. Ю. Олешков. – Нижний Тагил, 2009. – 428 с.
7. Ребрина Л. Н. Онлайн-петиции как форма протестной коммуникации в условиях электронной демократии / Л. Н. Ребрина // Мир науки, культуры, образования. — 2018. — № 3 (70). — С. 478—483.
8. Сергеева А. В. Русские: стереотипы поведения, традиции, ментальность [Электронный ресурс] / А. В. Сергеева. – М. : Флинта : Наука, 2004. – 319 с. – Режим доступа: <http://lib.rus.ec>.
9. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. – М., Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
10. Успенский Б. Семиотика истории. Семиотика культуры [Электронный ресурс] / Б. Успенский, Ю. Лотман. – М. : Гнозис, 1994. – 432 с. – Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Culture/Ysp](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Ysp).

## ФЕНОМЕН ИРОНИИ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

Захарова А.П., студент  
Оренбургский государственный университет

С античных времен ирония остается многоаспектным явлением для исследований, поэтому проблематика ее изучения является актуальной и в наше время. Вопросом изучения данного феномена занималось множество лингвистов и литературоведов.

В лингвистической сфере ирония являлась объектом изучения для множества ученых и исследователей таких, как И.В.Арнольд, О.С.Ахманова, А.В.Сергиенко, О.Н.Телятникова, С.И.Походня, О.П.Ермакова, И.Б.Шатуновский, И.А.Снежкова.

На сегодняшний день ученые не пришли к единому мнению о роли иронии в современной лингвистике: многие ученые считают иронию стилистическим средством, однако некоторые лингвисты и литературоведы выделяют данный феномен как особый, самостоятельный вид комического.

Советский и российский лингвист, И.В.Арнольд считает, что ирония является стилистический приемом комического или, другими словами, тропом. Ученый также полагает, что ирония служит для выражения насмешки, за счет использования слов в значениях, которые прямо противоположны их основным значениям и с противоположными коннотациями, то есть, например, притворное восхваление, за которым скрыто порицание. Противоположность коннотации заключается в изменении оценочного компонента с положительного на отрицательный [1].

В своем словаре лингвист О.С.Ахманова также характеризует иронию в качестве «тропа, состоящего в употреблении слова в смысле, обратном буквальному с целью тонкой или скрытой насмешки; насмешка, нарочито облеченная в форму положительной характеристики или восхваления» [2].

Особое мнение имеет А. В. Сергиенко, характеризуя иронию как сложный гетерогенный феномен, который изучается в эстетике, литературоведении и стилистике. Таким образом, ирония – это не только стилистический прием, но и способ восприятия мира. Исследовательница выделяет два уровня понимания иронии:

1. Ирония – это один из компонентов эстетической категории комического;

2. Ирония является одним из стилистических приемов [6].

В своей работе лингвист О.Н.Телятникова, напротив, не отводит иронии особого места в контексте комического. Исследовательница заявляет о «комической модальности», которая представляет собой оценочное суждение говорящего с целью создания комического эффекта. Она считает иронию художественным тропом потому, что он может быть в роли изобразительно-выразительного средства юмора и сатиры [8].

Российский лингвист и культуролог, В.М.Пивоев, относит иронию к форме комического. Он считает, что ирония «выражается в мнимой похвале того, что заслуживает уничтожения и разрушения» [4]. При этом автор выделяет, что ирония способствует выражению эмоционально-оценочного отношения, которое имеет трехплановую структуру, при этом возможна и двуплановая структура [4].

Важно отметить, что российский ученый, лингвист, И. Б. Шатуновский характеризует иронию как особый языковой и семиотический прием, который основывается за счет взаимосвязанных и взаимообусловленных признаков [9].

Основываясь на данные работы исследователей-лингвистов, можно сделать вывод, что ирония – это особый феномен, который стоит особняком среди различных видов комического. Данное явление сложно отнести к тропам, поскольку оно более широкое и может быть создано при помощи различных выразительных средств, значительную часть которых составляют тропы и другие стилистические средства, речь о которых пойдет далее.

В лингвистике разработаны теоретические положения о типологии иронии и также о средствах ее передачи в языке.

Исследовательница, С.И.Походня, приводит два типа иронии: ситуативную и ассоциативную. При этом под первым типом подразумевается ирония, возникающая моментально и являющаяся экспрессивно окрашенной. Такой тип иронии характерен, в основном, для микрконтекстов и чаще всего употребляется в устной речи или в диалогической письменной речи. Например, часто употребляемая фраза: «ну, ты и молодец!» - используется в укор человеку, имея противоположное значение.

Ассоциативная ирония – более сложный тип иронии. Данный тип иронии представляет собой скрытую иронию, которая выражена имплицитно и характерна для мегаконтекстов, которые позволяют осмыслить текст более тщательно, в течение некоторого времени. Новые значения, возникающие в случае иронии такого типа, тоже реализуются постепенно.

Ярким примером ассоциативной иронии служит трагедия Уильяма Шекспира «Ромео и Джульетта». Главная героиня трагедии, Джульетта, влюблена в главного героя, Ромео. Для того, чтобы избежать брака с ненавистным графом, Джульетта выпивает большую дозу снотворного, совершая ложное самоубийство. Ассоциативная ирония проявляется в последней сцене, когда ее возлюбленный Ромео узнает о смерти героини и в ответ лишает себя жизни. Прейдя в себя, Джульетта осознает, что Ромео погиб, после чего она решает действительно покончить жизнь. Ирония раскрывается в процессе прочтения пьесы, создавая контраст между ожиданием и реальностью.

Таким образом, ассоциативная ирония играет важную роль в художественной литературе, являясь обязательным компонентом текста и восприятия, которое осуществляется одновременно с осмыслением самого действия художественного произведения. Иронический акт считается состоявшимся, когда читатель полностью ознакомился с текстом и осмыслил замысел автора [5].

Для рассмотрения способов выражения иронии, обратимся к работам О. П. Ермаковой, которая указывает, что ирония часто выражается при помощи оценочных слов. Она выделяет несколько типов слов, служащих для выражения иронии:

1. Оценочные:

а) с положительной оценкой: например, в устной речи часто употребляется фраза: «Ну, ты и молодец!». Она подчеркивает, что человек что-то сделал не так и вы не довольны этим.

б) с отрицательной оценкой: отрывок из стихотворения В.В.Маяковского «Нате»: «Вот вы, мужчина, у вас в усах капуста где-то недокушанных, недоеденных щей; вот вы, женщина, на вас белило густо, вы смотрите устрицей из раковин вещей»- данным способ автор демонстрирует презрение к бездуховным обывателям, которые живут одним инстинктом.

2. С чисто номинативными значениями: «Нельзя ли избавиться от этого роскошного ковра?»- вопрос посвящен грязной тряпке перед дверью.

3. Количественные: учителя часто произносят фразу «лес рук», когда в классе никто не собирается отвечать у доски.

4. Модальные:

а) модальные глаголы: Как она только умудрилась со всеми поссориться?

б) собственно модальные слова, частицы:

-Ты веришь в чудеса?

-Конечно, верю, они каждый день со мной происходят.

Исследовательница приходит к выводу, что в ироническом смысле могут использоваться любые части речи из системы знаменательных слов, а также из системы местоимений [3]

С.И.Походня считает, что ирония может быть выражена отдельным самостоятельным словом, свободным словосочетанием, стереотипным словосочетанием, а также полисемантическим словом и авторским окказионализмом. Лингвист утверждает, что из приведенных выше случаев, представлен один и тот же механизм реализации иронии: «взаимодействие прямого значения слова и его переносного значения, которое противоположно прямому значению, способствовало созданию имплицитного, формально не выраженного значения, одним из важнейших компонентов которого является модальность, которая отражает отношение автора высказывания к денотату. Данная модальность носит субъективно-оценочный характер» [5].

В качестве важных средств выражения иронии С.И.Походня выделяет цитирование, аллюзия и пародия.

Цитирование можно разделить на три вида:

1. Диалогическое цитирование: один из участников речевого акта повторяет высказывание (или его часть) другого участника.

2. Авторское цитирование: слово или словосочетание переходит из речи персонажа в авторскую речь

3. Несобственно-прямая речь: речь, которая состоит из цитат. Для создания текстовых форм иронии служат ретроспекция, проспекция и когезия.



Чаще всего когезия может быть выражена с помощью повторов. Значим также для выражения иронии лексический повтор (синонимический, перифрастический, тождественный), который, в свою очередь, может являться контактным или дистантным [5].

И.Б.Шатуновский различает паралингвистические сигналы (знаки) иронии, специальные слова и семантические (содержательные) сигналы иронии. К паралингвистическим сигналам иронии исследователь относит ироническую улыбку, усмешку и ухмылку. Одним из важнейших паралингвистических показателей иронии является ироническая интонация, однако интонация не может выражаться без какого-либо произнесенного вслух высказывания. И.Б.Шатуновский обращает также внимание на лексические показатели иронии и выделяет специальные слова, служащие для реализации иронии, некоторые из которых зафиксированы в словаре как иронические, например: благодарствуйте, пиэса, блюстититель, восседать и т. д. Сигналом иронии может также являться употребление возвышенной лексики, а также слов, принадлежащих научному и официально-деловому стилям в обыденных ситуациях и контекстах. Показателем иронии может быть сама семантика высказывания, которая является нарочито «ложной», аномальной. Содержание высказывания в каком-либо его аспекте не соотносится с действительностью. Данное несоответствие приводит к возникновению комического эффекта [9].

И.А.Снежкова выделяет языковые и неязыковые средства выражения иронии, а также говорит о так называемых сигналах иронии, под которыми она понимает «омонимичные лексемы, модальные частицы, антонимичные пары слов, контраст стиля и языкового материала, стилевые метафоры, пословицы и обороты речи, вопрос вместо утверждения, инверсии, нагромождение структур, повторы, гиперболы и литоты, употребление усиливающих, устаревших выражений, интонационные модуляции» [7].

Таким образом, вопрос о статусе иронии до сих пор остается открытым: некоторые лингвисты считают, что ирония является стилистическим средством и служит для выражения комического эффекта, это мнение разделяют также исследователи, которые определяют иронию, как средство создания «комической модальности» и не наделяют иронию статусом отдельного вида комического; другие исследователи утверждают, что ирония является отдельным, самостоятельным видом комического, наряду с юмором, сатирой и сарказмом. Одним из важнейших приемов создания иронии является – контраст, так как именно за счет сочетания несочетаемого, за счет противопоставления лексических единиц, а также противопоставления смыслов наиболее часто создается комический эффект. Также ирония может создаваться при помощи стилистических средств: антифразиса, антонимов, аллюзий, пародии и др.

### **Список литературы**

1. Арнольд И. В., *Стилистика: современный английский язык*, М., 2010

2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов, М., 1966
3. Ермакова О. П. Ирония и ее роль в жизни языка, Калуга, 2005
4. Пивоев В. М. Ирония как феномен культуры, Петразоводск, 2000
5. Походня С. И. Языковые виды и средства реализации иронии, Киев, 1989
6. Сергиенко А. В. Языковые возможности реализации иронии как разновидности импликации в художественных текстах, Саратов, 1995.
7. Снежкова И. А. Словообразование как средство выражения иронии у Т. Манна, Хабаровск, 2004.
8. Телятникова О. Н. Языковые средства выражения комической модальности, Самара, 2010.
9. Шатуновский И. Б. Ирония и ее виды// Логический анализ языка. Языковые механизмы комизма, М., 2007

# КОГНИТИВНЫЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИХ И СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ЯЗЫКА

Солодилова И.А., Иванова Л.В., Гуляева И.В.  
Оренбургский государственный университет

Лингвокогнитивный подход к изучению языковых явлений и процессов базируется, как известно, на понимании языка как средства репрезентации, организации, передачи и получения знаний. В одной из своих функций язык выступает средством фиксации полученной и переработанной в процессе когнитивной деятельности человека информации. Следовательно, языковые формы всех уровней хранят на себе печать этой деятельности, являясь «проекцией познанного человеком» [5: 22]. Признание данного факта позволило ученым говорить об интерпретативных возможностях языковых средств и, следовательно, о возможности реконструкции (моделирования) содержания концептуальных структур на основе анализа репрезентирующих данное содержание языковых средств и далее – объяснения языкового своеобразия, проявляющегося в различии форм выражения.

Интерес ученых к явлениям категоризации и концептуализации позволил выйти на категориальный уровень исследования, что дало толчок к осмыслению в лингвокогнитивном аспекте понятийных категорий (оценки, эмотивности, отрицания и др.), а также категорий грамматики. За грамматическими, лексико-грамматическими и словообразовательными категориями было также признано наличие интерпретативного потенциала, а сами категории и их языковые формы стали рассматриваться, с одной стороны, как форматы представления языкового знания, а с другой, – как особым образом организованные средства «упаковки» имеющихся знаний о реальном мире, отражающие специфику самого процесса познания, представления этих знаний и их взаимодействия с языковой системой. Теория о языковых форматах знания Н.Н. Болдырева позволяет последовательно описать грамматические и лексико-грамматические категории и их формы как принадлежащие к определенному формату (лексические категории – грамматические категории – модусные категории) [2].

Рассмотрение морфологических категорий в когнитивном аспекте и их изучение с описанных выше позиций позволяет выйти за пределы языковой системы и определить закономерности и механизмы формирования этого формата представления языкового знания, что, в свою очередь, является основой построения функционально последовательной теории освоения языка. Когнитивный подход позволяет подойти к проблеме реализации единицами языка их семантического и функционального потенциалов с точки зрения изучения их когнитивных оснований. В рамках данного подхода представляется возможным выявление когнитивных и языковых механизмов,

обуславливающих формирование соответствующего значения и влияющих на процесс его реализации.

Огромное значение для понимания и объяснения словообразовательных процессов и их результатов имеют сопутствующие или предваряющие номинацию процессы познания. Акт номинации составляет лишь часть гораздо более масштабного и более сложного процесса языкотворчества. Значимость субъекта языкотворчества в процессе перевода ментального содержания в языковое предопределяет антропоцентрический по своей сути подход к изучению в том числе и словообразовательного уровня языка.

Развитие идей когнитивной лингвистики и использование когнитивного подхода при изучении словообразовательных процессов позволило выделить в качестве самостоятельного понятие словообразовательного концепта, под которым понимается обобщенная мыслительная единица, отражающая явления действительности исходя из личного, в том числе интерпретативного опыта носителя языка, и кодируемая на языковом уровне словообразовательными формантами. Рассмотрение производного слова в когнитивном аспекте позволяет также говорить, что за каждой его частью стоит элементарный (базовый) концепт. Элементарные концепты объединяются в рамках производного слова в определенную концептуальную структуру. Словообразовательная структура производного слова в виде определенной комбинации элементарных концептов позволяет установить связи между концептами, закрепленными за частями производного слова, и определить роли этих отношений как хранителей информации [6]. Четко прослеживаемая обусловленность словообразовательных процессов двумя типами (форматами) знаний – лексическим и грамматическим – позволяет проследить их взаимодействие и выявить закономерности взаимовлияния. Лексические концепты стремятся к отражению признаков, свойственных объектам действительности, обладая и оперируя при этом множеством средств для их выражения. Грамматические концепты представляют характеристики объектов действительности схематически, в виде обобщенной модели. Следовательно, и каждая словообразовательная модель не произвольна, а является результатом языковой деятельности человека по фиксации опыта познания в наиболее удобной для осуществления языковой деятельности форме.

Когнитивный подход к изучению грамматических и лексико-грамматических категорий языка предполагает в качестве исходного положение о взаимообусловленности языкового и концептуального уровней.

Морфологический уровень языка представлен морфологическими категориями и концептами, которые репрезентируют определенные единицы знания, основанные на языковых знаниях и знаниях о том, как язык отражает мир, и выступают в качестве языковых механизмов морфологической репрезентации.

Предлоги, относясь к лексико-грамматическим категориям, как языковые средства обозначения отношений и связей между естественными объектами воспроизводят в языке определенную часть онтологической картины мира,

сохраняя при этом национально-культурную специфику восприятия этого мира (именно поэтому не существует полного совпадения объема значений предлогов в разных языках). Выполняя в то же время грамматическую функцию – функцию обозначения подчинительной связи между знаменательными словами – категория предлога представляет определенный фрагмент онтологической модели языка, формируясь согласно закономерностям его внутреннего устройства.

Основой системы предлогов немецкого (и любого другого европейского) языка являются предлоги с пространственным значением, именуемые также первичными. По мнению большинства исследователей, пространство и время оказали значительное влияние на формирование у человека способов мышления о мире. И.Ю. Колесов считает, что образы пространства наряду с темпоральными образами относятся к архетипическим представлениям, содержащимся в языковых картинах мира различных культур. В них отражен опыт познания пространства и ориентации человека в воспринимаемых им «окрестностях» [3]. Е.С. Кубрякова также рассматривает категоризацию пространства в качестве одной из фундаментальных областей в сфере познания окружающего мира [4: 22]. Дальнейшее развитие предложной семантики основывается, и в этом мы полностью согласны с В.Н. Съединым, на переосмыслении пространственных отношений, передаваемых предлогами, в различные виды атрибутивных и объектных отношений [7]. Взаимосвязь значений предлогов, на наш взгляд, наилучшим образом можно представить, используя теорию концептуальной интеграции Ж. Фоконье и М. Тернера, развивающую идеи ментальных пространств [8]. Суть теории заключается в том, что структуры исходных ментальных пространств, взаимодействуя, отображаются на новое, конструируемое ментальное пространство – бленд, который не тождественен ни одному из исходных пространств, не является их суммой, а представляет собой новое ментальное пространство со своим значением. Пространственные предлоги, отражая в языке взаимосвязи предметов реального мира и реализуя тем самым свой лексический статус, коррелируют с концептуальным уровнем, находя свое место в концептуальной картине мира (в виде концепта, содержательное ядро которого составляет пространственная семантика). Данная модель, на наш взгляд, может быть использована при внесении определенных изменений, что обусловлено следующим обстоятельством. В обычной – лексической метафоре – речь идет о наложении одного концепта на другой при их взаимодействии и образовании нового семантического пространства. Оба концепта существуют при этом в языковом сознании в готовом виде, новая концептуальная структура рождается как результат интеграции этих двух концептов. В семантике предлога речь идет о наложении некоей семантической модели (существующей в языке) на семантику (некоторое аморфное концептуальное содержание), подлежащую языковлению. В результате рождается новое значение, упакованное в старую форму, собственно, как и в лексической метафоре. Однако механизмы, приводящие к этому, отличаются.

Когнитивный подход к изучению словообразовательных явлений привел к необходимости изучения словообразовательной семантики в трех аспектах: репрезентативном, семантическом и интерпретационном. В логике этого анализа репрезентативный аспект изучения словообразовательных концептов предполагает выявление особых форматов знания, фиксируемых словообразовательными морфемами, а именно способов и форм осмысления мира человеком, а также тех характеристик окружающего мира, которые они фиксируют [1: 430]. Семиотический аспект изучения предполагает выявление закономерностей взаимодействия языковых и когнитивных уровней формирования новых смыслов в актах словообразовательной номинации. Интерпретационный аспект обеспечивает выявление механизмов и результатов развития словообразовательного значения лексической единицы, ее семантики и структуры под воздействием системных и дискурсивных факторов.

Исследование семантики производного слова позволило прийти к следующему выводу. В основе семантики такого рода номинативных единиц лежит особая сформированная в сознании человека (или формируемая по мере необходимости в ходе протекания акта номинации) пропозициональная структура. Правила ее объективации задаются словообразовательным моделированием. И механизм создания, и механизм распознавания пропозициональных структур в виде производного слова могут считаться главными механизмами речемыслительной и, в целом, дискурсивной деятельности человека. Моделирование процессов и механизмов образования новых предложных значений позволит выявить определенные закономерности, что, в свою очередь, может объяснить полисемию предлогов, столь важную в процессах освоения иностранного языка.

### Список литературы

1. Беседина, Н.А. Интерпретативный потенциал морфологии: факторы и механизмы // Когнитивные исследования языка. Вып. XV: Механизмы языковой когниции: сб. науч. тр. / гл. ред. серии Н.Н. Болдырев, отв. ред. вып. В.З. Демьянков – Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина. – 2013. – С. 428 – 435, С. 432
2. Болдырев, Н.Н. К вопросу об интегративной теории репрезентации знания в языке // Когнитивные исследования языка. – Вып. XII. – Теоретические аспекты языковой репрезентации. – М.: Ин-т языкознания РАН; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2012. – С. 33-43.
3. Колесов, И.Ю. Образы пространства и пространственные схемы в языке// Когнитивные исследования языка. Вып. XXI: Язык и сознание в междисциплинарной парадигме исследований: материалы Международного конгресса по когнитивной лингвистике. 30 сентября – 2 октября 2015 г. / отв. ред. вып. Т.А. Клепикова. – М.: Ин-т языкознания РАН; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина; СПб.: ООО «Книжный Дом» – 2015. – С.151-152

4. Кубрякова, Е.С. Язык пространства и пространство языка (к постановке проблемы)// Известия РАН. Серия литературы и языка. 1997. № 3. С. 22-31.
5. Кубрякова, Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Рос. Академия наук. Ин-т языкознания. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с. – (Язык. Семиотика. Культура)
6. Плотникова, Л.И. Новое слово: порождение, функционирование, узуализация: монография / Л.И. Плотникова. – Белгород: Изд-во Белгор. гос. ун-та, 2000. – 206 с.
7. Съедин, В.Н. Предлоги немецкого языка, М.: «Высшая школа», 1963. – 287 с.
8. Turner, M. Blending in grammar //Cognitive Studies of Language. Volume XVIII: Language, knowledge, culture: Papers of International Congress on Cognitive Linguistics 22-24 May 2014/ volume editor-in-chief E.I. Golovanova.– Moskau-Tambov-Chelyabinsk – 2014. 868 p.

## СОДЕРЖАТЕЛЬНОЕ СООТНОШЕНИЕ ЗАГОЛОВКА И ТЕКСТА ПУБЛИКАЦИЙ В ГАЗЕТЕ «ЮЖНЫЙ УРАЛ»

Анпилогова Л.В., Карпунина А.В.  
Оренбургский государственный университет

Сегодня человечество живет в век высоких информационных технологий, благодаря чему образованность и осведомленность общества становится повседневной, почти обыденной. Человек каждый день получает большое количество новостей из разных СМИ. Каждый человек испытывает огромную потребность в поиске новой дополнительной информации. Журналистика взяла на себя ответственность регулярно доносить её до аудитории чаще всего в виде новостей.

Говоря о печатных СМИ, следует заметить, что читательская аудитория большую часть новостей получает, ориентируясь на заголовки публикаций газет и журналов, которые, к сожалению, не всегда отражают смысловую нагрузку самого журналистского материала. Насколько журналисту удалось отразить в названии своего материала содержательную составляющую всего текста, является достаточно значимым для его выбора читателем. Благодаря заголовкам читатель экономит время в поиске интересующей его информации. Именно поэтому выявление соотношения заголовков журналистских материалов с содержанием текста публикации и стало целью нашего исследования, для решения которой был проведен анализ заголовков ряда публикаций рубрики «На перекрестке событий» одного номера общественно-политической газеты Оренбуржья «Южный Урал» (№26 (25270) от 3 июля 2019 года).

В рубрике «На перекрестке событий» в анализируемом номере газеты было опубликовано 10 заметок, рассматривающих различные остросоциальные вопросы, что наглядно представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Содержательная составляющая рубрики «На перекрестке событий» газеты «Южный Урал» (№26 (25270) от 3 июля 2019 года)

| № п/п | Название публикации            | Краткое содержание заметки   |
|-------|--------------------------------|--|
| 1     | «Куда девушке податься?»       | Заметка с комментариями Ирины Останиной о молодежных организациях и их создании.                                       |
| 2     | «Диализ рядом с домом»         | Открытие диализного центра в Северном округе г. Оренбурга.   |
| 3     | «Для молодых или для галочки?» | Результаты соцопроса «Для кого проводят городские мероприятия».  |
| 4     | «Молочным комплексам быть»     | Встреча и.о. Губернатора Д. Паслера с директором «Северной Нивы» и агрохолдинга «ЭкоНива АПК», на которой говорилось о |



|    |   |  |
|----|---|--|
|    |   | строительстве 2 новых молочных комплексов.   |
| 5  | «Покажет класс в Казани»                | Выпускник Оренбургского колледжа примет участие в чемпионате «Поварское дело».             |
| 6  | «Оренбург» играет в Оренбурге»          | О встречах по футболу в рамках чемпионата, проходящих в г. Оренбурге.                      |
| 7  | «В двух министерствах новые назначения» | С 1 сентября к своим обязанностям приступят 2 человека, исполняющие обязанности министров. |
| 8  | «Гватемальцы и гвинейцы свяжут платок»  | Участники более 40 стран приехали на форум «Инженеры будущего».                            |
| 9  | «В больницу на вертолете»               | Три работника пострадали на вахте, об их госпитализации в местную больницу.                |
| 10 | «Сироты – с жильем»                     | В Новосергиевком районе 6-и сиротам вручили ключи от новых квартир.                        |

Все 10 публикаций написаны в жанре заметки, формате удобном для читателя с целью знакомства с большим количеством новостей за прошедшую неделю.

Рамки нашего исследования не позволяют рассмотреть подробно все представленные в рубрике материалы, поэтому для анализа нами были взяты только 2 заметки Е. Ларионовой:

- «В двух министерствах новые назначения» (см. рисунок 1);
- «В больницу на вертолете» (см. рисунок 2).

## В двух министерствах новые назначения

Елена ЛАРИОНОВА

**С 1 июля к своим обязанностям в области приступили сразу два новых исполняющих обязанности министра, назначенных главой региона Денисом Паслером.**

Министерство здравоохранения возглавила Татьяна Савинова, министерство образования - Алексей Пахомов.

Татьяна Савинова в 1993 году окончила Уральский государственный медицинский институт, в 2007-м - Уральскую академию государственной службы. После окончания интернатуры с 1994-го по 1998 год была врачом-педиатром Екатеринбургской детской инфекционной больницы, главным педиатром Екатеринбурга, первым заместителем начальника горздрава. В последние годы работала в частной клинике.

Алексей Пахомов в 2000 году окончил Уральский государственный технический университет по специальности «Мировая экономика». Кандидат технических наук. В 2007 году работал начальником экспертного управления губернатора Свердловской области. С 2010 года - советник заместителя председателя правительства Свердловской области. В 2012 году назначен заместителем министра общего и профессионального образования, затем - первым заместителем министра Свердловской области. В 2016-м возглавил Уральский политехнический колледж - межрегиональный центр компетенций. В 2018 году был назначен руководителем программы по развитию отраслевых центров компетенций Центра по развитию рабочих и инженерных компетенций госкорпорации «Росатом».

Рисунок 1 – Заметка «В двух министерствах новые назначения»

## Несчастный случай

### В больницу на вертолете

Анатолий СИДЕЛЬНИКОВ

**Очередная трудовая вахта на одном из ново-троицких предприятий закончилась в минувшее воскресенье, 30 июня, групповым травматизмом. По данным из неофициальных источников, пострадали сразу трое работников, обслуживающих электросталеплавильную печь. Причем в тот момент, когда массивный агрегат был остановлен и проходил обычную профилактическую подготовку перед новым запуском.**

По предварительным данным, производственное ЧП случилось в электросталеплавильном цехе, когда фронтальный погрузчик очищал там подъездные пути к плавильной печи. Внезапно произошел резкий и сильный хлопок - возможно, из-за технической неисправности в оборудовании транспортного спецсредства. Пострадали трое находившихся рядом работников цеха - водитель погрузчика и два помощника сталевара.

Один из раненых получил незначительные травмы, а вот двоих других с сильными ожогами (до 60 процентов поверхности тела) пришлось срочно отправлять на госпитализацию в Оренбург вертолетом санитарной авиации. Сейчас состояние обоих обожженных медики оценивают как стабильно тяжелое. Пострадавших мужчин ожидают серьезные операции.

В региональном Следственном управлении СКР пока (по состоянию на вечер понедельника, 1 июля) никак не комментируют данный случай с групповым травматизмом. По неофициальным данным, расследованием причин на предприятии сейчас занимается специальная производственная комиссия.

Рисунок 2 – Заметка «В больницу на вертолете»

Для того чтобы провести анализ заголовков этих публикаций были составлены задания, которые предлагались респондентам для выполнения:

1 Подчеркните в заголовке заметки слова, которые, по вашему мнению, отражают идейную задумку публикации.

2 Напишите, о чем, по вашему мнению, говорится в заметке?

Нами был проведен опрос 10 респондентов в возрасте от 17 до 21 года со средним и незаконченным высшим образованием (8 (80%) девушек и 2 (20%) молодых человека).

Респондентам для анализа были предложены только 2 заголовка заметок, представленных на рисунках 1-2. Содержание публикации им было не знакомо.

Результаты анализа заголовка первой заметки «В двух министерства новые назначения», включающей 5 слов (100%), даны в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ заметки Е. Ларионовой «В двух министерствах новые назначения» (5 слов (100%))

| № п/п респондента | Кол-во выделенных слов / % | Выделенные компонент-единицы   | Содержание публикации, по мнению респондента |
|-------------------|----------------------------|--|--|
| 1                 | 2 / 40                     | двух, новые  | Новые депутаты                               |
| 2                 | 2 / 40                     | новые, назначения  | Политика                                     |
| 3                 | 2 / 40                     | новые, назначения  | Политика                                     |
| 4                 | 2 / 40                     | министерствах, новые   | О новых назначениях в министерствах          |
| 5                 | 3 / 60                     | министерствах, новые, назначения   | О новой политике в министерствах             |
| 6                 | 2 / 40                     | новые, назначения  | Смена власти                                 |
| 7                 | 2 / 40                     | министерствах, новые   | Новые назначения                             |
| 8                 | 1 / 20                     | назначения   | О назначениях министров                      |
| 9                 | 3 / 60                     | министерствах, новые, назначения   | Работа политиков, их переизбрание            |
| 10                | 3 / 60                     | министерствах, новые, назначения   | О новых назначениях в министерствах          |
| Итого:            | 2,2 / 44                   | «новые» (10 респондентов), «двух» (1), «назначения» (7), «министерствах» (5) | -  |

Анализ первого заголовка заметки «В двух министерствах новые назначения» показал, что 3 респондента (30%) выделили по 3 слова (*министерствах, новые, назначения*), выражающих, по их мнению, смысловую сущность журналистского материала, что составило 60%, т.е. больше половины от общего количества слов, представленных в заголовке заметки. 6 респондентов (60%) выделили по два слова (*двух, новые; новые, назначения*), это 40% от всех слов заголовка публикации. Один человек (10%) выделил одно слово (*назначения*), что составило 20 % от всего названия. Иными словами, только 3 человека (30% опрошенных) выделили больше 50% слов, что в большей степени позволяет представить содержательную наполняемость заметки. Именно это и было подтверждено кратким содержанием, которое записали эти респонденты (*«работа политиков, их переизбрание»*; *«о новых назначениях в министерствах»*, *«о новой политике в министерствах»*). Но следует отметить, что они не смогли понять, что в заметке речь пойдет о смене министров в министерствах. Респонденты, которые выдели по 2 слова, не все смогли правильно определить содержание публикации в целом. Ответы типа: *«политика»*, *«смена власти»* - не отвечают содержательной наполняемости

статьи. А высказывание «*новые депутаты*» вообще далеко от содержания заметки.

При этом следует обратить особое внимание на среднее арифметическое, которое было получено в результате исследования. 10 (100%) респондентов выделили 2,2 (в среднем 2) слова, что составляет 44% от общего количества слов, это меньше 50%, т.е. можно сделать вывод о том, что 70% респондентов, практически 2/3 опрошиваемых, не смогли определить содержательную составляющую публикации, исходя из представленного журналистом заголовка. Хотя в целом компонент-единицы, выделенные респондентами, могли бы помочь большинству опрошиваемых понять содержание заметки: 10 человек (100%) отметили слово «*новые*», 7 (70%) – «*назначения*», 5 (50%) – «*министерствах*».

Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод о том, что журналисту не удалось в названии заметки полностью отразить её содержательную наполняемость, так как большинство читателей не смогли по названию публикации определить, о чем она рассказывает.

Таблицы 2 - Анализ заметки Е. Ларионовой «В больницу на вертолете» (4 слова (100%).

| № п/п респондента | Кол-во выделенных слов / % | Выделенные компонент-единицы | Содержание публикации, по мнению респондента    |
|-------------------|----------------------------|------------------------------|---|
| 1                 | 4 / 100                    | В, больницу, на, вертолете   | Новый уровень возможностей современной медицины |
| 2                 | 2 / 50                     | На, вертолете                | Происшествие                                    |
| 3                 | 2 / 50                     | На, вертолете                | Возможность доставки людей в больницы           |
| 4                 | 2 / 50                     | В, больницу                  | О богатых пациентах                             |
| 5                 | 2 / 50                     | На, вертолете                | Об излишних привилегиях                         |
| 6                 | 4 / 100                    | В, больницу, на, вертолете   | О медицинских центрах, находящихся далеко       |
| 7                 | 4 / 100                    | В, больницу, на, вертолете   | Сложность доставки людей в больницы             |
| 8                 | 2 / 50                     | На, вертолете                | Об оказании помощи пациентам                    |
| 9                 | 4 / 100                    | В, больницу, на, вертолете   | О возможности оказания неотложной помощи        |
| 10                | 2 / 50                     | На, вертолете                | Про тяжелое заболевание                         |
| Итого:            | 2,8 / 70                   | «больницу» (5                |   |

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | респондентов), «в» (5), «вертолете» (9), «на» (9) |  |
|--|--|---|--|

Анализ второго заголовка заметки «В больницу на вертолете» показал, что 4 респондента (40%) выделили по 4 слова (*в, больницу, на, вертолете*), выражающих, по их мнению, смысловую сущность журналистского материала, что составило 100% слов, представленных в заголовке заметки Е. Ларионовой. 6 человек (60%) выделили по два слова (*на, вертолете; в, больницу*), это 50% от всех слов заголовка публикации. Иными словами, все 10 респондентов (100%) выделили половину и больше слов в заголовке, что в большей степени позволяет представить содержательную наполняемость заметки. При этом респонденты, выделившие по 4 слова (100%), наиболее точно предположили содержание заметки («новый уровень возможностей современной медицины»; «сложность доставки людей в больницы»; «о медицинских центрах, находящихся далеко»; «о возможности оказания неотложной помощи»). 4 человека (40%), т.е. треть опрошенных, выделивших по 50% слов были достаточно близки к содержанию заметки («возможность доставки людей в больницы», «об оказании помощи пациентам», «про тяжелое заболевание», «происшествие»). Два респондента (20%) были далеки от содержания публикации («о богатых пациентах», «об излишних привилегиях»). Но следует отметить, что все респонденты не смогли понять, что в заметке речь идет о несчастном случае на работе, т.е. суть публикации была не до конца понятна читателям.

При этом следует обратить внимание на среднее арифметическое, которое было получено в результате исследования. 10 респондентов (100%) выделили 2,8 (в среднем 3) слова, что составляет 70% от общего количества слов, это больше 50%, т.е. можно сделать вывод о том, что большинство респондентов, смогли определить содержательную составляющую публикации, исходя из представленного журналистом заголовка. И в этом им помогли выделенные компонент-единицы: 9 человек (90%) отметили слова «на, вертолете», что говорит о чрезвычайности ситуации и 5 респондентов (50%) – «в, больницу».

Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод о том, что журналисту удалось в названии заметки отразить в определенной степени её содержание, связанное с процессом перевозки, но не с самим ЧП, произошедшем в электросталеплавительном цехе во время работы.

Таким образом, можно сделать вывод, что заголовки двух заметок из рубрики «На перекрестке событий» общественно-политической газеты Оренбуржья «Южный Урал» №26 (25270) не совсем или не полностью соответствуют содержанию публикации, что не позволяет читательской аудитории представить содержательную наполняемость журналистского материала в целом. Это работает не на пользу газеты и мешает привлечению внимания читателей к публикациям издания.

# **ОСОБЕННОСТИ РУССКОГО И ЗАПАДНОГО ДЕЛОВОГО ПИСЬМА КАК АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКИ**

**Коробейникова А. А., канд. филол. наук, доцент  
Баймуратова У. С., канд. филол. наук  
Оренбургский государственный университет**

В последнее десятилетие Россия выходит на активное построение взаимоотношений с мировыми державами, представляя новые уровни международных связей. Всё большее количество стран становится связанными с Российской Федерацией в результате стремительных научно-технических открытий, расширения экономических зон, постоянной потребности в оптимизации производства, а также желании и необходимости объединения держав с целью решения мировых глобальных проблем общими усилиями. Укрепление экономических связей, углубление в области научно-исследовательского и профессионального сотрудничества, расширение контактов в области культуры и образования объясняет необходимость научного исследования вопросов деловой коммуникации в современном мире.

Данные обстоятельства в условиях возрастающих информационных потоков и средств межкультурной коммуникации обусловили рост значимости специалиста в области иностранных языков и культур в сфере международного общения, политики, дипломатии, экономики, промышленности, науки и культуры. Работа уже ставших традиционными промышленных выставок, фестивалей науки, студенческих форумов, международное межмузейное сотрудничество и таких новых форм международного взаимодействия как, например, концертный тур российско-британского молодёжного оркестра немыслима без участия лингвистов-переводчиков.

Безусловно, в рамках деятельности лингвиста деловая коммуникация занимает очень важное место, так как становится основой его успешной профессиональной реализации. Для этого лингвисту необходимо знание содержания основ и специфики деловой коммуникации, знание базовых принципов, а также жанров устной и письменной деловой коммуникации. Более того, деловые коммуникации активно реализуются в рамках дипломатического подстиля в условиях всеобъемлющего процесса глобализации. Глобальные тенденции мирового развития диктуют правила, которые включают процесс осмысления вопросов и существующих проблем, касающихся международных отношений среди представителей различных культур и социумов, в которые интегрируются все сферы человеческой коммуникации.

Всё это и определяет актуальность нашего исследования. Кроме того, справедливо будет отметить, что английский язык как международный шествует по миру, занимая одну из центральных позиций в сфере деловой коммуникации, на фоне общей глобализации. Однако русский язык также

является языком международного общения, политической и деловой коммуникации. Именно поэтому успешная деловая коммуникация как основной инструмент для установления контакта и поддержания государственных связей становится важнейшим элементом современного процесса глобализации.

Цель нашей статьи заключается в выявлении особенностей русского и английского делового письма.

Исследование письменной деловой коммуникации представляет интерес для современных лингвистов, поскольку знание особенностей русского и западного делового письма является необходимым в условиях глобализации и укрепления международных отношений. К актуальным проблемам лингвистики, освещённым в трудах Д. Лафранс [8], К. Вергаро [11], С. Асланиан [7], С. В. Богачева [1], М. М. Исуповой [3], А. В. Юнг [6], В. А. Марковой [4] и других учёных, в рамках изучения письменной деловой коммуникации можно отнести следующие:

- 1 интерпретация как один из способов понимания текста;
- 2 средства речевого контакта в официально-деловом стиле;
- 3 исследование директивных речевых актов;
- 4 когнитивно-коммуникативная интерпретация вопросно-ответных единств;
- 5 категориальный признак рода в языковой семантике номинаций по занимаемой должности;
- 6 особенности мужского и женского поведения в деловом общении;
- 7 организация и содержание электронной деловой переписки;
- 8 особенности реализации речевого этикета в деловом письме.

Деловое письмо – письменная форма деловой коммуникации, подразумевающей наличие профессиональной сферы и участников какой-либо профессиональной деятельности. Обобщив опыт западных и отечественных лингвистов, можно выделить следующие его основные принципы.

1 Персональность. Начинать сообщение стоит с уважительного обращения и указания имени адресата.

2 KISS-принцип. Данный принцип соотносится с понятием английского языка «Keep it short and simple» / «Придерживайтесь краткости и простоты».

3 Краткость. Чтобы лаконично изъясняться, следует исключить длинные слова, многословные выражения, полисемию, повторы и шаблонные фразы.

4 Ясность. Цените умение подбирать слова и высказывания, способность определять структуру и общую организацию текста, избегая абстрактных слов и выражений, эвфемизмов, агнонимов и жаргонизмов.

5 Цельность и связность. Используйте простые предложения во избежание прерывистости текста, а также чередуйте их со сложными. Предложения связываются при помощи определённой логики выстраивания каждой мысли, поэтому применяйте лексические и синтаксические средства выражения логической последовательности. Структурируйте текст за счёт



приёма перечисления или создания списка заданий в текстах, рассчитанных на дальнейшее представление.

6 Позитивность. Исключайте из употребления отрицательные конструкции с «не», а также слова «нельзя», «невозможно», «никак», «несогласие». Реализуйте концепцию, которая снижает уровень однозначности отказа и добавляет значение неопределённости, например, «однако», «с другой стороны», «тем не менее» и акцентируйте внимание на позитивной и благоприятной информации в начале и в конце текста. Негативную информацию следует помещать в среднюю часть повествования. Употребляйте форму страдательного залога вместо действительного там, где это возможно.

7 Тактичность. Данный принцип подразумевает концентрацию внимания на правильном восприятии получателем сообщения, обращение непосредственно к адресату, его личности, не проявляя неуважения. Следование коду этики является профилактикой корпоративных конфликтов; способствует включению лидеров сообщества и ключевых сотрудников в процесс разработки кодекса этики; демонстрирует важность перехода от чисто юридического документа к тому, который вдохновляет заинтересованные стороны; этика определяет выбор коммуникативной стратегии; повышает эффективность диалога в управлении [9].

8 Удобство чтения. Заботьтесь о комфорте адресата текста, о том, чтобы ему было легко воспринимать и интерпретировать текст. Это возможно в том случае, если все мысли являются законченными, более того, употребляются простые слова и конструкции, знакомые адресату, а среднее количество слов в предложении не превышает 20.

9 Привлечение внимания. Краткий и простой текст намного эффективнее подкреплять средствами, которые привлекают внимание получателя сообщения – уместно используйте средства выразительности: синонимы, образные выражения, сравнения и другие.

10 Визуальные образы. Визуализация полезна как способ усваивания сложной для восприятия информации. Числа в таком случае стоит представить в виде графика, диаграммы, схемы или таблицы. Также можно использовать фотографии, рисунки, символы и разные виды карт. Необходимо помнить о том, что визуальные образы должны точно соответствовать содержанию данного текста, дополняя, не перегружать.

11 Грамотность. Правильно построенный с грамматической точки зрения текст может стать так называемой «визитной карточкой», которая представляет человека, вызывает уважение и доверие, формирует положительный речевой имидж отправителя сообщения, а также той компании/организации/предприятия, которое он представляет.

12 Стандартизированность. В оформлении писем различных видов следуйте регламенту, делающему содержание и структуру текста универсальным и официальным.

После рассмотрения общих принципов деловой коммуникации для двух международных языков представим в таблице 1 основные различия в русском и западном деловом письме [2].

Таблица 1 – Различия в русском и западном деловом письме

| № п/п | Стилеобразующая черта               | Русское деловое письмо  | Западное деловое письмо   |
|-------|-------------------------------------|---|---|
| 1     | Императивность                      | Строгая функциональность  | Те же требования, что и к разработкам рекламного характера. Ср.: Внимание – Интерес – Просьба – Действие и в формуле построения рекламных текстов: Внимание – Интерес – Желание – Действие [10] |
| 2     | Логика изложения                    | Доказательность   | Убедительность  |
| 3     | Языковые особенности                | Преобладание клише, речевых стандартов, формул речевого этикета | Стремление продемонстрировать кругозор, эрудицию и красноречие  |
| 4     | Коммуникативные тактики и стратегии | «Вы-подход»   | «Я-подход»  |
| 5     | Характер изложения                  | Безличный   | Личностный  |
| 6     | Следование нормам речевого этикета  | Формулы этикета нейтрального стиля                              | Проявление любезности сердечности   |

Различия в следовании нормам литературного языка во многом обуславливаются национально-культурными традициями. Приведём любопытный пример. Известный отечественный специалист в области межкультурной коммуникации Светлана Григорьевна Тер-Минасова в лекции «Язык – творец человека», говоря о роли орфографии и пунктуации в формировании личности, эмоционально высказывается о восклицательном знаке в обращении: «Мы даже в обращении пишем: «Дорогой Иван Иванович!» – и ставим восклицательный знак. Как известно, западный мир в этом месте ставит запятую. И сейчас у нас происходит: уже деловые письма приходят – на русском языке, написанные русскоязычными людьми, – они уже приходят с запятой, потому что восклицательный знак – это, вот, как-то слишком пафосно. Ну, это наша традиция, это наши обычаи, это наш национальный характер, это наша личность. Я, например, продолжаю с удовольствием всегда ставить восклицательные знаки, а когда мне пишет мой какой-нибудь западный

партнёр: «Почему вы поставили восклицательный знак?» – я пишу ему: «А почему вы поставили запятую? Меня это шокирует так же, как вас – восклицательный знак» [5].

Довольно существенны различия русской и зарубежной школ официальной переписки с точки зрения оформления структурных элементов делового письма. Последовательность элементов, составляющих наименование и адрес получателя, также различна. Однако существует перечень типовых реквизитов международного делового письма, которыми являются следующие:

- заголовок;
- номер документа;
- дата;
- специальные почтовые отметки;
- уведомление о конфиденциальности;
- адресат;
- указание на желательность ознакомления;
- обращение;
- заголовок к тексту;
- текст;
- учтвое заключение;
- подпись;
- пометка об исполнителях;
- приложения;
- копии письма;
- постскриптум.

Однако, несмотря на существующие различия, оформление текстов деловых писем на русском и английском языках подчиняется нормам литературного языка, а этический аспект данного вида коммуникации задаёт определённый тон в выборе языковых средств, сдерживающих участников переписки в выражении эмоций. Следование грамматическим нормам обеспечивает изложение в строго кодифицированном письменном виде, гарантируя передачу точной информации коротко и ясно посредством специфических словосочетаний и предложений, что во многом упрощают деловую переписку. Синтаксические особенности построения предложений состоят в необходимости деления текста на абзацы, пункты, подпункты, нумерацию, а также в определении точной лексической формулы сочетаемости с одним словом. Лексические нормы отвечают за функционирование слов в прямом значении, избегание двусмысленности, а также за употребление специфических терминов, номенклатуры, процедурной лексики.

Исследование письменной деловой коммуникации представляет интерес для современных лингвистов, поскольку знание особенностей русского и западного делового письма является необходимым в условиях глобализации и укрепления международных отношений.

## Список литературы

- 1 Богачев, С. В. Чарыкова, О. Н. Деловое письмо как продукт национального сознания (на материале русского, английского и китайского делового письма) // Язык и национальное сознание. – Воронеж, 2011. – С. 51 – 55.
- 2 Введенская, Л. А. Культура речи государственного служащего / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова, Е. Ю. Кашаева. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2011. – 473 с.
- 3 Исупова, М. М. Этикетные формулы коммерческого письма как стереотипы делового общения (на материале англоязычных и русских деловых писем) // Языковое бытие человека и этноса: психолингвистический и когнитивный аспекты. – Барнаул, 2005. – С. 93 – 101.
- 4 Маркова, В. А. Этикетная рамка современного делового письма // Электронный научный журнал, 2016. – № 8 (11), – С. 68 – 77.
- 5 Тер-Минасова С. Г. Язык – творец человека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/> (Дата обращения: 30.08.2019).
- 6 Юнг, А. В. Когнитивные основы текста делового письма на английском языке (на материале деловых писем-оферта): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Дальневосточный федеральный университет. – Владивосток, 2004.
- 7 Aslanian, S. “The Salt in a Merchant’s Letter”: The Culture of Julfan Correspondence in the Indian Ocean and the Mediterranean // Journal of World History, Vol. 19, No. 2 (Jun., 2008), pp. 127-188/
- 8 LaFrance, D. Open Channel: E-mail for Business Success // American Water Works Association, Vol. 104, No/ 9 (September 2012), p. 6.
- 9 Gilley, M. K. [The bottom-line benefits of ethics code commitment](#) / K. Matthew Gilley, Christopher J. Robertson, Tim C. Mazur // [Business Horizons](#), Volume 53, Issue 1, January–February 2010, pp. 31-37.
- 10 Tepper, R. The Only 250 Letters and Memos Managers Will Ever Need, 1994.
- 11 Vergaro, C. ‘Dear Sirs, I hope you will find this information useful’: discourse strategies in Italian and English “For Your Information” (FYI) letters // Discourse Studies, Vol. 7, No. 1 (February 2005), pp. 109-135.

## ОСОБЕННОСТИ КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА

**Нестерова Г.В., студент  
(научный руководитель – Сапун Т.В., канд. пед. наук, доцент)  
Оренбургский государственный университет**

На рубеже XX – XXI веков круг изучаемых явлений современной наукой значительно расширился. Обусловлено это появлением новых средств передачи и восприятия информации. Теперь язык изучался всесторонне, в том числе в его связи с другими семиотическими системами. (Е.С. Кубрякова)

Как отмечает Бернацкая А.А.: "Этот синтезирующий виток в диалектической спирали истории науки о языке был предопределено неизбежен. Он связан с обращением лингвистики к проблеме коммуникации в полном объеме, что и предполагает синтез языковых средств общения с неязыковыми, исследование их организации в едином процессе и тексте как его результате" [4].

Как известно, реклама – это комплексное целое, включающее в себя множество знаковых систем, которые образуют единый смысл. Такое понимание можно отнести ко всем видам рекламы: телевизионной, печатной и т. д. Мы исходим из того, что реклама – это текст смешанного типа, в котором вербальная и невербальная составляющие, объединившись, передают сообщение воздействующего характера. Объектом нашего исследования является рекламный текст глянцевого журналов.

Рекламу относят к креолизованному тексту с частичной и полной креолизацией, так как в рекламных сообщениях обнаруживается высокая взаимосвязь между вербальным и иконическим компонентами.

Иконический, т.е. изобразительный компонент, который может быть выражен через иллюстрации, схемы и любые другие художественно-изобразительные элементы, и вербальный компонент образуют единый креолизованный текст, являющийся полноценным объектом коммуникации.

Иконический компонент текста может быть представлен иллюстрациями (фотографиями, рисунками), схемами, таблицами, символическими изображениями, формулами и т. п. [6]

Креолизованные тексты относятся к особой группе паралингвистических текстов. Сорокин дает следующее определение таким текстам: «Креолизованные тексты — это тексты, фактура которых состоит из двух частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [7].

Существуют и другие трактовки креолизованного текста. Так, например, Анисимова Е.Е. определяет креолизованный текст как «особый лингвизуальный феномен, текст, в котором вербальный и невербальный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функционирующее целое, обеспечивающее его комплексное прагматическое воздействие на адресата» [3].

В настоящее время креолизованные тексты являются одной из преобладающих форм представления информации в средствах массовой коммуникации. Поэтому изучение особенностей креолизованных рекламных текстов имеет не только теоретическое, но и практическое значение.

Креолизованные тексты (КТ) – вербальные тексты, сопровождаемые иллюстрацией, – в настоящее время являются одной из преобладающих форм представления информации в средствах массовой коммуникации. Изучение восприятия вербальных текстов проходит в рамках отдельных лингвистических дисциплин: лингвистики текста, грамматики, стилистики, психолингвистики. Однако большая часть исследований речевых сообщений проводится в условиях идеализации объекта, то есть оторванности от конкретной ситуации, в которой происходит восприятие речевого сообщения.

Восприятие КТ происходит на базе процессов восприятия вербального текста и изображения, хотя и несколько отличается от каждого из них. Давно известно, что сочетание иллюстрации с вербальным текстом меняет восприятие его содержания.

К настоящему моменту можно обнаружить несколько попыток классификации креолизованного текста. Ю.Г. Алексеев в своем исследовании сопоставил и проанализировал наиболее известные из них [2]. За основу автор выбирает классификацию Е.Е. Анисимовой, в которой выделяются три группы:

- текст с нулевой креолизацией (чисто вербальный текст без иконического компонента);
- текст с частичной креолизацией (вербальная часть сравнительно автономна и изобразительные элементы текста оказываются факультативными, т. е. могут быть удалены без значительного ущерба для понимания смысла языкового сообщения.);
- текст с полной креолизацией (где обнаруживается большая спаянность, слияние компонентов, изображение и текст становятся взаимозависимыми компонентами и одинаково важны для декодирования сообщения). Такая зависимость и взаимосвязь обычно наблюдается в рекламе, плакате, а также в научных и особенно научно-технических текстах [3].

Л.В. Головина выделяет три типа креолизованного текста на основании корреляции буквенного текста и иконического компонента:

- параллельный – содержание текста и рисунка полностью совпадают;
- дополняющий (комплементарный) – иконическая информация частично перекрывает вербальный текст, либо наоборот, вербальная информация частично перекрывает содержание изображения;
- интерпретативный (объясняющий) – текст и изображение автономны, не связаны друг с другом содержательно [5].

Креолизованные тексты отражают мировоззрение, ценности, эстетические идеалы, изучение которых в совокупности представляет собой социокультурный аспект изучения иностранного языка. Цель работы: изучить креолизованный текст в русском и английском языке (на материале медийной рекламы).

Понимание рекламы как креолизованного текста мы встречаем во многих работах исследователей. Так, в статье Е.В. Воробьёвой утверждается, что «все элементы рекламного сообщения являются его неотъемлемой частью, представляют собой креолизованное целое и выступают вместе, объединённые целеустановкой». Е.А. Елина в учебном пособии «Семиотика рекламы» посвящает целую главу анализу рекламы как креолизованного текста [6]. А.С. Зайцев и Л.П. Позняк применяют этот термин при анализе англоязычной рекламы. Как видно из вышесказанного, многие учёные обозначают рекламный текст как креолизованный. Нам кажется необходимым нацеленно обратиться к проблеме терминологии, к истокам этого термина и определить, является ли рекламный текст креолизованным.

По мнению психологов, читатель воспринимает рекламный текст следующим образом:

- 1) сначала он смотрит на иллюстрацию;
- 2) затем читает заголовок;
- 3) и, наконец, читает текст рекламного сообщения.

Изображению отводится значительная роль в эффективности воздействия рекламного сообщения. Всегда в рекламном сообщении присутствует изображение рекламируемого продукта. Это, с одной стороны, отражает специфику товара, обладающего внешней привлекательностью, а с другой – особенность человеческого восприятия: люди подсознательно значительно больше доверяют визуальной информации, иначе говоря, «лучше один раз увидеть». Изображение либо иллюстрирует текст, либо формирует образ предмета рекламы и ситуацию его восприятия. В рекламных изображениях предмет рекламы в большинстве случаев связывается с какой-либо реалией из мира потенциального покупателя. Как правило, это нечто, представляющее ценность для потребителя. Наиболее часто встречающиеся темы – семья, дети, любовь, мужчина и женщина. Помимо этого, товар также ассоциируется с удовольствием, чем-то приятным, любимым потребителем: тема путешествий, приключений, отдыха, вкусной и здоровой еды. Таким образом, изображение всегда несет дополнительный смысл, предмет рекламы становится социально значимым, ему придается определенный статус, иногда акцентируется значение предмета как культурного феномена в данном социуме, а не его экономические и потребительские параметры и свойства.

Одним из наиболее ярких примеров игры слов является реклама мицеллярного шампуня Herbal Essences. В данном случае цель рекламодателя состоит в акцентировании внимания на таких свойствах шампуня как: универсальность (для детей и взрослых), мягкость, гипоаллергенность и деликатность. Для этого выбран наиболее подходящий к этим лексемам концепт материнства и семьи. Считается, что большинство продуктов для детей безопасны, так как производители ответственно относятся к такой продукции. В связи с этим тема детства и материнства придает рекламируемой продукции необходимые качества. Именно поэтому рекламодатель выбирает такую игру слов: «Special Delivery!» В данном случае лексема «delivery» выступает как в

значении «the act of taking goods, letters, parcels, etc. to people's houses or places of work», так и в значении «the process of giving birth». Первое значение реализуется в отношении самого продукта, хоть и не прямо, но через метафору. Выпуск нового, возможно лимитированного продукта, сравнивается с доставкой важной посылки. Второе значение реализуется в отношении рекламируемых свойств этого продукта, которые описаны в рекламном сообщении «... for a gentle, weightless hair cleanse. No parabens. No gluten. No dyes. No mineral oil». Стоит отметить, что игра слов не была бы такой ясной, если бы не дополнялась иконическим элементом, а именно изображением беременной женщины и ребенка рядом с ней. Добавим, что помимо реализации свойств продукта, игра слов служит и для выражения эмоций от его использования. Объясняется это тем, что «special delivery» в обоих значениях сопровождается всплеском положительных эмоций, таких как радость. Для закрепления идеи деликатности, мягкости продукта авторы вводят изображение цветочных лепестков вместо юбки, что мы можем рассмотреть как визуальную метафору.

Таким образом, можно сказать, что в англоязычной рекламе косметики воздействие происходит не только за счет вербального компонента, но также за счет его взаимодействия с иконическим. Из чего мы делаем вывод, что иконический компонент выполняет кроме эстетической и аттрактивной, фатическую и информативную функции.

Рекламные тексты окружают современного человека повсюду и неудивительно, что все чаще становятся объектом для лингвистических исследований. Так как реклама преследует определенные прагматические цели, такие как эффективное воздействие на потребителя, повышение продаж продукта и т.д., содержание рекламного текста тщательно продумывается. На сегодняшний день, в рекламе мы встречаемся с более чем одним семиотическим кодом, поэтому мы говорим о рекламе как о креолизованном тексте.

Таким образом, понятие креолизованного текста является относительно новым терминологическим явлением в лингвистике. В связи с этим, наблюдаются различные попытки назвать и определить такого типа текст. Лингвисты сходятся в том, что креолизованный текст состоит из двух компонентов: вербального и невербального, т.е. представлен более чем одной семиотической системой.

### Список литературы

1. Алексеев Ю.Г. Вербальные и иконические компоненты креолизованного текста в интракультурной и интеркультурной коммуникации (экспериментальное исследование): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ульяновск: УлГУ, 2002. – 23 с.

2. Алексеев Ю.Г. Креолизованный текст в межкультурной коммуникации (на матер. этнопсихолингвистического эксперимента) // Уч. зап. УлГУ.



Актуальный проблемы лингвистики и лингводидактики. Сер. Лингвистика. – Ульяновск: УлГУ, 2001. – Вып. 1(б). – С. 58 – 65.

3. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). – М.: Академия, 2003. – 107 с.

4. Бернацкая А.А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние // Речевое общение: Специализированный вестник / под редакцией А.П. Сковордникова. – Красноярск: Изд-во Краснояр. Гос. Унта, 2000. – Вып.3 – С. 48 – 56.

5. Головина Л.В. Влияние иконических и вербальных знаков при смысловом восприятии текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1986

6. Елина Е.А. Семиотика рекламы: учебное пособие. – М.: ИТК «Дашков и К», 2008. – 65 с.

7. Сорокин Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – С. 178 – 187.

## ОСОБЕННОСТИ ГЕДОНИСТИЧЕСКОГО ТЕКСТА НА ПРИМЕРЕ СУДЕБНОГО ОЧЕРКА ИЗ ГАЗЕТЫ «ЯИКЪ»

Дымова И.А., канд. филол. наук, доцент

Орлова Е.Е., студент

Оренбургский государственный университет

Еще с древности философы размышляли над тем, что такое человеческое счастье и из чего оно состоит. Гедонисты находили счастье в удовольствии. Эпикур, например, считал, что удовольствие – это избавление от страданий и минимизация человеческих потребностей. «Нет смысла гнаться за большим, если возможно жить меньшим, а остальное время тратить на духовное совершенствование». Но, как это часто бывает, происходили и «перекося» в теории. Некоторые подразумевали под гедонизмом удовлетворение абсолютно всех чувственных потребностей человека. С развитием человечества эта философская мысль тоже эволюционировала и пришла к такому понятию, как драйв-мышление [1].

В своем научном труде «Психология журналистского творчества» известный журналист-психолог Елена Пронина, раскрывая сущность драйв-мышления, значительную роль отводит Зигмунду Фрейду. Он впервые заговорил о психоанализе, об оппозиции Я-ОНО. Именно он сказал, что на человеческую личность оказывают давление как СВЕРХ-Я (идеал, который заложен в детстве), так и ОНО (бессознательное, скрытое в глубинах человеческой психики). При этом Я должно выдержать эту оппозицию СВЕРХ-Я и ОНО и как-то примирить их между собой. Само Я стремится, что в порядке вещей, освободиться от каких-либо табу, мешающих спокойно жить, а значит воплотить все свои инстинкты в реальность. Здесь уже уместно говорить об особом типе мышления, который опирается на биологические инстинкты, – драйв-мышление. В естественных науках под драйвом понимают инстинктивные побуждения, не поддающиеся контролю. А драйв-мышление – это «осознанное следование принципу удовольствия как единственному ориентиру поведения вследствие отрицания социальных запретов и предписаний, табу и идеалов, долга и ответственности» [2, с. 160].

Драйв-мышление постепенно приводит человека к ситуациям, где ему приходится испытывать боль или страх смерти. Здесь поведение человека может варьироваться: от наблюдения за имитацией опасной ситуации (например, просмотр страшного фильма) до наблюдения за опасной ситуаций в реальном мире, от непосредственного участия в имитации опасной ситуации (аттракционы) до участия в реальной жизни (экстремальные виды спорта, прыжки с тарзанки или с парашютом).

Тексты могут оказывать на человека даже большее влияние, поэтому гедонистические тексты в журналистике играют особую роль. Несмотря на весь негатив, который может последовать за гедонистическим текстом, журналист должен владеть техникой включения драйв-мышления. Вопрос состоит в том,

чтобы с полной ответственностью оперировать выразительными средствами, стимулирующими импульсы индивидуального бессознательного, ясно представляя себе социально-коммуникативные функции гедонистического текста. «Проникающая сила гедонистического текста, бесспорно, велика, но, прибегая к ней, журналисту самому не следует впасть в эйфорию» [2, с. 162].

Достаточно часто некачественные гедонистические тексты можно увидеть в криминальной тематике, особенно в региональных СМИ, которые в погоне за аудиторией готовы забыть о правилах приличия. Идея таких публикаций проста: делать происшествия из «реальной жизни» как можно более драматичными и занимательными [3, с. 54].

Журналистика социального действия стремится к использованию приемов треш- журналистики для того, чтобы заострить проблему, сделать ее рельефной, привлечь большую аудиторию к контенту. А. Ефимова в научной статье «Элементы треш-журналистики в телепрограммах социального действия (на примере программ «Независимое расследование» и «Специальный корреспондент»)» рассказывает о нескольких признаках треш-СМИ:

1) обращение к табуированным, провокационным темам (супружеские измены, инцест, насилие и т.д);

2) рассказ об отрицательных героях, которыми часто становятся маргинальные элементы (преступники, люди с психическими отклонениями и т.д);

3) нагнетание отрицательных эмоций (драки, оскорбления, ненормативная лексика, подбор негативных шокирующих фактов о героях).

В нашей региональной прессе особенно часто гедонистические тексты встречаются в газете «Яикъ», где криминальная тематика занимает лидирующую позицию.

Для примера проанализируем судебный очерк из газеты «Яикъ» под названием «Перерезал как барашкам шеи подруге и малютке-дочке». Сразу обратим внимание на заголовок, который написан по всем канонам гедонистического текста. Заголовок настраивает на драйв-мышление, вызывает биологически обусловленные эмоции: ужас, страх, шок. Автор обыгрывает тему смерти, употребляет шокирующее сравнение и добивает читателя уменьшительно-ласкательным словом «малютка-дочка», которая (судя по заголовку) обречена на верную гибель. Отметим, что отсылка к «перерезанным барашкам» в тексте встретится еще не раз [4, с. 6].

Уже в лиде журналист публикует слова преступника, который рассказывает подробности совершенного убийства: «Когда зашла Амира, у меня были галлюцинации, мне померещился Верин любовник. Тогда я и его зарезал», – оправдывался на допросе Азат». Основная задача лида в любом тексте – привлечь читателя к материалу, обозначить основную тему. В данном гедонистическом тексте лид интригует и шокирует реципиента, заставляя его на бессознательном уровне продолжать читать материал.

Сюжетосложение в очерке строится по принципу смакования подробностей несчастной жизни сожителей, насилия и самого преступления:

«Вернувшись, он начал кромсать Богатову. На ее теле эксперты позже насчитали 20 ножевых ранений. Чтобы женщина умерла наверняка, Тагиев перерезал ей горло. В этот момент к маме из другой комнаты вернулась Амира. Азат не пожалел и собственной малышки, он полоснул ножом и по ее шее». Разговорное слова «кромсать», просторечное «полоснуть» в данном контексте принимают ужасающее значение. Такая лексика была выбрана автором не случайно. Она усиливает негативные эмоции, актуализирует некоторые психические процессы в нашем организме. Индивидуальное бессознательное просыпается под действием впечатляющих подробностей убийства, мы начинаем испытывать панику, шок и отвращение. Чтобы удовлетворить любопытство читателя, автор помещает в свой материал и фотографию самого преступника, сделанную из зала суда.

Журналист в судебном очерке, с целью показать фактологичность описания, приводит отрывок из заключения судмедэкспертизы, где в подробностях рассказывается о ножевых ранениях погибшей.

Необходимо отметить, что в начале своего материала автор украдкой подмечает национальную принадлежность главного героя: «Перед их глазами предстала сцена захвата. Двое силовиков скручивали незнакомца кавказской наружности». На этом примере можно показать, как действует теория культивирования Дж. Гербнера, которая заключается в том, что «постоянное воздействие СМИ, постепенно формируя наши представления, определённым образом унифицирует различия в восприятии мира». Особенно часто по телевидению можно увидеть криминальные сюжеты, где преступниками становятся те самые люди «кавказской наружности». Это формирует у потребителей СМИ негативное отношение к данному этносу. Как мы видим, такая проблема не обошла стороной и печатную прессу.

При прочтении гедонистического текста возникает чувство страха, стресса, читатель может впасть во фрустрацию. Для того чтобы «зацепить» читателя, заставить испытать эмоции, автор прибегает к некоторым стилистическим приемам, обращенным к нашему бессознательному. Автор дает подробный рассказ о семейной жизни главных героев, о постоянных избиениях погибшей, наряду с этой информацией читатели видят комментарии друзей убийцы, которые отзываются о нем только положительно. Но все же главный герой вызывает лишь негативные эмоции, не зря журналист так постарался с выбором деталей. Автор очерка рассказывает, как после совершения преступления преступник пошел за водкой и яблоком, как неадекватно вел себя во время судебного заседания, как пытался убить самого себя и набрасывался на полицейских. В тексте явно прослеживается накручивание негативных эмоций (убийство), шаг за шагом автор шокирует читателей ужасающими фактами о герое.

На синтаксическом уровне данный судебный очерк тоже имеет свои особенности. Текст состоит в основном из простых предложений, осложненных причастными и деепричастными оборотами, вводными словами. Употребляются в материале и сложные предложения, состоящие максимум из

двух-трех простых, что позволяет легче воспринимать текст.

Основная цель такого текста вызвать эмоции, в данном случае негативные, которые шокируют, но в тоже время привлекают читателя. Материал полностью соответствует динамике и структуре драйв-мышления, он нажимает на те чувства, которые отвечают за самые сильные наши эмоции.

Многие вещи, которые изначально носили характер священного таинства (рождение ребенка, зачатие, смерть), к сожалению, сегодня не несут в себе никакой тайны. Все известно и изучено, поэтому сакральность тем сведена на нет. Натуралистичные описания, съемки крупным планом запретного – еще один провокатор удовольствия. В данном случае тема смерти ярко обыгрывается автором. В мире происходит множество подобных ситуаций, писать о них необходимо, остается решить вопрос, в каком ключе будет это написано. Анализируемый текст, безусловно, нельзя отнести к качественной журналистике, ведь автор пренебрегает приличиями и во всех подробностях описывает то, что лучше опустить.

Судебный очерк сам по себе очень интересный и необходимый жанр. Его можно назвать одним из самых эффективных форм правового воспитания граждан. В таком материале журналист отражает правовую жизнь во всех ее проявлениях, распространяет информацию о правовых фактах (событиях, действиях, явлениях, поступках), а также обобщает и анализирует их [5, с. 220]. Но в подобных низкопробных материалах нет места анализу и приличию, поэтому качественным судебным очерком назвать это нельзя.

Таким образом, проникающая сила гедонистического текста, бесспорно, велика. Природа человека такова, что он имеет склонность к переживанию низких и негативных эмоций. Апелляция к низкому в человеке очень простой механизм, действующий практически на всех. «Сопrotивляться такому искушению, действующему не впрямую, а исподволь, обращаясь не к сознанию, а к бессознательному грешного человека, почти невозможно». Здесь «на помощь» и приходят гедонистические тексты, подогревающие наши эмоции и переживания жареными фактами и подробностями.

### Список литературы

1 Гурова, Н. [«Берегись! Желтая пресса! Заложники драйва»](http://archive.taday.ru/text/83400.html) [Электронный ресурс]. «Татьянин День», 2019. - Режим доступа: <http://archive.taday.ru/text/83400.html>

2 Пронина, Е.Е. Психология журналистского творчества / Е. Е. Пронина. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. — 320 с.

3 Гриндстафф, Л. «Реальное телевидение» и политика социального / Л. Гриндстафф; пер. с англ. В.В. Зверевой. – Москва : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. – 99 с.

4 Давыдова, С. Перерезал как барашкам шеи подруге и малютке-дочке / С. Давыдова // Яикъ. – 2018. - №23. – С. 6.

5 Анненкова, Н. А. Судебный очерк как форма правового воспитания в медиасфере / Н.А. Анненкова, Е. Е. Орлова // Медийно-информационная грамотность современного педагога: материалы Всероссийской научно-практической конференции. - Оренбург : ОГПУ, 2018. – С. 219-226.

## СЛЕНГ НЕМЕЦКОЙ МОЛОДЕЖИ: СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Пасечная Л.А., канд. пед. наук, доцент,  
Щербина В.Е., канд. филол. наук, доцент  
Оренбургский государственный университет, Оренбург

Молодежный сленг представляет собой интереснейший лингвистический феномен, бытование которого связано не только с определенными возрастными ограничениями, как это ясно из самой его номинации, но и с социальными, временными и пространственными рамками. Молодежный сленг – это пароль всех членов референтной группы. В сленге находят отражение все сферы деятельности молодых людей: учеба, развлечения, хобби, отношения с друзьями и партнерами.

Отношения в семье, с друзьями, однокурсниками, партнерами по интересам и совместной жизни очень значимы для молодых людей. Этим можно объяснить появление неологизмов, связанных именно с этой сферой жизни молодежи.

Рассмотрим основные модели образования неологизмов в языке немецкой молодежи, так или иначе относящиеся к сфере отношений. Часть неологизмов представляют собой сокращения, отражающие тенденцию экономии языковых средств.

**MOF** (от нем. сокр. Mensch ohne Freunde) – *человек без друзей*. Это сокращение имеет отрицательную коннотацию и используется в основном в целях языковой экономии в Интернет-сленге и при написании СМС. Тот, кто из-за работы, учебы или активной жизни в соцсетях пренебрегает общением в реальной жизни, рискует стать человеком без друзей (MOF) [4, с. 23].

**ABF** (от нем. сокр. allerbeste Freundin) – *лучшая подруга*. Некоторые вещи не меняются никогда. Еще наши мамы с их подругами обменивались тайком на уроке записками, которые для шифрования содержали такие аббревиатуры, как, **HDGDL** (Hab dich ganz doll lieb / Я тебя очень люблю). Вместо того чтобы подобные послания, преодолевая трудности, передавать через парты, сегодня они сотнями рассылаются с помощью мобильных телефонов. Такие сокращения используются, как правило, в целях языковой экономии и защиты от любопытных третьих лиц [4, с. 12].

**Ellis** (от нем. сокр. Eltern) – *родители*. Тот, кто ласково называет своих родителей сокращенно Ellis, выражает не только тесную привязанность к ним, но и придает им тем самым приятную молоджавость [4, с. 15].

Еще одной многочисленной группой являются неологизмы-новообразования, возникшие в результате словосложения – это слова с ясной словообразовательной структурой, состоящие из компонентов, уже использовавшихся в другом сочетании в иных словообразовательных конфигурациях.

При первом же взгляде на корпус примеров бросается в глаза, что в основе практически всех неологизмов лежат англицизмы.

**Fernbeziehung** – отношения на расстоянии. Профессиональная жизнь требует гибкости. Одновременно всемирная паутина и современные средства связи способствуют тому, что люди из разных стран и культур завязывают отношения. Все больше пар, разделенных пространством, поддерживают отношения на расстоянии [4, с. 17].

**Chickmagnet** (от англ. chick – Mädchen und Magnet). Речь идет о мужчине, который невероятным образом как магнит притягивает к себе женщин. Мужчин с такой способностью еще называют *Womanizer* – *плейбой*, *бабник*, *Chickolo* – *жиголо* [4, с. 14].

**Offseason** (от англ. off season - Saisonpause). Для любителей зимних видов спорта лето, естественно, мертвый сезон, т.к. в это время из-за погодных условий не проходят соревнования. Из спорта это понятие перекочевало в отношения и означает определенный отдых, паузу в отношениях. Наступит ли после снова бархатный сезон и с ним разгар отношений, зависит только от уровня натренированности контрагентов [4, с. 24].

**Pärchenterror**. Именно так одинокие люди и холостяки называют вездусущее присутствие счастливых парочек, которые особенно весной выбираются в парки, кафе, магазинчики всего мира, гуляют там, держась за руки и милуясь. Сверхчувствительные одиночки видят в этом провокацию: парочки намеренно демонстрируют своё присутствие одиночкам как людям без отношений. От такого террора одинокие люди могут страдать и в своем кругу друзей, особенно когда приглашения на вечеринки и дни рождения рассчитаны на двоих [4, с. 25].

**Singlebörse**. Сегодня примерно каждый третий знакомится со своим будущим партнером на сайтах знакомств. Такой сайт можно найти на любой вкус: по месту жительства потенциальных партнеров, их вероисповеданию, уровню образованности. Являются ли подобные «биржи холостяков» последним шансом для сверхзастенчивых одиноких людей (MOF); или же это всего лишь база данных партнеров для кратковременных встреч; а может быть они действительно помогают найти того единственного - на этот счет мнения расходятся [4, с. 28].

**Back-up-Freund** (от англ. to back up – unterstützen, hinter j-m stehen). Такой друг нужен тому, кто хочет пригласить за столик симпатичную девушку и ее подружку. Его задача состоит в том, чтобы увлечь подругу, в то время как его товарищ пытается очаровать свою симпатию. Дружба обязывает. Так ему приходится быть использованным в чьих-то интересах, оставлять свои личные интересы в стороне, образуя крепкий тыл, если друг захочет появиться на вечеринке в компании своей прекрасной дамы [4, с. 13].

Для разговорной речи молодежи характерны усечения. Все типы усечения слова принято считать контрактурами. Контрактуры имеют ряд преимуществ перед полными наименованиями – они короче, удобны для



сочетания с другими основами в единый комплекс сложного слова. Поэтому мы встречаем их в большом числе в лексиконе молодежи:

**Gruscheln** (от нем. срещ. grüßen und kuscheln) – тепло приветствовать. Члены Интернет-сообществ используют эту функцию, чтобы поприветствовать в сети друзей, не оставляя сообщения. Друг, которого поприветствовали таким образом, заходя в следующий раз на свою страницу, видит сообщение «Тебя поприветствовали / Du wurdest gegruschelt» и может, если захочет, отправить подобное приветствие в ответ. Значение теплого объятия или знака симпатии и расположения получили образованные по этому образцу понятия, используемые в первую очередь в Интернет-коммуникации: *drutschen* (от нем. срещ. drücken und knutschen) и *knutscheln* (от нем. срещ. kuscheln und knutschen), которые охотно используются для прощания в форумах и чатах [4, с. 18].

**Mingle** (срещ. от англ. mixed single – gemischt Alleinlebender). Самореализация, свобода и независимость имеют очень большое значение. Но и в отношениях многие люди не готовы отказаться от своей свободы и независимости и осознанно решаются жить в отдельных квартирах. Такие пары уверены, расстояние является гарантией сохранения их любви. Таким образом между холостяцкой жизнью и постоянной жизнью с партнером существует множество либеральных промежуточных форм отношений [4, с. 23].

**Smexy** (срещ. от англ. smart – klug и sexy) – это более приятный комплимент, чем просто «сексуальный», так как при этом оцениваются не только внешний вид объекта обожания, но и его умственные качества. Если Ваш партнер «smexy», Вам крупно повезло: он не только прекрасен внешне, но и мил, умен и остроумен [4, с. 28].

**Smirting** (срещ. от англ. to smoke – rauchen и to flirt – flirten) – табачный флирт. Закон о защите прав некурящих выставил курящих за дверь всех заведений. Совместное курение за пределами кафе и ресторанов дает повод для общих разговоров и обнаруживает общие интересы. А это лучшие предпосылки для флирта. Так что, когда видишь, что симпатичная девушка или милый парень, вооружившись сигаретой, направляется к выходу кафе, можно смело догонять и с фразой «Огонька не найдется?» начинать знакомиться [4, с. 28].

**Dadster** (срещ. от англ. dad и hipster – hipper Typ) – крутой папа. Это – молодежавый мужчина, небрежно одетый, с наушниками от аудиоплеера в ушах, везет по центру города модную коляску со своим отпрыском и легко объединяет в себе юношескую флегматичность и взрослое чувство ответственности [4, с. 14].

Самым продуктивным способом создания неологизмов является суффиксация/префиксация. С помощью прибавления суффикса –en к корню-англицизму в немецком молодежном сленге появилось множество глаголов, обозначающих различные операции во «всемирной паутине», с помощью прибавления суффикса –er – множество существительных, обозначающих участников этих операций и процессов.

**Adden** происходит от английского *to add* – *добавлять*. Если много путешествовать по страницам социальных сетей, то большой круг виртуальных знакомств становится символом статуса. Здесь уже не завязывается дружба, а «добавляются контакты». Добавление означает процесс прикрепления профилей в свой список контактов. Кроме того, можно «добавлять ссылки, фотографии, статусы» [4, с. 12].

**Frienden и entfrienden / defrienden** – френдиться, добавить в друзья и удалить из друзей (от английского *friend* – *друг*). Конечно, добавление новых контактов и удаление старых нельзя сравнить с длительным процессом развития классической дружбы. В эпоху сетевой экономики знакомства в Интернете являются скорее непринужденными и ни к чему не обязывающими чем эмоционально крепкими связями. В реальной жизни дружба тоже может прекратиться, но в анонимной сети это происходит намного легче и проще. Приставки *ent-* и *de-* уже сами выражают собой дистанцию и отдаление, которое происходит путем нескольких кликов мышки, обрывая дружбу, не требуя при этом объяснений и споров. «Вы уверены, что хотите удалить его из списка друзей?» - «Да» [4, с. 17].

**Facebooken** – фейсбучить (от английского *Facebook*). Кто заводит на Facebook друзей, изменяет статус, вступает в группы, добавляет фотографии, тот фейсбучит. Это слово означает все действия, которые можно осуществлять в самой популярной в мире социальной сети. Опасность Facebook-зависимости велика. Зачастую оторваться от Facebook удается с трудом [4, с. 14].

**Skypen** – скайпиться, общаться по скайпу. Интернет телефония – это спасение для всех эмигрантов, людей, обучающихся за границей или имеющих гостевые браки. Лидером на рынке в этом сегменте является появившееся в 2004 году программное обеспечение, которое позволяет пользователям бесплатно общаться. Со временем слово «*Skypen*» стало синонимом понятия «Интернеттелефония». В отличие от обычной телефонии после установки вебкамеры можно осуществлять видеозвонки [4, с. 28].

Доля неологизмов в молодежном сленге достаточна велика, доля неологизмов, отражающих современные тенденции в отношениях молодежи – огромна. Самыми продуктивными способами их образования являются сокращение, усечение, словосложение, суффиксация. В основе большинства неологизмов молодежного сленга, относящихся к сфере отношений, лежат англицизмы.

### Список литературы

1 Береговская Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование / Э. М. Береговская // Вопросы языкознания. 1996. № 3 С. 123-126.

2 Ольшанский, И. Г. Лексикология: современный немецкий язык = Lexikologie: Die deutsche Gegenwartssprache: учебник / И.Г. Ольшанский, А.Е. Гусева. – Москва: Академия, 2005. – 416 с.

3 Herberg, D. Neuer Wortschatz Neologismen der 90-er Jahre im Deutschen. / D. Herberg. – Berlin: Walter de Gruyter, 2004. –393 S.

4 Das neue Wörterbuch der Szenensprachen. Mannheim – Wien – Zürich: Dudenverlag, 2009. 204 S.

## ЯЗЫКОВАЯ ИГРА И ЕЁ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ В ТЕКСТАХ СМИ

Симутова О.П., канд. филол. наук, доцент  
Шидловская И.А., канд. филол. наук, доцент  
Оренбургский государственный университет

Изучение языковой игры в текстах публицистических СМИ представляется на сегодняшний день актуальным, поскольку в этих текстах содержится богатый арсенал языкового материала, способствующего изучению системы концепций перевода и обобщению положительного опыта в переводческой теории и практики, поскольку СМИ выступают и как инструмент власти, и как орудие осуществления информационного давления, и как способ когнитивной обработки общества и индивида с целью формирования особой картины мира.

Кузьмина Н.А. считает, что в современных СМИ акт коммуникации сам по себе построен по принципу языковой игры. Своеобразная игра, заключающаяся в необычном подборе источников метафоризации, призвана, заведомо усложняя путь к смыслу, закодировать информацию таким образом, чтобы ее декодирование стало увлекательной игрой для получателя сообщения. Интерес в такой игре «подогревается» тем обстоятельством, что декодирование подобной информации требует от реципиента определенных интертекстуальных знаний [5, с. 6].

Определяющими для интерпретации языковой игры являются ситуация, контекст, наличие в контексте слов с общими семантическими элементами, а также известность словообразовательной модели. Процессы толкования и интерпретации опираются либо на грамматические, лексико-грамматические и семантико-прагматические знания, либо требуют наличие определенного объема фоновых знаний или знаний картины мира. По определению В.П. Фурмановой [8], фоновые знания – это: 1) историко-культурный фон, включающий сведения о культуре общества в процессе его исторического развития; 2) социокультурный фон; 3) этнокультурный фон, включающий информацию о быте, традициях, праздниках; 4) семиотический фон, содержащий информацию о символике, обозначениях, особенностях иноязычного окружения.

В нашей работе мы рассматриваем языковую игру как проявление индивидуально-авторского творчества, приемы перевода которой мы попытались проанализировать в следующих немецких примерах, сравнив их с текстом оригинала. Ср.:

«Alexej Kowaljow ist Redakteur bei der «Moscow Times» und schreibt auch für Zeitungen außerhalb Russlands, darunter «The Guardian» und «Die Zeit». Auf seinem Blog «noodleremover-news» bemühen er und seine Mitstreiter sich als «Nudelentferner» und decken Lügen und Fehlinformationen in russischen Medien auf. Denn wer anderen «Nudeln über das Ohr hängt», so eine russische Ausdrucksweise, der belügt sie» [20].

«В интервью «Focus» российский журналист, редактор «Moscow Times», автор статей в «The Guardian» и «Die Zeit», эксперт в области СМИ Алексей Ковалев говорит о том, почему кремлевская пропаганда не способна нанести ущерб Западу. Ковалев, отмечает издание, стал автором проекта «*Лапшеснималочная*» – в своем блоге он разоблачает ложь и фейковые новости, появляющиеся в российских СМИ» [1].

Языковая игра в данном примере построена по синтаксическому типу словосложения, где слово-гибрид образовано путем сращения русского выражения «вешать лапшу на уши», что означает «обманывать кого-либо». Автор статьи, используя данное сращение, обыгрывает моменты разоблачения сфабрикованных новостей в прессе. Переводчик путем калькирования сохраняет юмористический оттенок.

Интересным, на наш взгляд, оказался перевод заголовка рубрики в статье, характеризующей деятельность кандидата на пост президента Франции Э. Макрона. «*Macron, das Werbe-Ass*» [19] / «Макрон, рекламный асс» [3]. Так автор статьи назвала пятую причину успешности независимого кандидата. Макрон блестяще продает продукт под названием «Макрон». Он сделал ставки на то, чего ожидали французы: на социальную Европу, на окончание доминирования двухпартийной системы, на примирительные высказывания. Переводчик при передаче языковой игры использовал прием калькирования, что несомненно придало выражению ироническую окраску.

Прием перевода калькирования языковой игры можно проследить и в следующем высказывании «*Trump nannte China einen «Währungsmanipulator»*» [14] / «Также Трамп назвал Китай «валютным манипулятором» [4]. В статье речь идет о давнем споре Соединенных Штатов и Китая по поводу вод Южно-Китайского моря. На них претендует Китай, в то время как США и ближайшие государства настаивают на сохранении свободных морских путей. В прошлом Трамп неоднократно высказывал критику в адрес Пекина. К примеру, в декабрьском интервью он обвинил КНР в строительстве «крепости» на спорных островах Южно-Китайского моря и нежелании оказывать поддержку в сдерживании ядерных амбиций Северной Кореи.

Кристина Хебель в статье «Со всей жестокостью против протестов», опубликованной на сайте издания журнала «Der Spiegel», пишет о многочисленных арестах демонстрантов, которые выступают с протестом против так называемого «налога на паразитов», который ввел Лукашенко своим указом. Указ заключается в том, что те граждане, которые работали менее 183 дней в году, должны задним числом выплатить штраф. Корреспондентка пытается выразить свое негодование к данным событиям через языковую игру, сравнив неработающих людей, в число которых входят студенты и пожилые люди, с паразитами. Милиция без разбора набрасывалась на демонстрантов, случайных прохожих, часто применяя грубую силу. Переводчик в данном случае использовал кальку. «С середины февраля 2017 года в разных городах страны собрались до 1000 человек и протестовали против так называемого «налога на паразитов» [10]. «Seit Mitte Februar 2017 haben sich an fast jedem

Wochenende bis zu 1000 Menschen an verschiedenen Orten des Landes versammelt und gegen die sogenannte *Schmarotzer-Steuer* demonstriert» [17].

Неисчерпаемым источником для языковой игры в немецком языке является словосложение, где непосредственно составляющие являются самостоятельными единицами. Композиты характеризуются широкой семантической вариативностью, у которых нередко настолько тесна связь с контекстом, что без его помощи семантизация оказывается невозможной. К примеру, в швейцарской газете «*Tagesanzeiger*» была опубликована статья о том, что «парламент американского штата Иллинойс принял законопроект, согласно которому октябрь будет официально называться «*месяцем готовности к нашествию зомби*»» [12] / «*Das Parlament des US-Bundesstaats Illinois hat einen «Zombie-Vorbereitungsmonat» ausgerufen*» [18]. Месяц подготовки к зомби-апокалипсису задуман как PR-мера, если жители Иллинойса будут готовы к нашествию зомби, значит, они будут готовы и к другим катаклизмам. Переводчик не проявил свои творческие способности и использовал описательный прием перевода.

В настоящее время часто обыгрываются ситуации, возникающие вокруг политических лидеров, широко обсуждается их личная жизнь и поведение на политической арене. Так, после вступления Д. Трампа на пост президента США, появилось множество суждений относительно его правления. Возникли ситуации, в которых проявляются его личностные качества, вызывающие спор у психологов, одни из которых считают, что у Д. Трампа выраженная склонность к нарциссизму, которая ведет к нарушению адекватного поведения, другие, напротив, не видят в нем признаки антисоциального расстройства. Специалистов, занимающихся всесторонним исследованием личности Д. Трампа, корреспондент журнала «Фокус» К-Й. Зандер игриво назвал «*Trumpologen*», по аналогии с другими профессиями такими, как филологи или психологи, кардиологи и пр. Переводчик использовал описательный прием перевода, сохранив, однако, ироничный подтекст и расширил в какой-то степени обозначение данных специалистов до «экспертов в области «*трампологии*»». Ср.: «*Die Trumpologen sind sich ja einig, dass Herr Trump eine ausgewachsene narzisstische Persönlichkeitsstörung haben könnte*» [24] / «*Эксперты в области «трампологии*» сходятся во мнении, что Дональд Трамп может иметь психические отклонения в виде склонности к нарциссизму» [11].

К описательному приему обратился переводчик и в следующем примере, где обыгрывается отношение американского президента Д. Трампа к Китаю. Китай считает государство Тайвань «своей непокорной провинцией», которую необходимо интегрировать в КНР. Из-за этого Китай отказывается иметь дипломатические отношения со странами, которые признают Тайвань. Но в декабре прошлого года Трамп поговорил по телефону с главой Тайваня, таким образом поставив под сомнение прежний курс, что серьезно возмутило китайцев. Ср.: «*Aus chinesischer Sicht noch gravierender sind Trumps Zweifel an der Ein-China-Politik der USA unter Barack Obama*» [14] / «Но куда более серьезно, с китайской точки зрения, то, что Трамп может отказаться от

«политики одного Китая», которую проводил его предшественник Барак Обама» [4].

Широкий резонанс и бурю возмущения вызвало решение жюри на «Евровидении-2016» в Стокгольме, когда телезрители большинство голосов отдали российскому певцу С. Лазареву, а от жюри ему несправедливо досталось только третье место. Даже телезрители Германии поставили 12 баллов. Пользователи соцсетей по всему миру обсуждали итоги финала конкурса и отметили, что конкурс в этом году стал политическим представлением. Таким образом, Евровидение превратилось в *Politvision* [*Politik* + *Vision*] *Политвидение* [*политика* + *видение*]. «Was wir nicht im Bildungsfunk und in den Konzernmedien erfahren: *Politvision*: Teil I: «..»*Politvision*: Teil II: «..» *Hoffe, ihr könnt das alle sehen*» [23] / «*Политвидение*: Пользователей соцсетей возмутили результаты голосования на «Евровидении»» [7]. Такой тип контаминации называется «включением», при котором в «базовое» слово вклиниваются элементы другого слова. Получается некий гибрид, который носит не только формальное, но и смысловое родство этих слов, однако придает слову дискредитирующий оттенок. В данном случае пользователи соцсетей осуждают решение членов жюри, в котором прослеживается негативный настрой не столько к певцу, выступившему за Россию, сколько к России в целом. Переводчик, в свою очередь, оценил креативное видение данного события и использовал прием калькирования.

Своеобразная языковая игра наблюдается в заголовке статьи ««*Macronomics*» – die Zauberformel der Zukunft» [22]. ««*Макрономика*» — волшебная формула будущего» [13], где автор, путем контаминации «*Macronomics*» [*Macron* + *economics*], передает воодушевление канцлера Германии А. Меркель, которая с избранием нового президента Франции Э. Макрона надеется на прекрасные германо-французские отношения в области экономики и политики в целом. Автор перевода статьи решил сохранить оригинальный замысел и передал языковую игру с помощью приема транслитерации «*Макрономика*» [*Макрон* + *экономика*].

Языковая игра, порой, выступает как средство борьбы с целью изобличения человеческих пороков. Так, например, в канун Нового года в СМИ появились сообщения о потреблении спиртосодержащих жидкостей, в том числе косметических и парфюмерных, которые привели к массовому отравлению. Журналист И. Мийнсен на страницах швейцарской газеты «*Neue Zürcher Zeitung*» пишет, что в результате отравления концентратом для ванн «*Боярышник*» погибли люди. «*Dennoch hat der Konsum von sogenanntem Ersatz-Alkohol in Kosmetika oder Parfums epidemieartige Ausmasse angenommen: Laut Schätzungen machen sie inzwischen ein Fünftel des harten Alkohols aus, den die Russen trinken*» [21] / «Тем не менее, согласно оценкам, из всего «количества крепкого алкоголя, что пьют россияне, на долю *эрзац-алкоголя* приходится пятая часть»» [6]. Автор перевода передал трагедию произошедших событий с помощью приема транслитерации.

Имена бывших политических лидеров иногда становятся именами нарицательными, когда речь идет о деятельности, связанной с выдающимися представителями политической элиты прошлого. Так, в журнале «Фокус» политологи жарко обсуждали политику В. Путина по отношению к ситуации, происходящей в Европе, упомянув при этом имя бывшего федерального канцлера ФРГ Г. Шрёдера, намекая на коррупционное составляющее в его политике. С помощью суффикса *-ierung* в слове «*Schröderisierung*» был достигнут юмористический эффект. Переводчик использовал суффикс *-ция*, который в русской публицистике иногда используется для обозначения отрицательных действий и поступков, вызывающих негативные эмоции с оттенком иронии. Ср.: *Idealziel von Putin ist es, in Europa die Rolle zu spielen, die bis jetzt die USA innehaben: Die «Schutzmacht», die bei wesentlichen Entscheidungen mitredet. Wir brauchen keine Angst vor russischen Panzern und Soldaten zu haben, eher vor einer massiven Einflussnahme hinter den Kulissen. Die Russen nennen das «Schröderisierung»: Die gezielte Korrumpierung der Eliten* [16] / Самым заветным желанием Путина, по словам политолога, «было бы играть в Европе роль, которую сейчас играют США, - роль государства-протектора, которое участвует в принятии важных решений»: «Нам нужно бояться не российских танков и солдат, а, скорее, широкомасштабного закулисного влияния. Сами русские называют это «*шрёдеризацией*», что означает целенаправленное коррумпирование элит» [9].

Приставка *-анти* используется в языковой игре для придания выражению коннотативного значения с ироничным оттенком или для большей экспрессивности. Например, в заголовке статьи из газеты «Die Welt» «*Ukraine hofft auf deutsch-französische Anti-Putin-Achse*» [15] / «Украина надеется на германо-французскую *антипутинскую ось*» [2] прослеживается тонкая ирония по поводу того, как радуется Украина победе Э. Макрона на президентских выборах во Франции. Предполагается, что Э. Макрон продолжит политику бывшего президента Франции Ф. Олланда, который также, как и А. Меркель настаивал на возвращении аннексированного Россией полуострова Крым. Украина призвала Германию и Францию к совместной защите континента от российской угрозы в лице президента России В. Путина. Переводчик калькировал сложное существительное, заменив при этом часть слова на прилагательное, но смысловое значение слова осталось неизменным.

Перевод языковой игры является сложной задачей, решение которой каждый раз спорно, иногда найти адекватный перевод и вовсе кажется невозможным. Негативно оценивается ситуация, когда переводчик не видит игры слов в оригинальном тексте и просто прибегает к описательному приему в переводе. И чем больше подобных случаев, тем менее качественным можно назвать перевод в целом.

Таким образом, проведенное нами исследование позволяет сделать вывод о том, что переводчики используют разные приемы для перевода языковой игры в публицистических текстах СМИ. Исходя из проанализированных нами



примеров, следует, что чаще всего авторы переводов прибегают к приемам калькирования и транслитерации.

### Список литературы

1. Була Н. Если Россия и ведет информационную войну, то только против своих граждан [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.inopressa.ru/article/06mar2017/focus/propaganda.html>
2. Гайгер К. Украина надеется на германо-французскую антипутинскую ось [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.inopressa.ru/article/22May2017/welt/eliseev\\_ukr1.html](https://www.inopressa.ru/article/22May2017/welt/eliseev_ukr1.html)
3. Жуарес А. Стартап «Макрон» [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.inopressa.ru/article/25Apr2017/zeit/macron\\_04.html](https://www.inopressa.ru/article/25Apr2017/zeit/macron_04.html)
4. Китайские военные считают неизбежной войну с США [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.inopressa.ru/article/31Jan2017/focus/china\\_us.html](https://www.inopressa.ru/article/31Jan2017/focus/china_us.html)
5. Кузьмина Н.А. Современный медиатекст / Н.А. Кузьмина. – Омск: 2011. – 414 с.
6. Мийнсен И. Смертельный концентрат для ванн [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.inopressa.ru/article/22Dec2016/nzz/alkoholism.html>
7. Политвидение: Пользователей соцсетей возмутили результаты голосования на «Евровидении» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://russian.rt.com/article/302661-polzovateli-socsetei-evrovidenie-politicheskoe-predstavlenie>
8. Фурманова В.П. Межкультурная коммуникация и лингвокультуроведение в теории и практике обучения иностранным языкам: дисс. .... докт. пед. наук: 13.00.02 – Теория и методика обучения (по отраслям). – М., 1994. – 475 с.
9. Хальтауфдерхайде И. «Меркель висит на волоске» – как Путин хочет свергнуть немецкого канцлера [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.inopressa.ru/article/02Feb2016/focus/Reitschuster.html>
10. Хебель К. Со всей жестокостью против протестов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://inosmi.ru/politic/20170327/238970930.html>
11. Шертель М. Психиатр: «Похоже, Трамп на пределе» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.inopressa.ru/article/28Feb2017/focus/trump.html>
12. Штат Иллинойс официально готовится к зомби-апокалипсису [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.inopressa.ru/article/15Feb2017/tagesanzeiger/z\\_il.html](https://www.inopressa.ru/article/15Feb2017/tagesanzeiger/z_il.html)
13. Штраубхаар Т. «Макрономика» — волшебная формула будущего [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://inosmi.ru/politic/20170517/239374285.html>
14. Chinesisches Militär rechnet mit Krieg gegen USA unter Trump [Электронный ресурс] – Режим доступа:

[http://www.focus.de/politik/ausland/konflikt-im-suedchinesischen-meer-praktische-realitaet-chinesisches-militaer-sieht-krieg-mit-usa-alsunausweichlich\\_id\\_6567473.html](http://www.focus.de/politik/ausland/konflikt-im-suedchinesischen-meer-praktische-realitaet-chinesisches-militaer-sieht-krieg-mit-usa-alsunausweichlich_id_6567473.html)

15. Geiger K. Ukraine hofft auf deutsch-französische Anti-Putin-Achse [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://www.welt.de/print/die\\_welt/politik/article164760314/Ukraine-hofft-auf-deutsch-franzoesische-Anti-Putin-Achse.html](https://www.welt.de/print/die_welt/politik/article164760314/Ukraine-hofft-auf-deutsch-franzoesische-Anti-Putin-Achse.html)

16. Haltaufderheide I. «Merkel hängt am seidenen Faden»: Wie Putin jetzt die Kanzlerin stürzen will [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.focus.de/politik/deutschland/hybrider-angriff-aus-russland-merkel-haengt-am-seidenen-faden-wie-putin-jetzt-die-kanzlerin-stuerzen-will\\_id\\_5253928.html](http://www.focus.de/politik/deutschland/hybrider-angriff-aus-russland-merkel-haengt-am-seidenen-faden-wie-putin-jetzt-die-kanzlerin-stuerzen-will_id_5253928.html)

17. Hebel K. Mit aller Härte gegen den Protest [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/weissrussland-alexander-lukaschenko-geht-mit-aller-haerte-vor-a-1140506.html>

18. Illinois bereitet sich offiziell auf Zombie-Apokalypse vor [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.tagesanzeiger.ch/ausland/amerika/Illinois-bereitet-sich-offiziell-auf-ZombieApokalypse-vor/story/12218720>

19. Joeres A. Frankreich-Wahk: Start-up Macron [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2017-04/emmanuel-macron-frankreich-wahl-stichwahl-newcomer>

20. Kowaljow A. Medienexperte erklärt den größten Sieg der Kreml-Propaganda [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.focus.de/politik/ausland/alexej-kowaljow-russischer-mediexperte-kreml-fuehrt-informationskrieg-gegen-eigene-buerger\\_id\\_6707995.html](http://www.focus.de/politik/ausland/alexej-kowaljow-russischer-mediexperte-kreml-fuehrt-informationskrieg-gegen-eigene-buerger_id_6707995.html)

21. Mijnsen I. Tödlicher Badezusatz [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nzz.ch/international/alkoholismus-epidemie-in-russland-toedlicher-badezusatz-ld.136027>

22. Straubhaar T. «Macronomics» – die Zauberformel der Zukunft [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.welt.de/wirtschaft/article164626106/Macronomics-die-Zauberformel-der-Zukunft.html>

23. Wie der ESC für Propaganda instrumentalisiert wird [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://propagandaschau.wordpress.com/2016/05/15/esc-2016-propaganda>

24. Zander K.-J. «Er scheint überfordert»: Psychiater fürchtet, dass Trumps Narzissmus ins Böse ríppt [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.focus.de/politik/ausland/usa/karl-joachim-zander-im-interview-er-scheint-ueberfordert-psychiater-fuerchtet-dass-trumps-narzissmus-ins-boese-kippt\\_id\\_6714198.html](http://www.focus.de/politik/ausland/usa/karl-joachim-zander-im-interview-er-scheint-ueberfordert-psychiater-fuerchtet-dass-trumps-narzissmus-ins-boese-kippt_id_6714198.html)

## GRAFFITI IN STUDENTS' INTERPRETATION

**Н.В. Стренева, О.В. Стрижкова, Е.А. Мокрицкая**  
**Оренбургский государственный факультет**

Nowadays, there appear more and more science papers devoted to the study of various aspects of “live” communication. There are many works which describe various aspects of colloquial speech. The most popular and detailed approaches to the text are formulated in the works of L.V. Scherba, M.M. Bakhtin, V.V. Vinogradov, I.R. Galperin, O.I. Moskalskaya, I.V. Arnold, N.V. Cheremisina and many other scientists.

There is no doubt that every aspect and each new approach to a text investigating and analyzing its different elements contribute not only for understanding the specific feature of the text creation and functioning, but for our vision and presentation of the creativity in language process itself.

The object of this research work is graffiti-texts. This phenomenon, being widely spread, has not been enough studied yet. The problem of the spoken language research was scrutinized both Russian and foreign scientists. But, they mostly focused and analyzed speech in its verbal aspect. Such written form of the speech as graffiti-texts is not usually considered as specifically important object of the science for linguists to study.

Such manifestations of linguistic consciousness are regarded as “negative language material” [3: 24]. At present, scientists are paying more attention to the study of such material. Normann says, “You should not be distracted from these facts, do not consider them to be unworthy of attention – they are all, including even simple word parasite, manifesting the human spirit” [2: 37]. It is necessary to give some theoretical thinking to this kind of the language material, to describe it as a speech activity phenomenon, and to create some general models depicting this activity.

This material attracts the scientists' attention because it gives them an opportunity “to represent some ideas about the language which are not theirs, but to describe some facts that happen in real everyday people communication” [1: 29]. Observations of real communication allow us to consider language manifestations within specific communicative situations.

B.Yu. Norman sees the “linguistics of every day” as a subject of his study. He is interested in “speech habitat, as well as how a person perceives it and - organizes for himself ” [2: 36]. Graffiti, in our opinion, is an important element of the student's “language environment”.

A distinctive feature of these texts is the fact that such texts are created by a person who writes in an informal situation, “for himself”, often hiding from others (as is the case with writing on desks in classrooms), but with the hope of “recognition”, with the clear intention to bring to others their experiences and thoughts, with certainty “someone will read and complete”.

Graffiti is always emotional, expressive; their creation is aimed at recognition and further broadcasting.

We conducted a survey, the purpose of which is to find out the attitude of young people to graffiti as a language fact, to the existing reality, to find out the opinion of students about the prevalence of graffiti, to try to establish the causes and motives for writing on desks, walls, etc. The results of this survey are considered in the framework of the study of the compositional-graphical and punctuation features of graffiti [4: 152 - 159].

The survey was conducted among students of 1-5 courses of the Orenburg State University (315 informants). Respondents were asked to answer 10 questions, but in this paper we will analyze only some of the answers of informants. Students were asked to answer the following questions in as much detail as possible, emphasizing the answer option.

1. Do you often come across such a phenomenon as inscriptions on objects that are not intended for writing (desk, chair, bench, wall, etc.), which are called “graffiti”?

The survey showed that the overwhelming majority - about 96.5% often faced with graffiti. And only 3.5% decided that they had not met with a similar phenomenon. It is noteworthy that the majority of respondents, answering further questions, showed that they not only encountered a similar phenomenon, showing interest in it, but also themselves are the authors of many graffiti texts. Only one questionnaire contains “no” to most of the questions: its author did not see graffiti, they do not attract his attention, he does not read them and does not write them himself. The author of another questionnaire has a negative attitude to graffiti, has not met such inscriptions, but at the same time, he admits that he writes himself and is interested in what others write.

In the analysis of the questionnaires our attention was drawn to the graphic images of the answers. In the first question of the questionnaire it was offered to answer the following questions in more details as possible and underline the possible answer (yes/no). The graphic forms of answers chosen by students were as follows:

- in 43% of questionnaires words "yes" and "no" were underlined
- in 17.5% of questionnaires – respondents used a circle
- in 38% of questionnaires respondents used a tick
- in 19% of questionnaires there was a plus.

It is interesting that such diversity occurs, despite the proposed graphic images of the answer: underline the answer option. However, the respondents chose their own graphic options. This fact, of course, indicates the desire not to be like everyone else, not to follow the prescribed rules even in this kind of work.

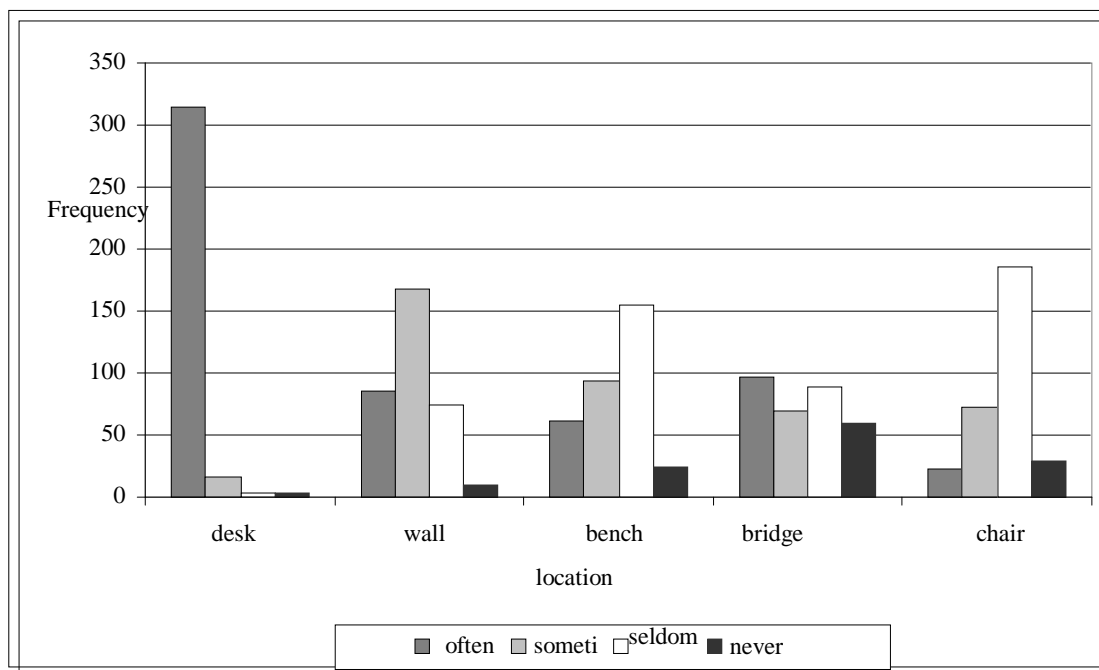
2. What is your attitude to such inscriptions? There are some variants:  
a) positive;  
b) neutral;  
c) negative;  
d) other.

Of course, graffiti-texts are quite common. Sometimes, the presence of inscriptions in the "wrong places" does not cause positive emotions even among young people. Thus, nearly 30% of respondents are negative to graffiti and their existence and creation. 2.2% of our participants have a positive attitude to such "creativity". They are ready to write and rewrite these texts, think that it is 'funny' to see them in different unexpected places. The most of the survey respondents (72.4%) have either neutral or indifferent attitude to this phenomenon. Most of them write, "I don't care".

This group of respondents described their attitude to graffiti as neutral. Although 79% of respondents are interested in what somebody writes. 4% consider graffiti rather interesting and entertaining. 5% admit what they have written such texts themselves, and while studying the inscriptions, distinguish their "self works" and some done by their friends. 20.6% of respondents offer their own version of answer. 16% believe that graffiti are bright enough, are catching the eye and you forced to notice these. 4.6% state that they don't read the graffiti.

3. Where is this "creativity" seen most often? Put + in the necessary column.

In this questionnaire, we asked respondents to characterize the frequency of graffiti location. Students were offered 6 possible answers (5 given: a desk, a wall, a bench, a bridge railing, a chair, and one's own version) and a scale for the possible appearance of inscriptions on these surfaces. This dependence is reflected in Table 1.



Tab. 1. The frequency of graffiti depending on their location

53% of respondents believe that sometimes graffiti appear on the wall. According to 58.7% rarely inscriptions can be found on the chair, 19% - have never seen graffiti on the railing of the bridge. However, 31.7% of respondents put this

place second in the list of possible location of inscriptions. Most of respondents (97%) consider that graffiti appear on a school desk most often that is caused by the space where the main activity of students takes place.

4. Why do you think graffiti appear? What makes young people to create this kind of texts? Put a + into the necessary column.

Respondents' answers to this question are shown in table 2.

| motives   | often | sometimes | seldom | never |
|---|-------|-----------|--------|-------|
| desire to leave the message to those who will see and read it                           | 66,6% | 28%       | 7,6%   | 0     |
| boring to sit in class  | 59,6% | 38%       | 7%     | 0     |
| for fun   | 50%   | 35%       | 13,3%  | 3,4%  |
| it is possible to write what cannot be told, something that worries at the moment       | 20,3% | 22%       | 42%    | 13,3% |
| “because of harmfulness”: everyone says it is impossible to write on desks, walls, etc. | 8,2%  | 20%       | 43%    | 28%   |
| to leave the memory of staying in some place  | 5%    | 32,3%     | 13%    | 3,4%  |
| note to neighbor  | 12,3% | 32,3%     | 38%    | 18%   |
| another option  | 12%   |           |        |       |

Tab. 2 The motives and the frequency of graffiti appearance

66.6% of the student audience believes that the main reason for the graffiti appearance is the desire to stand out, to get “recognition”. Graffiti creator wants other people know about his or her experiences and thoughts. So, here we see one of the most distinctive graffiti features to appear. It is a dialog of texts: graffiti is written in order to communicate. Its author intended to make a dialog with those being at the very same place after him.

Some 20.3% create this kind of texts to broadcast their feelings. Perhaps, it is necessary for such people to write what they are thinking at the moment, what worries them.

One of version of graffiti appearance “note the neighbor” reflects the pragmatism of creating graffiti. But “note” as a way of transmitting information can be relevant only in a certain situation (the presence of a teacher in the audience).

It is noteworthy, but students do not tend to write “because of harmfulness”. This opinion is shared by 28% of our respondents. 43% think that this version of graffiti appearance is rarely manifested. 12% consider desk in the audience to be the most convenient place to keep some useful information. So, they emphasize the variant “crib”.

Young people are not logical and consecutive in their answers. The answers of informants contradict common practice often, showing negative attitude that is expressed in the untruthful answers (prefer the answer "no"). Despite the offered model of the questionnaire filling, young people chose some other graphic forms of answers to the questions, using the different cognitive strategies of information representation.

### References

1. Gorelov, I.N. Fundamentals of psycholinguistics: textbook / I.N. Gorelov, K.F. Sedov. – M.: center, 1997. – 224 c.
2. Norman B.Yu. Linguistics of every day. - Mn .: Your. school, 1991. - 303 p.
3. Scherba, L.V. About the threefold aspect of linguistic phenomena and about the experiment in linguistics / L.V. Scherba // Language system and speech activity. - L .: Science, 1974. - p. 24 - 39.
4. Strenева N.V. Some aspects of the graphic representation of student graffiti. Vestnik OSU. - Orenburg: GOU OSU, 2006. - № 11. - p. 152 – 159

# СООТНОШЕНИЕ СТРУКТУРНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ ЖУРНАЛИСТСКИХ ТЕКСТОВ НА ПРИМЕРЕ ГАЗЕТЫ «ВЕЧЕРНИЙ ОРЕНБУРГ»

Анпилогова Л.В., Томина В.Д.  
Оренбургский государственный университет

Сегодня в средствах массовой информации больше всего ценится оперативность. Именно поэтому читатели периодических изданий наиболее часто обращают свое внимание на заголовки и лиды журналистских материалов. Эти два главных структурных элемента должны коротко рассказывать о содержании текста публикации. Исходя из этого, перед нами стояла следующая цель исследования: проанализировать ряд заголовков и лидов газетных публикаций для определения их соотношения друг с другом, что является достаточно значимым для выбора читательской аудиторией материала для чтения.

В соответствии с целью были определены следующие задачи исследования:

- 1 Определить газету для анализа.
- 2 Подобрать журналистские материалы, имеющие заголовки и лиды.
- 3 Провести анализ соотношения заголовков и лидов друг с другом при помощи опроса респондентов.
- 4 Собрать весь материал и проанализировать полученные ответы респондентов.
- 5 Сделать вывод о соотношении друг с другом заголовка и лида публикации, кратко рассказывающие о содержании текста журналистского материала.

Для анализа нами были взяты публикации одной из рубрик двух номеров общественно-политической газеты «Вечерний Оренбург» (№ 59 от 7 августа 2019 г. и № 61 от 14 августа 2019 г.). Данное издание наиболее точно, по нашему мнению, отражает события, происходящие в городе, и поднимает значимые темы, интересующие население.

Постоянной рубрикой, которая присутствует во всех выпусках «Вечернего Оренбурга» и содержит достаточно серьезные журналистские материалы, чаще всего написанные в жанре статьи, является рубрика «Актуально», в двух номерах которой было опубликовано 4 статьи, рассматривающие различные остросоциальные вопросы, что наглядно представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Содержательная составляющая рубрики «Актуально» газеты «Вечерний Оренбург» (№ 59 от 7 августа 2019 г., № 61 от 14 августа 2019 г.)

| №<br>п/п | Название<br>публикации | Краткое содержание статьи |
|----------|------------------------|---------------------------|
|----------|------------------------|---------------------------|



|   |                                      |  |
|---|--------------------------------------|--|
| 1 | К. Копылов «Гранитный спуск к Уралу» | Новая реконструкция гранитного спуска к реке Урал.                     |
| 2 | К. Копылов «Фейерверк цветов»        | Посадка более полумиллиона цветов в Северном округе.                   |
| 3 | Е. Шкатова «Творческое лето»         | Закрытие фестиваля «Дети. Творчество. Лето-2019» в загородных лагерях. |
| 4 | Е. Шкатова «Урок добра»              | Акция «Соберем ребенка в школу».                                       |

Рамки нашего исследования не позволяли рассмотреть подробно все представленные в рубрике материалы, поэтому для анализа были взяты только 2 статьи для того, чтобы проанализировать соотношение таких структурных элементов журналистских текстов, как: заголовков и лид. Нами были выбраны следующие заголовки и лиды к ним:

- К. Копылов «Гранитный спуск к Уралу»: *В областном центре продолжается восстановление спуска к реке Урал. Согласно новому проекту железобетонные ступени покроют гранитными плитами* («Вечерний Оренбург» (№ 59 от 7 августа 2019 г.);

- Е. Шкатова «Урок добра»: *Маленькая София с любопытством заглядывает в новенький ранец. Осторожно достаёт органайзер, ручки, тетради и большую коробку цветных карандашей. В сентябре девочка пойдёт в первый класс, и ей уже не терпится сесть за парту* («Вечерний Оренбург» (№ 61 от 14 августа 2019 г.).

Для того чтобы провести анализ заголовков и лидов публикаций было составлено задание, которое предлагалось респондентам для выполнения: подчеркните в лиде статьи слова, которые, по вашему мнению, отражают название публикации, представленной в заголовке.

Нами был проведен опрос среди 12 оренбуржцев в возрасте от 18 до 20 лет. Это были студенты-журналисты 2 курса группы 18Ж(бп)ОП ОГУ: 3 (25%) молодых человека и 9 (75%) девушек.

Результаты анализа лида первой статьи К. Копылова «Гранитный спуск к Уралу», включающей 17 слов (100%), представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ лида статьи К. Копылова «Гранитный спуск к Уралу» рубрики «Актуально» выпуска № 59 от 7 августа 2019 (17 слов (100%))

| № п/п респондента | Кол-во выделенных слов / % | Выделенные компонент-единицы                                     |
|-------------------|----------------------------|--|
| 1                 | 6 / 35                     | Спуска, к, реке, Урал, новому, проекту                           |
| 2                 | 8 / 47                     | В, областном, центре, спуска, Урал, проекту, гранитными, плитами |

|        |              |  |
|--------|--------------|--|
| 3      | 4 / 24       | Продолжается, восстановление, новому, проекту  |
| 4      | 5 / 29       | Восстановление, спуска, к, реке, Урал  |
| 5      | 6 / 35       | Восстановление, спуска, железобетонные, ступени, гранитными, плитами   |
| 6      | 5 / 29       | Восстановление, спуска, к, реке, Урал  |
| 7      | 3 / 18       | Восстановление, спуска, Урал   |
| 8      | 8 / 47       | Продолжается, восстановление, спуска, к, реке, Урал, ступени, покроят  |
| 9      | 9 / 53       | Восстановление, спуска, к, реке, Урал, ступени, покроят, гранитными, плитами   |
| 10     | 2 / 12       | Восстановление, спуска, к, реке, покроят   |
| 11     | 10 / 59      | Восстановление, спуска, к, реке, Урал, новому, проекту, ступени, покроят, плитами  |
| 12     | 8 / 47       | В, областном, центре, восстановление, новому, проекту, гранитными, плитами   |
| Итого: | 6,2 (6) / 36 | «спуска» (10 (83%) выборов), «восстановление» (10 (83%), «Урал» (8 (67%), «к» (7 (58%), «реке» (7 (58%), «проекту» (5 (42%), «плитами» (5 (42%), «новому» (4 (33%), «гранитными» (4 (33%), «ступени» (3 (25%), «в» (2 (17%), «областном» (2 (17%), «центре» (2 (17%), «продолжается» (2 (17%), «железобетонные» (1 (8%). |

Анализ первого лида статьи К. Копылова «Спуск к реке Урал» показал, что 2 человека (16,6%) выделили в лиде больше половины слов (50%): от 9 (53%) до 10 (59%), которые, по их мнению, отражают название публикации. Остальные 10 человек (83,4%) подчеркнули меньше половины слов: от 3 (18%) до 8 (47%). В среднем 12 респондентов (100%) выделили 6,2 (6 слов), что составляет 36%, близких по значению с заголовком, т.е. респонденты выделили меньше половины слов лида, которые имеют отношение к названию публикации. При этом часть выделенных слов лида напрямую соответствуют заголовку публикации «Гранитный спуск к Уралу», например: «спуска» (10 (83%) выборов), «Урал» (8 (67%), «к» (7 (58%). Эти слова лида отметили более половины участников опроса.

Интересно посмотреть на слово «гранитными», в заголовке оно есть, но в лиде его отметили всего лишь 4 человека (33% опрошенных), т.е. респонденты не придали особого значения данному слову. Но при этом практически все 10 человек (83%, две трети опрошенных) обратили внимание на слово «восстановление», т.е. для читателей важным в информации про спуск к реке Урал является то, что связано с ремонтными работами, проводимыми уже давно.

Почти треть респондентов выделили следующие компонент-единицы: «проекту» (5 (42%), «плитами» (5 (42%), «новому» (4 (33%), «гранитными» (4 (33%), «покроят» (4 (33%), затрагивающие проектную деятельность, что является важным при проведении восстановительных работ.

Наименьшее количество выборов пришлось на слова: «в» (2 (17%), «областном» (2 (17%), «центре» (2(17%), «продолжается» (2(17%), «железобетонные» (1(8%), «ступени» (3 (25%). На них обратили внимание около 20% респондентов, посчитавших их значимыми по отношению к заголовку публикации. Такой выбор связан, по нашему мнению, в том числе и с тем, что все горожане знают, где ремонтируется спуск к Уралу, и что ремонт продолжается уже не один год.

При этом, если анализировать заголовок и лид публикации К. Копылова «Гранитный спуск к Уралу» по отношению к содержательной наполняемости самой публикации, то лид предлагает читателю более широкий спектр информации, чем заголовок. Для соотношения с лидом заголовок должен предложить читательской аудитории наиболее полную информацию, которая не просто рассказывает о спуске к реке, а говорит о важности ремонтно-восстановительных работ, которые должны когда-нибудь завершиться на берегу реки Урал в нашем городе.

Результаты анализа лида второй статьи Е. Шкатовой «Урок добра», включающей 33 слова (100%), представлены в таблице 3.

Таблица 3 –Анализ лида статьи Е. Шкатовой «Урок добра» рубрики «Актуально» выпуска № 61 от 14 августа 2019 (33 слова (100%)

| № п/п респондента | Кол-во выделенных слов / % | Выделенные компонент-единицы  |
|-------------------|----------------------------|---|
| 1                 | 9 / 27                     | София, заглядывает, в, ранец, девочка, пойдет, в, первый, класс   |
| 2                 | 5 / 15                     | Ранец, сентябре, первый, класс, парту   |
| 3                 | 4 / 12                     | Первый, класс, не, терпится   |
| 4                 | 2 / 6                      | Первый, класс   |
| 5                 | 7 / 21                     | Ранец, сентябре, в, первый, класс, за, парту  |
| 6                 | 3 / 9                      | В, первый, класс  |
| 7                 | 4 / 12                     | Первый, класс, не, терпится   |
| 8                 | 12 / 36                    | С, любопытством, заглядывает, ранец, в, сентябре, пойдет, в, первый, класс, за, парту                         |
| 9                 | 9 / 27                     | Маленькая, София, с, любопытством, в, первый, класс, не, терпится   |
| 10                | 3 / 9                      | Ранец, достает, пойдет  |
| 11                | 9 / 27                     | София, заглядывает, в, ранец, девочка, пойдет, в, первый. класс   |
| 12                | 7 / 21                     | Маленькая, новенький, осторожно, большую, коробку, девочка, пойдет  |
| Итого:            | 6,2 (6) / 19               | «первый» (10 (83%) выборов), «класс» (10 (83%), «в» (8 (67%), «ранец» (6 (50%), «пойдет» (5 (42%), «София» (3 |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | (25%), «не» (3 (25%), «заглядывает» (3 (25%), «девочка» (3 (25%), «терпится» (3 (25%), «парту» (3 (25%), «сентябре» (2 (17%), «за» (2 (17%), «с» (2 (17%), «любопытством» (2 (17%), «маленькая» (2 (17%), «достаёт» (1 (8%), «новенький» (1(8%), «осторожно» (1 (8%), «большую» (1 (8%), «коробку» (1 (8%). |
|--|--|---|

Анализ второго лида статьи Е. Шкатовой «Урок добра» показал, что ни один из респондентов не выделил и больше половины слов в лиде, определяя соотношение заголовка и лида в данной публикации. 12 человек (100%) подчеркнули меньше 50% слов: от 2 (6%) до 12 (36%). В среднем 12 респондентов выделили 6,2 (6 слов), близких по значению с заголовком, что составляет всего лишь 19% от словарного состава всего лида. При этом ни одно слова лида напрямую не связано с заголовком публикации «Урок добра».

Наибольшее количество выборов респондентов пришлось на следующие слова: «*первый*» (10 (83%) респондентов), «*класс*» (10 (83%), «*в*» (8 (67%). Опрашиваемые посчитали, что выделенные компонент-единицы в большей степени относятся к заголовку публикации, видимо, делая акцент не столько на название статьи, сколько на сообщение в лиде о подготовке девочки к 1 сентября – Дню знаний, предположительно «*первый раз – в первый класс*».

Почти половина респондентов выделили такие компонент-единицы, как: «*ранец*» (6 (50%), «*пойдет*» (5 (42%) – которые опять работают не столько на информативное содержание заголовка, сколько на содержательную наполненность самого лида.

Около четверти выборов пришлось на слова: «*София*» (3 (25%), «*не*» (3 (25%), «*заглядывает*» (3 (25%), «*девочка*» (3 (25%), «*терпится*» (3 (25%), «*парту*» (3 (25%), «*сентябре*» (2 (17%), «*за*» (2 (17%), «*с*» (2 (17%), «*любопытством*» (2 (17%), «*маленькая*» (2 (17%). Около 10% респондентов выделили следующие компонент-единицы: «*достаёт*» (1 (8%), «*новенький*» (1(8%), «*осторожно*» (1 (8%), «*большую*» (1 (8%), «*коробку*» (1 (8%). Данное количество выборов показывает недостаточную, по мнению респондентов, значимость слов, предложенных журналистом, для пояснения заголовка публикации.

Таким образом, лид публикации Е. Шкатовой «Урок добра», по мнению респондентов, не просто не отвечает заявленному заголовку, а вносит разноречивость в их соотношение: заголовок об одном, а лид о другом. Они расходятся по своей содержательной наполняемости. Под названием статьи «Урок добра» журналистом понимается благотворительная деятельность, о которой говорится и в самом тексте статьи, а вот в лиде написано только о первокласснице и ее первом шаге в учебную жизнь, что не позволяет читательской аудитории представить, о чем написана статья. Такая содержательная разноголосица между заголовком и лидом очень мешает читателю определиться с выбором.

Таким образом, по мнению респондентов-читателей, журналисты общественно-политической газеты «Вечерний Оренбург» (№ 59 от 7 августа

2019, № 61 от 14 августа 2019), как авторы заголовков и лидов, важных структурных элементов журналистского текста, не всегда соотносят их между собой. Иными словами, журналистам издания следует большее внимание уделять содержательному соотношению заголовка и лида публикации, что в большей степени позволит читателю определить для себя содержательную наполняемость публикации в целом.

## ГЕНДЕРНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ В УЧЕБНЫХ МАТЕРИАЛАХ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

**Фомиченко А.С., канд. псих. наук**  
**Крапивина М.Ю., канд. пед. наук, доцент**  
**Оренбургский государственный университет**

Учебные пособия по английскому языку призваны не только транслировать профессиональные знания, но и формировать представление об окружающем мире, в том числе, профессиональном и научном. Однако теоретическое обобщение данных из зарубежных источников позволяет говорить о наличии в учебном материале стереотипов, связанных с мужчинами и женщинами.

Так, исследования, проведенные за последние несколько десятилетий, подтверждают существование проблемы гендерных предубеждений в учебных пособиях по английскому языку относительно гендерной репрезентации, а также гендерных ролей (Hartman & Judd, 1978; Jones, Kite, & Sunderland 1997; Bayyurt & Litosseliti, 2006; Johansson & Malmsjö, 2009 и др.).

Согласно одним из самых ранних исследований (1962, 1962 гг.), мужской пол появляется в учебниках в два раза чаще, чем женский; мужчины, владеют различными профессиями, в то время как большинство женщин – домохозяйки. Кроме того, женщины представлены как пассивные и зависимые в отличие от мужчин - сильных, напористых и активных; мальчики не проявляют эмоций; домашние дела изображаются как женские хлопоты, и, наконец, девочек не ценят за интеллект, как мальчиков [5].

Похожие результаты демонстрируют и более поздние работы (O'Bagh & Atkins, 1980; Holmes, 1986; Guy, Horvath, Vonwiller, Paisley, & Rogers, 1986; Cameron & Coates, 1988; Eckert, 1989; Tannen, 1990; Macaulay & Brice, 1994, 1997).

Так, например, Хартман и Джудд (Hartman and Judd, 1978) изучили 15 учебников TESOL, опубликованных в конце 1960-х и начале 1970-х годов, и пришли к выводу, что эти учебники изображают женщин менее заметными по сравнению с мужчинами. Примечательно, что женщины играют стереотипные роли, а мужчины в свою очередь превосходят численностью и занимают более значительное и доминирующее положение [8].

Поррека (Porreca, 1984), в свою очередь, ссылаясь на многочисленные исследования (Coles, 1977; Hoopes, 1978; Hellinger, 1980), в которых изучалось численное упоминание мужчин и женщин в учебных материалах, в результате анализа 15 популярных учебников на английском языке выявила следующее соотношение частоты появлений мужских и женских персонажей в пособиях: 1,77 мужчин на каждую женщину [9].

Обращает на себя внимание и работа Арикан (Arıkan, 2005) «Возраст, пол и социальный класс в учебных пособиях по английскому языку», в которой автор фокусирует внимание на визуальных материалах в двух различных

сериях учебников. Так, например, было выявлено, что женщины практически не представлены в них по сравнению с мужчинами (29,80% женщин; 70,20% мужчин). Как Арикан (Arıkan, 2005) отмечает, деятельность, связанная с воспитанием детей и выполнением домашней работы, полностью возложена на женщин и детей. Отец же, в свою очередь, изображается как глава семьи, который чаще всего сидит и наблюдает за работой в доме [1].

Не менее интересным, на наш взгляд, является и исследование Стокдейл (Stockdale, 2006), в котором автор оценивает учебник EFL, с точки зрения гендерной представленности [11].

Так, Стокдейл (Stockdale, 2006) считает, что неоспоримая область при анализе учебных пособий по английскому языку на предмет гендерного дисбаланса, является «порядок упоминания» [11, р. 706]. Когда два гендерных существительных или местоимения появляются как пара в тексте (мать и отец или он/она), тот, кто стоит на первом месте, может быть интерпретирован как имеющий более высокий статус. В предыдущих исследованиях (Hartman and Judd, 1978; Porreca, 1984), по словам Стокдейл (Stockdale, 2006), почти во всех учебных пособиях мужчины упоминались первыми [11]. Такая предвзятость, по словам Хартмана и Джада (Hartman and Judd, 1978), укрепляет положение женщин на втором месте [8].

Кроме того, при анализе учебного материала по английскому языку стоит обратить внимание и на существительные и местоимения, используемые для описания мужчин и женщин, что также, в свою очередь, может свидетельствовать о гендерном неравенстве [11].

Подтверждается это и рядом других работ. Так, например, Грэм (Graham, 1975), в результате контент-анализа пяти миллионов слов, взятых из американских учебников, выявил числовое несоответствие в упоминаниях мужчин и женщин: в два раза больше мальчиков, чем девочек, и в семь раз больше мужчин, чем женщин. В том же исследовании было обнаружено больше матерей, чем отцов, возможно, из-за их роли в качестве основных воспитателей, но гораздо больше сыновей и племянников, чем дочерей и племянниц [7].

Обратим внимание и на результаты, полученные в ходе эксперимента Есмаили (Esmaili, 2011), который провел сравнительное исследование по гендерной репрезентации между двумя сериями американских учебников Headway и иранским учебником английского языка с точки зрения критического дискурс-анализа. Полученные данные подтвердили присутствие в учебном материале сексизма или сексуальной предвзятости. В своем исследовании Есмаили (Esmaili, 2011) установила, что американские серии Headway следуют сексизму, объединенному с идеологией экономики капитализма; в то время как иранские учебники английского языка, по ее мнению, прививают культуру как идеологию, в соответствии с которой женщины подвергаются дискриминации [2].

Изучая прилагательные, которые используются для описания женских и мужских персонажей в таких учебных пособиях как Face 2 Face и New File,

Солемез (Söylemez, 2011), установила, что женщины чаще всего описываются как красивые и привлекательные. В случае если речь заходит о личностных качествах «прилагательные с отрицательными значениями ... больше распространены среди женщин», при этом « ... прилагательные, описывающие женщин определяются как более экстремальные и преувеличенные», а « ...прилагательные, такие как знаменитый и богатый, приписываются чаще всего мужским персонажам» [10, p. 249]. Примечательно, что для определения интеллекта женщин используется только слово «умная», тогда как для мужчин диапазон слов, описывающих их интеллект достаточно разнообразен «блестящий, яркий, умный, гениальный» [10, p. 250].

Подтверждают ранее сделанные выводы и результаты исследования Диктас (Diktas, 2011), в котором зарубежный ученый анализировал учебное пособие My English 6 относительно частоты упоминаний (44% женщин, 56% мужчин), количества разговоров (43,57% женщин, 56,33% мужчин), вида деятельности (33,82% женщины, 66,18% мужчин) и досуга (32,8% женщин, 67,2% мужчин), а также Чубукчу и Сиваслиджил (Cubukcu, Sivasligil, 2012), которые исследовали тексты и иллюстрации в учебном пособии Let's Speak English по следующим категориям: внешний вид мужских и женских персонажей, их профессии, домашние и социальные роли, мероприятия и речевые акты [6].

Результаты контент-анализа Билгин (Bilgin, 2013) также демонстрируют различную степень предвзятости в отношении женщин по нескольким пунктам, таких как экономический статус (33% женщин, 67% мужчин); деятельность, связанная с технологиями (0% женщин, 100% мужчин); власть (41% женщин, 59% мужчин); использование языка (44% женщин, 56% мужчин) [4].

Обращают на себя внимание и данные, полученные в результате исследования учебного пособия Fun with Teddy [3]. Так, было выявлено, что если ученики поднимают руку в классе, то среди них мальчиков оказывается больше, чем девочек. Примечательно, что даже если на картинке изображены четыре мальчика и четыре девочки; то руку из них поднимают три мальчика и только одна девочка. Такое же распределение ролей наблюдается и на странице 24, где единственный ученик, который поднимает руку, - это мальчик. Кроме того, если мы откроем страницу 82, то увидим изображение детей, которые занимаются спортом на свежем воздухе, победителями, как уже можно догадаться, становятся мальчики [3, p. 24; 52; 82].

Таким образом, теоретическое обобщение данных из зарубежных источников подтверждает существование проблемы гендерных предубеждений в учебных пособиях по английскому языку. Отметим, что образование считается лучшим способом изменения гендерного неравенства, но язык, используемый в образовательных целях, как показывает анализ литературы, может усиливать гендерный дисбаланс, стереотипы и сегрегацию по половому признаку. Поэтому, на наш взгляд, крайне важно, чтобы язык в учебных материалах был лишен гендерных предубеждений. Дж. Сандерленд (J. Sunderland, 1994), одна из первых, кто стал анализировать учебные пособия по



английскому языку, утверждала, что « изучение английского языка продуктивно может ... быть обучением или ... переучиванием... суть в гендерном дискурсе» [12, p. 7].

В заключение добавим, что данная тема представляет собой обширное пространство для исследований, и хочется надеяться, что в ближайшем будущем она привлечет к себе исследовательский интерес.

### Список литературы

1. Arikan, A. A critical study // Eđitim Fakóltesi. 2005. No. 28. P. 29-38.
2. Amerian, M., Esmaili, F. A Brief Overview of Critical Discourse Analysis in Relation to Gender Studies in English Language Textbooks // Journal of Language Teaching and Research. 2011. Vol. 6. No. 5. P. 1033-1043.
3. Aydinoglu, N. Gender in English language teaching coursebooks // Procedia - Social and Behavioral Sciences. 2014. No. 158. P. 233 – 239.
4. Bilgin, H. Gender Representations in the 6th, 7th and 8th Grades ELT Coursebooks published by the Turkish Ministry of National Education, MA Thesis, Bilkent University, Ankara, 2013.
5. Chung, H.S., 2000. Women's roles and gender issues in primary school textbooks: Korea and Mexico. <http://orpheus.ucsd.edu/las/studies/pdfs/Chung2.PDF> (Accessed 14/12/2010)
6. Diktas, M. Gender discrimination in EFL Coursebooks. 2<sup>nd</sup> International Conference on New Trends in Education and their Implications, Antalya, 2011.
7. Graham, A. The making of a non-sexist dictionary. In Thorne, B. & Henley, N. M. (Eds.), Language and sex: Difference and dominance (pp. 57-63). Rowley, MA: Newbury House, 1975.
8. Hartman, P.L. & Judd, E.L. Sexism and TESOL materials // TESOL Quarterly. 1978. Vol. 12. No. 4. P. 383-393.
9. Porreca, K.L. Sexism in current ESL textbooks. TESOL Quarterly. 1984. Vol. 18. No. 4. P. 704-724.
10. Söylemez, A.S. A Study on How Social Gender is constructed in EFL coursebooks // Procedia-Social and Behavioural Sciences. 2011. No. 9. P. 747-752.
11. Stockdale, D.A. Gender Representation in an EFL Textbook, UK, 2006.
12. Sunderland, J. Exploring Gender: Questions and Implications for English Language Education. NY: Prentice Hall College Div, 1994.

## ВРЕХИТ: ЭТИМОЛОГИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕКСЕМЫ

Муратова Н.А., студент,  
Хрущева О.А., канд. филол. наук, доцент  
Оренбургский государственный университет

В современном мире события быстро получают международную огласку и становятся главным объектом обсуждений, что влечет за собой появление достаточно большого количества неологизмов не только в политической сфере, но и в составе общеупотребительной лексики. Не стала исключением и лексема *Brexit* (Брексит), которая получила значительное распространение по всему миру и стала интернациональным словом, известным каждому человеку, независимо от того, на каком языке он говорит.

*Brexit* – одно из немногих слов в английском языке, этимологию которого возможно проследить в четких временных рамках. Впервые лексема была употреблена журналистом Питером Уилдингом в статье «На пути к Брекситу» в 2012 году [5]. В это время Дэвид Кэмерон предложил пересмотреть вопрос о членстве Великобритании в Европейском Союзе, а также провести внутренний референдум по поводу того, должна ли страна остаться его членом или покинуть его. В издании *Daily Mail* его речь назвали «историческим ультиматумом» [3]. Именно его выступление подтолкнуло к созданию слова «*Brexit*». Данный неологизм образован на основе слов «*Britain*» и «*exit*» и означает выход Великобритании из Евросоюза по причине нежелания большей части страны состоять в ЕС в 2016 году.

Проследим контекстуальное употребление анализируемой нами лексемы в ретроспективе. Как уже было указано выше, «*Brexit*» является производным словом-блендом от основ *British* + *exit* и впервые было употреблено в издании *The Economist* в 2012 году. В статье говорилось, что шансы Великобритании покинуть ЕС возросли за последние несколько лет, и что Брексит произойдет по нескольким причинам: «*Yet the chances of Britain leaving the EU in the next few years are higher than they have ever been. A Brixit looms for several reasons*» [1].

В том же 2012 году в издании *BBC News* вышла статья, посвященная закрытию Олимпийских игр, в которой также упомянули о Брексите: «*But as the Olympics head to the close, the possibility of a British exit from the European Union – or a ‘Brexit’ – is getting a serious airing in London financial circles*» [1].

Затем в 2013 году на страницах газеты *The Independent* появилась информация о том, что *The Brexit Prize*, ссылаясь на обсуждения выхода Великобритании из ЕС (Брексит), просит участников представить, что референдум завершился поддержкой прекращения членства: «*The Brexit Prize, referring to talk about a British exit, or “Brexit”, from the EU, asks entrants to imagine that a referendum has resulted in an “Out” vote*» [1].

Газета *The Telegraph* в 2014 году выпускает номер, в котором пишет о том, что Брексит будет являться серьезной угрозой для автомобильной

промышленности Великобритании, а также станет причиной отсутствия инвестиций: «“Brexit” would pose a grave threat to the UK car industry and the City of London, and cause foreign investment to dry up, a report for the Centre for European Reform (CER) stated» [1].

В 2015 году издание The Guardian, сообщает, что по заявлениям евроскептиков выход из ЕС остановит иммиграцию, сэкономит деньги налогоплательщиков и освободит Великобританию от экономических тягот. Сторонники ЕС, напротив, придерживаются мнения, что Брексит приведет к глубокой экономической нестабильности и страна лишится тысячи, а может и миллионов рабочих мест: «But what would “Brexit” – a British exit from the 28-nation EU – look like? Eurosceptics argue that withdrawal would reverse immigration, save the taxpayer billions and free Britain from an economic burden. Europhiles counter that it would lead to deep economic uncertainty and cost thousands, possibly even millions, of jobs» [1].

С течением времени анализируемая нами лексема приобретает новые значения и становится основой для множества производных единиц, значение и контекстуальное употребление которых освещается нами ниже. В средствах массовой информации феномен Brexit понимается как обход политического соперника или экономического конкурента. Лексема brexcited означает состояние тревоги и волнения: «I noticed that John's manner was somewhat unusual. He seemed very Brexcited and restless». Слово brexcellent используется в саркастическом стиле, чтобы высмеять ошибочность логики:

Boris – Lets smash a hole in the hull of our ship, to drain the bilge water.

Me – That’s a brexcellent idea!

Словосочетание Brexit bonehead применяют в апелляции к человеку, который игнорирует видимые проблемы и следует мечтам об «утопии».

Фраза Brexit victory называет победу, которая наносит ущерб в краткосрочной перспективе, и приводит к ошеломляющим долгосрочным потерям: «The Embargo Act of 1807, as a response to the Chesapeake–Leopard Affair, both failed to damage British exports – they found new markets in South America – and damaged both the US economy and public confidence in the fairness of the US government. It was a short-term diplomatic failure, and a long-term economic disaster for the USA».

Лексема Brexitaliban применяется по отношению к группе людей, известных тем, что они наносят любого рода вред людям, сомневающимся в положительном влиянии Брексита на будущее страны:

Person 1: I don't like the idea of the country going into economic meltdown just to keep a few foreigners out.

Person 2: Don't speak too loudly. The Brexitaliban will be after you.

Слово brexitophobia означает физическое состояние особого рода, от которого страдают люди, ненавидящие 29 марта (день выхода Великобритании из ЕС) и так же те, кто не любит политику Британии: «I always hate it when ‘Party Political Broadcasts’ come on. I think I have Brexithophobia».

Подводя итоги нашего исследования, мы можем сделать вывод, что «Brexit» является уникальным феноменом современности как в сфере политики, так и в сфере лингвистики. Количество единиц, образованных на основе данной лексемы, постоянно растет, проникая в другие языки мира.

### Список литературы

1. Brexit [Электронный источник]. – Режим доступа: <https://www.wordspy.com/index.php?word=brexit>
2. Концепт Brexit в современном англоязычном медиадискурсе [Электронный источник]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/kontsept-brexit-v-sovremennom-angloyazychnom-mediadiskurse>
3. Brexit [Электронный источник]. – Режим доступа: <http://www.worldwidewords.org/turnsofphrase/tp-bre2.htm>
4. Urban Dictionary [Электронный источник]. – Режим доступа: <https://www.urbandictionary.com/>
5. Wilding P. Stumbling towards the Brexit [Электронный источник]. – Режим доступа: <https://blogactiv.eu/blog/2012/05/15/stumbling-towards-the-brexit/>

## КОМИЗМ: СУЩНОСТЬ И ПРОЯВЛЕНИЯ

Аймухамбетова К.М., студент  
Хрущева О.А., канд. филол. наук, доцент  
Оренбургский государственный университет

В толковом словаре русского языка говорится, что «смех – это короткие и сильные выдыхательные движения при открытом рте, сопровождающиеся характерными порывистыми звуками...». Но это не просто выдыхательные движения, а особый атрибут эстетического разговора. Чарльз Чаплин утверждает, что для нашей эпохи юмор – противоядие от ненависти и страха [1: 4]. Он стирает пелену подозрительности и тревоги, окутавшую мир.

Все ныне существующие теории рассматривают комизм или как чисто объективное свойство предмета, или как результат субъективных способностей личности, или как следствие взаимоотношений субъекта и объекта. Его можно воспринимать как визуально, так и зрительно. В этом его универсальность. Он затрагивает все сферы человеческого творения, неважно, будь то картины, фрески, абстракции и прочее, или же художественные произведения (поэмы, рассказы, повести и т.д.), кинематография (фильмы, видеоклипы, телепередачи).

Остановимся на определении понятия «комизм». Во многих буржуазных эстетиках утверждается, что есть два вида комизма: комизм высшего порядка и комизм низменный. В определении комического употребляются только отрицательные понятия: «комическое – это нечто низменное, ничтожное, бесконечно малое, материальное, это тело, буква, форма, безыдейность, видимость в их несоответствии, противоположности, контрасте, противоборстве, противоречии с возвышенным, великим, идейным, душевным и т. д.» [2: 4-7]. Существует множество теорий, о том, что такое комизм. Одним из первых, кто дал определение комизму, был Аристотель. Он утверждал, что это «ошибка и уродство, но безболезненное и безвредное» [3: 32]. И несмотря на большое количество существующих трактовок комического, все они лишь конкретизируют сказанное Аристотелем. По сути, комизм – это отклонение от нормы. Теофиль Готье назвал комизм логикой нелепости. Многие теории смеха сходятся на аналогичной мысли. Всякий комический эффект должен заключать в себе противоречие в каком-нибудь отношении. Нас заставляет смеяться нелепость, воплощенная в конкретную форму, – «видимая нелепость», или кажущаяся нелепость, сначала допущенная, а затем исправленная, или, наконец, то, что нелепо с одной стороны, но естественно объяснимо – с другой, и т. д. [4: 101-102]. Но комизм не является одним в своём роде, так как существуют смежные ему понятия: юмор, сатира, ирония.

Сатира – это резкое проявление комического в искусстве, представляющее собой поэтическое уничижительное обличение явлений при помощи различных комических средств (приёмов) таких, как, например, ирония. Говоря другими словами, ирония – тонкая насмешка, выраженная в

скрытой форме – лишь способ передачи [5]. Считается, что ирония зародилась в Древней Греции. Понятие «иронизировать» трактовали, как «насмехаться», «говорить ложь», «притворяться», а «ироник» – человек, обманывающий с помощью слов. Если же сатира несёт исключительно отрицательный посыл и реакцию на него, то юмор содержит положительный характер. Так, юмор – это вид комического, где пороки осмеиваются не беспощадно, а доброжелательно подчеркиваются недостатки и слабости человека или явления, напоминая о том, что они часто лишь продолжение или изнанка наших достоинств.

Комизм пульсирует внутри нашей повседневной жизни. Нет предметов, не бросающих тень, нет людей без слабостей или ошибок, явлений абсолютно совершенных. Так, существует масса способов и средств создания комического эффекта: сюда относятся все значимые единицы языка – слова, выражения, словосочетания, предложения и тексты. Безграничны возможности каждой из этих единиц. Например, в качестве средства комического можно отметить такую языковую единицу как «слово». Его роль в комическом искусстве значительно возрастает, если мы говорим о его функционально-стилистической роли. Также известно, что метафоры, метонимия, сравнения, художественные определения (эпитеты) существенно расширяют семантические возможности слова. В сатирическом искусстве широко используются полисемантность слов, омонимия, синонимия, антонимия и комическая игра слов. Произнесение слов с иронической интонацией создает необъятное поле для их семантико-комического варьирования. Комический эффект производит также лингвистическое обыгрывание фигуральных выражений и афоризмов, паремий, фразеологизмов и т. п.

Языковые средства комического охватывают все выразительные средства языка, они идентичны со средствами, используемыми в лирических, эпических и драматических произведениях, и по материальной оболочке не отличаются от них. Фонетические, лексические, фразеологические и грамматические средства языка являются материалом для любого произведения. Эти средства используются всеми писателями. Однако основной задачей автора комизма является использование языковых средств в комическом плане; создатель юмора должен уметь придавать используемым средствам сатирическую или юмористическую окраску, выбирать те единицы, которые в самом языке имеют комическое качество, окрашивать свое произведение комической интонацией и комическими речевыми средствами.

Таким образом, комизм вездесущ и охватывает все сферы жизни. Чаще всего это понятие воспринимают и трактуют, как аналогию смеха, что является ошибочным. Так как смех – это лишь результат продукта мышления человека, «эстетическая форма критики» [1: 18]. Комичными могут являться различные действия, явления, которые не имеют ярко выраженную форму общественной значимости, такие, как недостатки внешности, отклонения от норм, неуклюжесть, неловкость и др. Комизм может быть употреблён по разнообразным причинам: политическим, с целью личного характера или же совершенно иным.

## Список литературы

1. Борев, Ю. Комическое, или О том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия / Ю. Борев. – М.: Искусство, 1970. – 272 с.
2. Пропп, В.Я. Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре (по поводу сказки о Несмеяне). (Собрание трудов В. Я. Проппа.) / В.Я. Пропп // Научная редакция, комментарии Ю. С. Рассказова. – Издательство "Лабиринт", М., 1999. – 288 с.
3. Аристотель. Риторика. Поэтика / Аристотель. - М: Лабиринт, 2000. — 224 с.
4. Бергсон, А. Смех / А. Бергсон. – М: Искусство, 1992. – 128 с.
5. Стенник, Ю. В. Русская сатира XVIII века / Отв. ред. Г. Н. Моисеева. Институт русской литературы (Пушкинский Дом) АН СССР. – Л.: Наука, Ленингр. отд-ние, 1985. – 364 с.

## **ПРОБЛЕМА РАЗГРАНИЧЕНИЯ ТЕРМИНОВ «СОЦИОЛЕКТ», «АРГО», «ЖАРГОН», «ДИАСТРАТИЧЕСКИЙ КОНТИНУУМ»**

**Исламова Р.Э., студент,  
Хрущева О.А., канд. филол. наук, доцент  
Оренбургский государственный университет**

Любой язык, будучи сложной и цельной системой с уже устоявшимися правилами и законами, зачастую кажется неподвижной и статичной структурой. Однако, по мнению ученых-лингвистов, язык постоянно меняется, адаптируясь под новые реалии общества и жизни в современном мире. Так, знаменитый немецкий филолог Вильгельм фон Гумбольдт писал: «По своей действительной сущности язык есть нечто постоянное и вместе с тем в каждый данный момент преходящее» [3]. С течением времени язык может упрощаться и усложняться, приобретая новые единицы и конструкции, и отбрасывая устаревшие. Таким образом, например, язык обогащается специфической лексикой, вариациями произношения и другими явлениями, присущими речи отдельных групп людей.

Для разграничения и описания подобных явлений в языке лингвисты ввели ряд терминов, такие как «социолект», «арго», «жаргон» и «диастратический континуум». Тем не менее, существует проблема терминологической вариативности. И.А. Соболева отмечает, что главными причинами смешения понятий являются отсутствие единой точки зрения на проблему, а также «достаточная близость их семантики» и «сложная социальная дифференциация языка» [10]. Поэтому, на наш взгляд, проблема языковой вариативности, в частности, различения таких терминов как «социолект», «арго», «жаргон» и «диастратический континуум» весьма актуальна в современной лингвистике.

В «Словаре иностранных слов» Комлева Н.Г «социолект» понимается как «лингвистический вариант языкового употребления, характерный для определенной социальной группы и речевой ситуации; социолект составляют профессиональные и иные социально обусловленные типы языковых различий, а также возрастные, половые и др. (большей частью лексические)» [6]. «Большой энциклопедический словарь» характеризует это понятие как «совокупность особенностей речи социальной группы, социальный диалект с характерным словоупотреблением, способами выражения и стилистики, реже – профессиональный диалект» [2]. Таким образом, социолект – это речевые особенности отдельной группы людей, объединенных схожей социальной ролью в обществе. Такое понимание данного феномена дает нам право полагать, что «социолект» является более общим понятием, чем «арго» и «жаргон», однако имеет схожие черты с обоими явлениями.

Долгое время понятия «жаргон» и «арго» считались взаимозаменяемыми. Д.С. Лихачев в своих работах «Арготические слова в профессиональной речи» использует их как синонимы. Он также подчеркивает, что арго напрямую



зависит от социально-экономических причин и принадлежит обособленной группе. В ранних трудах В.В. Виноградова («Очерки по истории русского литературного языка XVII-XIX веков») арго рассматривается как термин, равный языку и жаргону. Однако в конце XX века такие ученые как Крысин Л.П., Грачев М.А., Елистратов В.С., Химик В.В. сумели разделить термины «арго» и «жаргон» друг от друга, изучая их как отдельные языковые феномены. На данный момент БЭС характеризует арго как «диалект определенной социальной группы (первоначально – воровской язык), создаваемый с целью языкового обособления. Он характеризуется специальной (узкопрофессиональной) или своеобразно освоенной общеупотребительной лексикой». Жаргон же описан как «социальная разновидность речи, отличающаяся от общенародного языка специфической лексикой и фразеологией» [2]. Также отмечается использование данного понятия при описании ненормированной, искаженной речи.

Таким образом, главное различие этих двух явлений – в сфере их использования. Оба понятия обусловлены социальной обособленностью конкретных групп людей, характеризуя речь узкого круга людей, объединенных одними идеями или стилем жизни. Тем не менее, значение термина «арго» преимущественно связано с профессиональным аспектом человеческой деятельности. То есть наряду с лексикой «воровского» арго («опустить», «гопник» и др.), мы можем выделить и слова, относящиеся к «профессиональному» арго. К примеру, слова «дОбыча», «клевак», «забуриться» – специфическая лексика, присущая только шахтерам. Так, Т.И. Ретинская определяет профессиональное арго как «комплекс неконвенциональных лексических единиц, который признан и употребляется профессиональной группой в качестве знака языкового обособления» [9].

В основной своей массе ученые сходятся на мнении, что и «арго», и «жаргон» являются частями более обширного понятия – «социолекта». Так, Л.П. Крысин и В.И. Беликов в своем учебнике «Социолингвистика» пишут: «Арго, жаргон, сленг – это разновидности социолекта. Специфика каждого из этих языковых образований может быть обусловлена профессиональной обособленностью тех или иных групп либо их социальной отграниченностью от остального общества» [1]. Однако некоторые лингвисты придерживаются мнения, что понятия «жаргон» и «арго» стоит исключить из языка. В частности, И.А. Соболева убеждена, что эти термины должны быть забыты, так как за ними «навсегда останется уничижительно-пейоративная оценка» [10]. Она предлагает заменить подобные термины только двумя понятиями – «социолектом» (под которым подразумевается «языковая система особого рода, используемая той или иной социальной группой как средство коммуникации в процессе интерного общения») и «социолектизмом» (то есть, «основной единицей социально-профессиональной дифференциации словарного состава языка»).

В лингвистике существуют и другие понятия, имеющие схожие с вышеуказанными явлениями качества и способные вызвать затруднения в их

понимании. Таким понятием является «диастратический континуум». В социолингвистическом словаре-справочнике он характеризуется как «совокупность социально детерминированных вариантов идиома, обусловленных социальными характеристиками его носителей: 1) принадлежностью к определенной социальной страте; 2) уровнем образования; 3) профессией; 4) местом проживания». Это понятие тесно связано с диастратической вариативностью языка, а также его «диастратическими вариантами». «Диастратические варианты» – это «типы речи, сигнализирующие о социальном классе говорящих, о профессиональном или образовательном уровне, о гендерной и культурной принадлежности» [8]. Таким образом, помимо связи с социально-экономическими и профессиональными аспектами человеческой жизни, отличительной чертой диастратического континуума является его связь с географическим расположением группы людей. Именно это свойство данного явления позволяет нам более широко изучить все причины возникновения особых речевых единиц в определенном социуме. Безусловно, нельзя утверждать, что ни социолект, ни арго, ни жаргон не связаны с местом проживания индивидов. Однако мы убеждены, что диастратический континуум способен наиболее полно раскрыть эту проблему, отобразив все аспекты существования отдельной группы людей. К сожалению, на данный момент в отечественной лингвистике данное явление изучено не так широко, как за рубежом.

Таким образом, проблема дифференциации понятий, определяющих особенности речи людей, принадлежащих к обособленной группе, все еще является актуальной. На этот счет существует множество противоречивых мнений, чему не помогает тот факт, что язык постоянно обогащается и усложняется. Однако, на наш взгляд, для изучения функций и ролей различных вариаций языка необходимо прежде всего уточнить, какое именно явление анализируется.

### Список литературы

1. Беликов В.И. Социолингвистика [Электронный ресурс] / В.И. Беликов, Л.П. Крысин. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5458437/>.
2. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://bigslovar.ru/>.
3. Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию [Электронный ресурс] / В. Гумбольдт. – Режим доступа: <http://philologos.narod.ru/classics/humboldt.htm>.
4. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. / Т.В. Жеребило. – Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. – 486 с.
5. Киреева А.В. Проблема разграничения в лингвистике терминов арго, жаргон, сленг, а также функционирования термина «общий жаргон» / А.В. Киреева, Е.Ю. Полякова // Филологический аспект. – 2019. – №2 (46). – С. 6-13.

6. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов [Электронный ресурс] / Н.Г. Комлев. – Режим доступа: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/foreign-words-komlev/index.htm>.
7. Лихачев Д.С. Арготические слова профессиональной речи / Д.С. Лихачев // Развитие грамматики и лексики современного русского языка. – М., 1964. – С. 311-359.
8. Мальцева Р.И. Итальянский субстандарт: Linguaggio Giovanile. Особенности языковой ситуации / Р.И. Мальцева // [Вестник Вологодского государственного университета](#). – 2016. – №2 (2). – С.78-81.
9. Ретинская Т.И. О понятиях «профессиональное аргю» и задачах современной арготологии. / Т.И. Ретинская // Ученые записки Орловского государственного университета. – 2011. – №1 – С.206-210.
10. Соболева И.А. О семантико-понятийной соотнесенности и «конкуренции» понятий аргю – жаргон – сленг – социолект / И.А. Соболева. – Луганск: ЛНУ, 2013. – 172 с.

## **ТРАНСФОРМИРОВАННЫЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ В КИНОТЕКСТЕ (на материале сериала «Gossip Girl»)**

**Ледаева П.С., студент**

**Хрущева О.А., канд. филол. наук, доцент  
Оренбургский государственный университет**

В настоящее время популярность такого жанра кинематографа как сериал непрерывно растёт. Сериал – это многосерийный фильм с несколькими сюжетными линиями. Одной из характерных и неординарных по своей природе черт современного англоязычного сериала является тенденция использования прецедентных высказываний в названиях эпизодов.

Изначально термин «прецедентность» широко применялся в сфере юриспруденции и только спустя некоторое время стал проникать и в другие научные области. В лингвистике он впервые был упомянут Ю.Н. Карауловым в 80-е годы 20 века. По его словам, под прецедентными текстами следует понимать «известные, хрестоматийные и востребованные тексты как отдельной языковой личностью, так и языковыми группами» [2]. Другими словами, прецедент представляет собой стереотипный образно-ассоциативный комплекс, который регулярно используется в речи участников определённого общества. Это толкование настолько широко, что включает в себя не только образцы художественной литературы, но и произведения живописи, музыки, фольклора, известные имена или исторические события, шедевры архитектуры и даже политические рекламные лозунги. Прецедентные единицы способны очень точно отражать специфику общества и его культурные ценности. А.А. Евтюгина утверждает, что «прецедентный текст является минимальным культурным знаком, выполняющим специализированную функцию» [1]. Однако, совершенно неправильно полагать, что прецедентом может являться только большой по объёму текст, предназначенный для широкого круга людей. Прецедентным также может стать одно выражение или слово, популярное в очень узком кругу (например, семейный прецедент).

В узус языка прецедентные тексты включаются двумя способами: цитация (или дословное воспроизведение) и квазицитация (трансформирование формы). Под прямой цитацией мы понимаем, во-первых, дословное воспроизведение языковой личностью части текста или всего текста в том виде, в котором этот текст (отрывок текста) сохранился в памяти цитирующего, а, во-вторых, высказывание, не претерпевшее в принимающем тексте видимых изменений. Некоторые учёные также называют этот способ нулевой трансформацией. Под квазицитацией мы понимаем сознательное изменение в высказывании. Исходный языковой материал становится полем для проявления фантазии и даёт возможность проявить свой творческий потенциал. Однако не стоит путать трансформацию с ошибочным или неправильным использованием выражения в определённом контексте. Существует разделение на частичную трансформацию и полную. Частичная трансформация имеет намного больше

разновидностей, исходя из уровневых и структурных подходов. В основном выделяют уровневые (морфологические, синтаксические, пунктуационные), структурные (усечение, расширение) разновидности трансформации, а также замену компонента. При полной трансформации трудно восстановить исходную форму прецедентного текста. Нужно обладать огромным запасом фоновых знаний и широким кругозором, чтобы после полной трансформации выявить исходный материал.

В рамках данной работы мы приведем результаты анализа заголовков серий популярного американского телесериала «Сплетница» на наличие прецедентных единиц, а также информацию об источниках их происхождения.

1) S1E11 «Roman Holiday» – в данном примере мы можем наблюдать довольно явную отсылку к одноимённой романтической комедии Уильяма Уайлера 1953 года; перед нами классический пример дословного воспроизведения или цитации.

2) S1E15 “Desperately Seeking Serena” – первоисточником является название романтической комедии Сьюзен Зейделман 1985 года “Desperately Seeking Susan”; произошла лексическая трансформация выражения с заменой компонента.

3) S2E05 “The Serena Also Rises” – в данном заголовке перед нами лексическая трансформация с заменой в пропозиции прецедентного романа Эрнеста Хемингуэя “The Sun Also Rises”.

4) S2E08 “Pret-a-Poor-J” – в данном заголовке использовано обращение к прецедентному выражению при помощи лексико-грамматической трансформации известной фразы, которая также является заголовком американской иронической комедии 1994 года “Pret-a-Porter”.

5) S2E13 “O Brother, Where Art Thou?” – первоисточником выступает восьмой фильм (и первый мюзикл) Джоэла и Итана Коэнов 2000г “O Brother, Where Art Thou?”; в этом примере автор использовал лексическую трансформацию, основанную на игре слов.

6) S2E22 “Southern Gentlemen Prefer Blondes” – это название появилось в результате усечения заголовка музыкального фильма, снятого также по одноимённой книге Аниты Лус “Gentlemen Prefer Blondes”.

7) S3E01 “Reversals of Fortune” – в данном заголовке мы наблюдаем грамматическую трансформацию названия фильма “Reversal of Fortune”, который был снят в 1990 году по одноимённой книге.

8) S3E07 “How to Succeed in Bassness” – этот заголовок был построен с помощью лексической трансформации, которая проявилась в усечении названия мюзикла “How to Succeed in Business Without Really Trying” и замене одного компонента на основе игры слов.

9) S3E14 “The Lady Vanished” – первоисточником послужило название шпионского фильма английского режиссёра Альфреда Хичкока 1936 года “The Lady Vanishes”; произошла грамматическая трансформация прецедента.

10) S3E18 “The UnBLAIRable Lightness of Being” – данный заголовок появился в результате лексической трансформации, основанной на игре слов, а

прецедентом является художественный фильм режиссёра Филипа Кауфмана, вышедший на экраны в 1988 году, “The Unbearable Lightness Of Being”.

11) S4E03 “The Undergraduates” – прецедентом является заголовок драмы Джона Фландерса 1971г “The Undergraduate”, подвергшийся грамматической трансформации.

12) S4E18 “The Kids Stay in the Picture” – в этом случае происходит обращение к автобиографическому фильму Роберта Эванса “The Kid Stays in the Picture” с использованием грамматической трансформации.

13) S5E02 “Beauty and the Feast” – в этом примере достаточно легко распознать прецедент, так как название мультфильма “Beauty and the Beast” широко известно во всём мире; пример является образцом лексической трансформации, в основе которой лежит игра слов.

14) S5E05 “The Fasting and the Furious” – данный заголовок был построен при помощи грамматической трансформации названия целой серии фильмов “The Fast and the Furious”.

15) S5E06 “I Am Number Nine” – с помощью лексической трансформации, основанной на замене компонента, произошла модификация названия научно-фантастического романа Лорианской саги Джеймса Фрея и Джоби Хьюза “I Am Number Four”.

16) S5E24 “The Return of the Ring” – первоисточником считается название заключительной части кинотрилогии, снятой Питером Джексоном по роману Дж. Р. Р. Толкина “The Lord of the Rings: The Return of the King”; эту лексико-грамматическую трансформацию можно назвать одной из самых необычных, так как мы видим некое соединение двух частей заголовка.

17) S6E10 “New York, I Love You ХОХО” – этот пример трансформации демонстрирует добавление компонента к названию киноальманаха 2009г “New York, I Love You”.

Таким образом, мы приходим к выводу, что трансформированные прецедентные выражения достаточно часто используются в названиях серий. Самым распространённым способом создания такого заголовка является использование грамматической трансформации прецедента (31%), далее идут лексическая трансформация с заменой компонента (18%) и лексическая трансформация, основанная на игре слов (18%), затем лексико-грамматическая трансформация (12,5%) и усечение прецедентной формы (12,5%), а наименее употребляемым способом стало добавление компонента к прецедентному выражению (6%).

Проведение данного анализа позволило нам лучше изучить тонкости национального мышления, по-новому взглянуть на культурные особенности общества и выявить возможные инструменты создания заголовков серий.

### **Список литературы**

1. Евтюгина, А.А. Прецедентные тексты в поэзии В. Высоцкого: (к пробл. идиостиля) : автореф. дис....канд.фил.наук / А.А. Евтюгина. – Екатеринбург, 1995. – 18 с.

2. Караулов, Ю.Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности / Ю.Н. Караулов // Научные традиции и новые направления в преподавании русского языка и литературы. – М.: Искусство, 1986. – С.98-107.

3. Слышкин, Г.Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Слышкин Г.Г., Ефремова М.А. – М.: Водолей Publishers, 2004. – 153 с.

# ИНФОРМАЦИОННАЯ НАСЫЩЕННОСТЬ ЗАГОЛОВКОВ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ИХ СООТНЕСЕННОСТИ С СОДЕРЖАНИЕМ ИНТЕРНЕТ-ПУБЛИКАЦИЙ

Анпилогова Л.В., Чернышева К.Ю.  
Оренбургский государственный университет

Заголовок – это важный структурный элемент журналистских интернет-публикаций. Основная их функция заключается в привлечении внимания читателей. Заголовки помогают быстро познакомиться с содержанием номера, определить значимость предлагаемой информации.

Сегодня интернет-издания освещают разнообразные области человеческой деятельности. Они направлены на разноуровневую аудиторию и являются одновременно не только средством информирования, но и способом воздействия на общество, подавая информацию таким образом, чтобы привлечь внимание аудитории. Наибольшего эффекта удастся достичь с помощью заголовка, который экономит усилия читателя в процессе нахождения интересующей его информации. Именно в связи с этим исследование соотношения заголовков и предполагаемого содержания текстов интернет-изданий особенно актуально. Исходя из этого, целью данного исследования является анализ заголовков в интернет-издании «Аргументы и факты» с точки зрения их соотнесенности с содержанием текста публикаций.

Исходя из цели исследования, были определены следующие задачи:

- выбрать респондентов, которые будут осуществлять анализ заголовков на их соотнесенность с материалами ряда публикаций официального сайта издательства «Аргументы и Факты»;

- собрав данные проведенного анализа, выявить насколько полно заголовки доносят основную идею публикаций до читателя.

Нами для анализа были взяты заголовки рубрики «Общество» газеты «Аргументы и факты» (Aif.ru) за 05.09.2019, в которой представлено самое большое количество публикаций - 46. Рассматривать все материалы за данный период времени было бы нецелесообразно, поэтому были взяты 2 заметки разноплановой тематики со следующими заголовками:

- «Объемы оказания высокотехнологической помощи в РФ за пять лет выросли вдвое» (см. рисунок 1);

- «В сети появилось видео с канатоходцем, идущим между башнями «Москва-Сити» (см. рисунок 2).




16+ АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ AIF.RU ОБЩЕСТВО СПЕЦПРОЕКТЫ ИЗДАНИЯ АИФ ВЫБРАТЬ РЕГИОН ВХОД

СЕТЬ НАУКА ЗДРАВООХРАНЕНИЕ АРМИЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ОБРАЗОВАНИЕ ПРАВО КОНКУРС «РЕГИОНЫ РОССИИ» ЭКОЛОГИЯ МЧС РОССИИ ЕЩЕ...

22:19 05/09/2019

## Объемы оказания высокотехнологичной помощи в РФ за пять лет выросли вдвое

В 2020 году в перечень высоких технологий включают протонную терапию, новые технологии сердечно-сосудистой хирургии и вертебрологии



Екатерина Штуккина / РИА Новости

Москва, 5 сентября - АиФ-Москва. В России за последние пять лет вдвое выросли объемы оказания высокотехнологичной медицинской помощи. Об этом в интервью [Российской газете](#) рассказала министр здравоохранения России Вероника Скворцова.

Подписка  
Имя:  
E-mail:  
 Главное за день  
 АиФ. Дача  
 Хочу получать рассылки  
Политика о конфиденциальности  
ПОДПИСАТЬСЯ

Актуальные вопросы

- Кто победил на Венецианском кинофестивале-2019?
- Что за проект «0 гарантированном пенсионном продукте» разработал Минфин?
- Сколько стоит поехать на Байкал?

ЦБР снизил ставку. Как изменятся курс рубля, проценты по вкладам и кредитам

Рисунок - 1 – Заметка «Объемы оказания высокотехнологической помощи в РФ за пять лет выросли вдвое»


16+ АРГУМЕНТЫ И ФАКТЫ AIF.RU ОБЩЕСТВО СПЕЦПРОЕКТЫ ИЗДАНИЯ АИФ ВЫБРАТЬ РЕГИОН ВХОД

СЕТЬ НАУКА ЗДРАВООХРАНЕНИЕ АРМИЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ОБРАЗОВАНИЕ ПРАВО КОНКУРС «РЕГИОНЫ РОССИИ» ЭКОЛОГИЯ МЧС РОССИИ ЕЩЕ...

17:40 05/09/2019

## В сети появилось видео с канатоходцем, идущим между башнями «Москва-Сити»

Человек прошел по тросу на высоте 300 метров во время непогоды



Эдуард Кудрявицкий / АиФ

Москва, 5 сентября - АиФ-Москва. В интернете опубликовано видео, на котором человек идет по канату, натянутому между башнями международного делового центра «Москва-Сити» на высоте 300 метров. Ролик появился в Instagram.

Канатоходец прошел по тросу между башен «Око» и «Нева». Это произошло во время непогоды.

Подписка  
Имя:  
E-mail:  
 Главное за день  
 АиФ. Дача  
 Хочу получать рассылки  
Политика о конфиденциальности  
ПОДПИСАТЬСЯ

Актуальные вопросы

- Кто победил на Венецианском кинофестивале-2019?
- Что за проект «0 гарантированном пенсионном продукте» разработал Минфин?
- Сколько стоит поехать на Байкал?

ЦБР снизил ставку. Как изменятся курс рубля, проценты по вкладам и кредитам

Рисунок – 2 - Заметка «В сети появилось видео с канатоходцем, идущим между башнями «Москва-Сити»

Для того чтобы провести анализ заголовков этих публикаций, участникам анализа-респондентам необходимо было в каждом заголовке выделить (подчеркнуть) ключевые слова (компоненты-единицы), которые, по их мнению, являются фундаментальными. При этом важным при работе с ключевыми словами, по мнению А. Колесниченко, является то, чтобы читатель обращал внимание на образы, возникающие у него при чтении заголовка; эмоции, которые порождает читаемый материал; конкретные детали, привлекающие внимание к тексту и передающие его смысл.

Далее, участникам было необходимо выдвинуть свои предположения, касательно содержания статей, относящихся к определенному заголовку. Дополнительное задание было введено с целью более точного определения понимания респондентами прочитанных ими заголовков.

В анализе приняли участие студенты Оренбургского государственного университета. Возраст опрашиваемых составлял 18-20 лет, среди них было 6 девушек(60%), 4 молодых человека(40%).

Респондентам были предложены для анализа 2 заголовка заметок(рисунки 1, 2). Содержание публикаций им было не известно.

Результаты анализа заголовка первой заметки «Объемы оказания высокотехнологической помощи в РФ за пять лет выросли вдвое», включающей 11 слов (100%), представлены в таблице 1.

Таблица 1 -Анализ заметки «Объемы оказания высокотехнологической помощи в РФ за пять лет выросли вдвое» (11 слов (100%))

| № п/п респондента | Кол-во выделенных слов/% | Выделенные компонент-единицы  | Содержание публикации, по мнению респондента                |
|-------------------|--------------------------|---|---|
| 1                 | 8/73                     | Объемы, оказания, высокотехнологической, помощи, РФ, пять, лет, выросли | Объемы высокотехнологической помощи в РФ выросли            |
| 2                 | 5/46                     | Оказания, помощи, РФ, выросли, вдвое                                    | Оказание помощи в РФ выросло вдвое                          |
| 3                 | 7/63                     | Объемы, высокотехнологической, помощи, пять, лет, выросли, вдвое        | Увеличение за пять лет объемов высокотехнологической помощи |
| 4                 | 5/46                     | Объем,  | Увеличение  |

|        |              |  |  |
|--------|--------------|--|--|
|        |              | высокотехнологической, помощи, выросли, вдвое  | высокотехнологической помощи               |
| 5      | 6/55         | Оказания, высокотехнологической, помощи, РФ, выросли, вдвое  | Рост высокотехнологической помощи в РФ     |
| 6      | 6/55         | Объемы, оказания, высокотехнологической, помощи, выросли, вдвое  | Повышение оказания помощи                  |
| 7      | 6/55         | Оказания, высокотехнологической, помощи, РФ, выросли, вдвое  | Развитие высокотехнологической помощи в РФ |
| 8      | 7/63         | Объемы, помощи, РФ, за, пять, лет, выросли   | Повышение уровня объема помощи в РФ        |
| 9      | 6/55         | Объемы, помощи, РФ, пять, лет, выросли   | Увеличение объемов помощи за пять лет      |
| 10     | 5/46         | Помощи, в, РФ, выросли, вдвое  | Уровень помощи в РФ вырос вдвое            |
| Итого: | 6,1(6) /55,7 | «Объемы» (6 (60%) выборов), «оказания» (5 (50%), «высокотехнологической» (6 (60%), «помощи» (10 (100%), «в» (1 (10%), «РФ» (7 (70%), «за» (1 (10%), «пять» (4 (40%), «лет» (4 (40%), «выросли» (10 (100%), «вдвое» (7 (70%). | -  |

Анализ первого заголовка «Объемы оказания высокотехнологической помощи в РФ за пять лет выросли вдвое» показал, что 1 респондент(10%) выделил по 8 слов (*объемы, оказания, высокотехнологической, помощи, РФ, пять, лет, выросли*), выражающих, по его мнению, смысловую сущность журналистского материала, что составило 73%. 2 респондента, пятая часть (20%) опрошиваемых выделили по семь слов (*объемы, помощи (высокотехнологической), РФ, за (вдвое), пять, лет, выросли*), это 63% от всех слов заголовка публикации. 4 опрошиваемых, чуть меньше половины (40%) выделили по 6 слов (*объемы, помощи, РФ, пять, лет, выросли*), это 55% от всех слов, которые входят в заголовок публикации. 3 респондентов, треть опрошиваемых(30%) выделили по 5 слов (*помощи, в, РФ, выросли, вдвое*), что составило 46% от общей наполненности заголовка.

Иными словами, 7 человек (70% опрошенных) выделили больше 50% слов, что в большей степени позволяет представить содержательную наполняемость заметки. Именно это и было подтверждено кратким

содержанием, которое записали эти респонденты («Объемы высокотехнологической помощи в РФ выросли», «Увеличение за пять лет объемов высокотехнологической помощи», «Повышение уровня объема помощи в РФ», «Увеличение объемов помощи за пять лет», «Рост высокотехнологической помощи в РФ»). Респонденты, которые выделили по 5 слов (46%), в целом, имели похожие, либо идентичные формулировки своего представления об основной идее заметки («Оказание помощи в РФ выросло вдвое», «Увеличение высокотехнологической помощи», «Увеличение высокотехнологической помощи», «Уровень помощи в РФ вырос вдвое»).

При этом следует обратить особое внимание на среднее арифметическое, которое было получено в результате исследования. 10 (100%) респондентов выделили 6,1 (в среднем 6) слов, что составляет 55,7% от общего количества слов, это больше 50%, т.е. большинство опрошенных смогли определить содержательную составляющую публикации, исходя из представленного журналистом заголовка, что также было доказано предполагаемым респондентами содержанием публикации.

Результаты анализа заголовка второй заметки «В сети появилось видео с канатоходцем, идущим между башнями «Москва-Сити», включающей 10 слов (100%), представлены в таблице 1.

Таблица – 2 Анализ заметки «В сети появилось видео с канатоходцем, идущим между башнями «Москва-Сити» (10 слов (100%), «Москва-Сити» как единое слово)

| № п/п респондента | Кол-во выделенных слов/% | Выделенные компонент-единицы                        | Содержание публикации, по мнению респондента |
|-------------------|--------------------------|---|--|
| 1                 | 6/60                     | В, сети, видео, канатоходцем, между, башнями        | Видео про канатоходца                        |
| 2                 | 5/50                     | Видео, канатоходцем, идущим, башнями, «Москва-Сити» | Новое видео в сети                           |
| 3                 | 5/50                     | Появилось, видео, канатоходцем, идущим, башнями     | Видео с канатоходцем                         |
| 4                 | 4/40                     | Видео, канатоходцем, между, башнями                 | Экстремальный вид деятельности               |
| 5                 | 5/50                     | Канатоходцем, идущим, между, башнями, «Москва-Сити» | Развлечение, экстрим                         |
| 6                 | 4/40                     | Появилось, Видео, канатоходцем, башнями             | Видео с канатоходцем                         |
| 7                 | 5/50                     | Видео, канатоходцем, идущим, между, башнями         | Видео с канатоходцем                         |

|        |      |  |   |
|--------|------|--|---|
| 8      | 4/40 | Видео, канатоходцем, башнями, «Москва-Сити»  | Новое видео в интернете про экстремальный спорт |
| 9      | 5/50 | Видео, с, канатоходцем, между, башнями   | Невероятные человеческие свершения              |
| 10     | 7/70 | Видео, с, канатоходцем, идущим, между, башнями, «Москва-Сити»  | Кто-то готов на свершения                       |
| Итого: | 5/50 | «В» (1 (10%) выбор), «сети» (1 (10%), «появилось» (2 (20%), «видео» (8 (80%), «с» (2 (20%), «канатоходцем» (10 (100%), «идущим» (5 (50%), «между» (6 (60%), «башнями» (10 (100%), «Москва-Сити» (4 (40%) | -   |

Анализ второго заголовка «В сети появилось видео с канатоходцем, идущим между башнями «Москва-Сити» показал, что 1 (10%) респондент выделил 7 слов (*видео, с, канатоходцем, идущим, между, башнями, «Москва-Сити»*), выражающих, по его мнению, смысловую сущность журналистского материала, что составило 70%. 1 (10%) человек выделил шесть слов (*в, сети, видео, канатоходец, между, башнями*), это 60% от всех слов заголовка публикации. 5 (50%) опрошиваемых выделили по 5 слов (*видео, с, канатоходцем, между, башнями*), это 50% от общей наполненности заголовка. 3 (30%) респондента в качестве основы выделили только по 4 слова (*видео, канатоходцем, башнями, «Москва-Сити»*), что составляет 40%.

Иными словами, 7 человек (70% опрошенных) выделили более 50% слов, что и позволяет представить содержательную наполняемость заметки. Именно это и было подтверждено кратким содержанием, которое записали респонденты («*Видео про канатоходца*», «*Новое видео в сети*», «*Видео с канатоходцем*», «*Развлечение, экстрим*», «*Видео с канатоходцем*», «*Невероятные человеческие свершения*», «*Кто-то готов на свершения*»). Опрошиваемые, которые выделили всего по 4 слова (40%), в целом имели похожие, либо и вовсе идентичные формулировки своего представления об основной идее заметки («*Экстремальный вид деятельности*», «*Видео с канатоходцем*», «*Новое видео в интернете про экстремальный спорт*»).

При этом следует обратить особое внимание на среднее арифметическое, которое было получено в результате исследования. 10 (100%) респондентов выделили в среднем 5 слов, что составляет 50% от общего количества слов заголовка, т.е. большинство респондентов смогли определить содержательную составляющую публикации, исходя из представленного журналистом

заголовка, что и было подтверждено тем содержанием публикации, о котором предположительно сказали респонденты.

Таким образом, проведенный анализ двух заголовков («Объемы оказания высокотехнологической помощи в РФ за пять лет выросли вдвое», «В сети появилось видео с канатоходцем, идущим между башнями «Москва-Сити») из рубрики «Общество» электронного издания «Аргументы и Факты» показал, что они соответствуют содержанию публикации, что позволяет читательской аудитории представить содержательную наполняемость журналистского материала в целом. Это работает на пользу изданию, так как заголовок является самым «коммерческим» элементом информационного продукта, это первое, что привлекает внимание читателя.

# МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КОРПУСНОЙ ЛИНГВИСТИКИ В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

Шнякина О. Ю., Павлова А.В.

Оренбургский государственный университет

Корпусная лингвистика берет свое начало в США и Европе в середине XX века, в конце 1960-х годов. Она получила свое развитие от Брауновского корпуса (англ. The Brown Standard Corpus of American English), объем которого составляет 1 миллион употреблений слов (500 текстов по 2 тысячи употреблений слов в каждом). Создателями Брауновского корпуса являются Г. Кучер У.Н. и Фрэнсис. Любой корпус включает в себя информацию о структуре и составе речевого материала, формализованные методы его представления. Авторы реализовали в корпусе следующие принципы и критерии:

1. Авторство текстов (американский английский).
2. Синхронизация (американские тексты, изданные в 1961 году).
3. Связь жанров, их отбор посредством вероятностной процедуры (15 жанров, 9 – «информативная» проза, 6 – художественная проза; от 6 до 80 элементарных выборок из каждого жанра).
4. Формулирование требований к отбору: адекватность представления стилевых особенностей жанров и их относительный вес; объём каждого взятого текста должен статистически достоверно отображать его стилевые особенности [3].

В 80-е годы 20-го века корпусная лингвистика получает новый толчок в развитии. Продолжают появляться корпуса различного объема и масштабов. Достижения в области корпусной лингвистики играют особую роль в обучении иностранному языку. Корпусный метод является оптимальным для наглядного представления географических, исторических и социальных аспектов языка. Это дает возможность освоить основные принципы корпусных методов лингвистического анализа [6]. Корпус – уменьшенная модель языка.

Корпусная лингвистика – раздел в языкознании, предполагающий изучение и исследование формирования лингвистических корпусов, и, соответственно, занимающийся применением корпусов на практике. Данный термин можно также определить уже: корпусная лингвистика является областью компьютерной лингвистики. В свою очередь, компьютерная лингвистика – направление науки, занимающейся изучением и разработкой общих принципов образования и применения лингвистических корпусов на практике с применением информационных (компьютерных) технологий [1].

Особый интерес для исследователей представляет применение корпусов на практике, создание грамматик и словарей с целью обучения иностранным языкам и английскому языку, в частности. Компьютерная лингвистика является широким спектром применения компьютерных программ, способов обработки данных, необходимых для моделирования функционирования языка [2].

Определение «корпус текстов» быстрыми темпами включается в оборот

лингвистов. Основываясь на корпусах текстов, свое развитие получает компьютерная лингвистика. Корпус текстов - это «унифицированный, структурированный и размеченный массив языковых (речевых) данных в электронном виде, предназначенный для определенных филологических и, более широко, гуманитарных изысканий» [6].

Большинство ученых-лингвистов уверены – обучение иностранным языкам необходимо проводить на основе реального опыта и соответствующих актуальных данных, нежели используя искусственно созданную базу данных. Лингвисты обнаружили, что корпуса могут быть принести большую пользу в различных исследованиях, например, они выяснили, что корпуса текстов являются эффективными для создания словарей при изучении словоупотребления в крупных корпусах [8]. План создания корпуса таков: необходимо определить размер корпуса, типы текстов, которые будут включены в него, население, которому предстоит работать с данным корпусом.

Главной сложностью в обучении иностранным языкам является недостаточное количество соответствующего аутентичного материала. С целью оптимизации процесса обучения предполагается возможность применения следующих методов корпусной лингвистики: текстовые поиски в корпусах большого масштаба с применением методов обработки естественного языка, автоматизированное извлечение информации, и, непосредственно, обучение на основе данных.

Учеными-лингвистами ежегодно проводятся многочисленные исследования с целью применения технологий корпусной лингвистики в преподавании иностранных языков. Исследователи Илва Берглунд и Кристофер Вильямс в своей статье «The semantic properties of going to: distribution patterns in four subcorpora of the British National Corpus» проанализировали преднамеренное и прогнозное использование конструкции “to be going to”, использование словосочетаний с данной конструкцией, основываясь на материалах Британского национального корпуса. Британский национальный корпус является один из самых больших корпусов в мире (около 100 миллиона слов на различные тематики). Берглунд и Вильямсом были изучены все вариации употребления конструкции “to be going to”, а также различные аналоги выражения: “will, gonna” и т.д. В данном исследовании лингвисты пришли к выводу, что выбор глагола в конструкции “to be going to” относится к распределению Пирсона. Клаудия Клэридж в своей статье «The superlative in spoken English» дает представление об использовании превосходной степени в Британском национальном корпусе. Особое внимание уделяется семантике (абсолютное, относительное, усиливающее значение). Исследования показали, что более распространенными являются абсолютные и усиливающие значения словоупотреблений. Автор приходит к выводу, что превосходная степень является не средством фактического сравнения, а средством оценки и выражения эмоций [9].

Корпусная лингвистика в современном мире играет значимую роль в обучении иностранным языкам и охватывает все аспекты языковой



компетенции, оказывая непосредственное влияние на способы и методы выборки и хранения языкового материала, уже являющиеся традиционными - словари, различного рода тексты и т.д. Многие лингвисты используют корпуса как «банк примеров», используя их как эмпирическую поддержку в своих исследованиях. Корпуса текстов также могут быть полезны в количественных исследованиях. Они показывают сходства и различия между группами и типами текстов. Также корпуса текстов позволяют исследователям сравнивать группы говорящих/пишущих, основываясь на, так называемой, метаинформации (возраст, пол и т.д.). Изначально многие корпуса текстов английского языка создавались для исследований. Например, корпус CHILDES содержит транскрипты детской устной речи в различных рода ситуациях. Данным корпусом широко используются ученые, интересующиеся процессом овладения языком у детей. Так называемый Хельсинский корпус, содержащий различные тексты, начиная с самых ранних периодов английского языка, помогает ученым в изучении эволюции языка. Бергенский корпус содержит высказывания подростков. Данный корпус используется в социолингвистике для исследования языка отдельной возрастной группы. Те лингвисты, которые пользуются корпусами текстов в своих исследованиях, уверены, что «реальность» языка дает более надежные и адекватные результаты в исследованиях. Также большую популярность имеют лексикографические исследования, проводимые с целью создания словарей. Перед исследованием выявляют информационную потребность лексикографов. Например, можно проводить поиск по новизне, исходной форме слова, цитатам, фразеологизмы и т.д. С помощью технологий корпусной лингвистики существует возможность проводить и грамматические исследования, в частности, анализ номинализации, распределение грамматических категорий. Таким образом, корпусная лингвистика позволяет проводить исследования единиц любого языкового уровня в реальном их употреблении. То есть учитывается, в какой ситуации высказывание было произведено [10].

Предполагается, что новый способ (методы корпусной лингвистики), с применением компьютерных технологий для сбора и хранения информации, позволит нам минимизировать недостатки традиционных методов (временные затраты, сложность обновления баз данных, затраты труда и т.д.), которые усложняют процесс обработки данных. Новый способ, бесспорно, является большим преимуществом с точки зрения оптимизации процесса обучения [2].

Широкое применение корпусная лингвистика находит именно в обучении иностранным языкам. Существуют группы методов корпусной лингвистики, широко охватывающие аспекты языковой компетенции, которые представлены ниже:

- 1) теоретико-лингвистические методы;
- 2) филологические методы;
- 3) методы информационных технологий;
- 4) математические (статистические) методы [4].

Применение данных методов на практике позволит оптимизировать

процесс обучения иностранным языкам. К первой группе относятся общие и частные лингвистические проблемы отбора текстов, и, соответственно, проблемы применения материалов в корпусах текстов. К филологическим методам (вторая группа) относятся методы, связанные с проблемами авторства, жанров и т.д. Методы информационных технологий включают в себя методы информатики, помогающие обрабатывать материалы корпусов. К четвертой группе относят статистические методы. Данные методы обеспечивают репрезентативность выборки, что является необходимым условием в обучении иностранным языкам с помощью корпусной лингвистики [6]. Корпуса текстов могут найти широкое применение во многих областях. Проводятся группировки по филологическим, лингвистическим, педагогическим корпусам[2].

Вернемся к актуальности применения методов корпусной лингвистики на практике. Существуют экспериментально-обоснованные доказательства того, что студенты, которые заучивают материал, дольше и менее эффективно овладевают языковыми компетенциями и навыками, чем те студенты, которые формируют собственное представление о языке с помощью лингвистических корпусов. Первая группа студентов не может адекватно воспринимать окружающую действительность [3]. В последние годы количество корпусов текстов растет, выдающимися примерами являются словари Collins, Oxford, Longman [1].

Для ознакомления с направлениями корпусной лингвистики в обучении иностранным языкам, предлагается обзор некоторых из них. Новое перспективное направление в организации процесса обучения иностранным языкам - data-driven learning (DDL), иными словами, обучение на основе данных. В данном направлении обучающиеся имеют возможность применения языковых данных напрямую из корпуса [5]. В данном направлении применяется модель observe - hypothesize - experiment model, или наблюдай - делай предположения - экспериментируй. Посредством данной модели у студентов появляется возможность гораздо эффективнее осваивать язык, обучающиеся могут самостоятельно делать выводы о значении слов, фраз, определений, беря за основу аутентичный языковой материал. Метод DDL – индуктивный. Он дополняет популярный в научных кругах дедуктивный подход (слушай – практикуйся – говори), студенты получают новые знания, как при изучении справочной литературы, так и непосредственно от инструктора [7]. Данный процесс не ограничивается компьютерными технологиями. Информация может быть использована в методических пособиях, в раздаточных материалах во время проведения урока, что, в свою очередь, является преимуществом, по сравнению с традиционными методами преподавания, и повышает эффективность процесса обучения. Современные методики обучения иностранным языкам, требующие использование компьютерных и информационных технологий, акцентируют внимание на творческой деятельности студентов, в отличие от традиционных методов. Как известно, при изучении грамматики, вовлечение студентов в анализ

компьютерного корпуса влияет на восприятие ими грамматического анализа, на их способность преподавать грамматику и самостоятельно проводить подобный анализ [2].

В нашей стране в учебниках и пособиях можно встретить так называемые «искусственные», нерепрезентативные примеры. Традиционные учебные пособия, которые не опираются на эмпирический подход, являются неадекватны реальному естественному состоянию языка и его применению. В настоящее время известно, что существуют большие расхождения между тем, что прописано в учебниках и реальным общением [4]. Данную ситуацию возможно оптимизировать, если начать применять эмпирический подход на практике, так как естественные языковые средства позволяют студентам получать необходимый опыт (в реальных условиях), который учащиеся обязательно встретят при взаимодействии на иностранном языке. Таким образом, методы корпусной лингвистики необходимы при разработке учебных материалов, а также при оценке их эффективности [1].

Важнейшим моментом в обучении иностранным языкам, с практической точки зрения, является применение корпусов с помощью метода поиска конкордансов. Конкордансы – специализированные словари, из которых возможно осуществлять вход в нужные корпуса текстов. Для более полного понимания метода, рассмотрим задания для студентов:

На практике возможно встретить такие вопросы, как:

1. Объясните различие между словами remember и remind?
2. Объясните различие между словами say и tell?
3. Верны ли следующие предложения?

Do you remember me? We used to study at the same school.

Can you remember me? We used to study at the same school.

The woman reminded him his wife.

4. Составьте предложения, в которых необходимо заполнить пропуски, выбрать правильное употребление слов «remind»/«remember».

Выполняя предоставленные задания, обучающиеся в режиме конкорданса извлекают набор предложений с нужным словом и в процессе контекстного анализа выявляют семантическую разницу [6]. Учеными Уилсоном, МакЭнри, Бэйкером проводились исследования, с целью выявления эффективности методов среди следующих групп: студенты, которые обучались по традиционной методике (лекционной) и студенты, обучаемые по современной корпусной методике. Исследования показали, что студенты, которые обучались с помощью корпусного программного обеспечения, продемонстрировали наиболее высокие результаты по сравнению с обучающимися по традиционным методам. То есть, методы корпусной лингвистики (поиск конкордансов) представляет собой интересный, и при этом, самостоятельный процесс для студентов, что наиболее эффективно в обучении иностранным языкам. При этом студенты параллельно получают информацию и представление о реальном состоянии языка, о его историческом, географическом и социальном аспектах [7].

Корпусные методы уже успели зарекомендовать себя в мировой практике преподавания иностранных языков и лингвистических исследований. Эти методы позволяют студентам работать самостоятельно, они сочетают в себе гибкость, дисциплинированность, адаптацию, эмпирическую адекватность.

### Список литературы

1. Мамонтова В.В., Корпусная лингвистика и лингвистические корпусы, Журнал: Язык. Текст. Дискурс, Изд.: Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, с. 275-283, ISSN: 2224-0810
2. Вербицкая Л.А., Казанский Н.Н., Касевич В.Б. Некоторые проблемы создания национального корпуса русского языка // Научно-техническая информация. Серия 2. 2003. №6. С. 2-8.
3. Захаров В.П. Корпусная лингвистика: Учебн.-метод. пособие.-СПб., 2005. 48 с.
4. Корпусная лингвистики в обучении иностранному языку делового общения, Толстова Т.В., Поволжский филиал Международного университета в Москве, Ж: Вопросы прикладной лингвистики, М: Некоммерческое партнерство "Национальное Объединение Преподавателей Иностранных Языков Делового и Профессионального Общения в сфере бизнеса", с. 66-70, ISSN: 2306-1286
5. Рыков В.В. Корпус текстов как новый тип словесного единства // Труды Междунар. семинара «Диалог-2003». М.: Наука, 2003. С. 15-23
6. Нагель О.В., Корпусная лингвистика и ее использование в компьютеризованном языковом обучении, Ж: Язык и культура, Изд.: Национальный исследовательский Томский государственный университет, Томск, с. 53-59, ISSN: 1999-6195
7. Шалимова Н.Н., Фильченко А.Ю. Корпусная лингвистика и её использование в профильно-ориентированном преподавании иностранных языков, Томск: ТПУ, 2004.
8. Charles F. Meyer, English corpus linguistics: An introduction, Cambridge University Press, 2009. - 185 p.
9. Roberta Facchinetti, Corpus Linguistics: 25 years on, Editions Rodopi V.V., Amsterdam - New York, NY 2007. - 392 p.
10. Захаров В.П., Богданова С.Ю., Корпусная лингвистика: учебник для студентов направления «Лингвистика». 2-е изд., перераб. и доп. – Иркутск: ИГЛУ, 2011. – 169 с.

## **СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВОСПРИЯТИЯ ЧАСТЕЙ РЕЧИ В ТЕКСТЕ НОСИТЕЛЯМИ РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ**

**Щербакова М.В., канд. филол. наук, доцент,  
Фомиченко А.С., канд. псих. наук,  
Оренбургский государственный университет**

В настоящее время в лингвистике отсутствует единое мнение о главенстве той или иной части речи. В. В. Виноградов считает, что доминирующую позицию в системе частей речи занимает имя существительное, А. А. Потебня выдвигает глагол на первое место [1]. Таким образом, актуальность данной статьи обусловлена недостаточной изученностью восприятия частей речи носителями разных языков.

Целью статьи является экспериментальное исследование описанного феномена: выявление градации восстановлений частей речи носителями русского и английского языков в текстах художественного стиля.

Части речи – основные лексико-грамматические разряды, к которым относятся все языковые единицы языка на основании семантического, морфологического и синтаксического признаков [2].

Для нашей работы имеют значения знаменательные части речи, то есть лексемы, имеющие семантическую, морфологическую и синтаксическую функции. В область изучения вошли имя существительное, имя прилагательное и наречие.

В основе проводимого констатирующего психолингвистического эксперимента лежит методика дополнения, которая впервые была использована Уильямом Тейлором в 1953 году и впоследствии описана в работе В.П. Белянина «Психолингвистика» [3]. Суть методики состоит в деформации текста, то есть в пропуске отдельных слов, и последующем его предъявлении испытуемым для восстановления. В текстах экспериментального материала расстановка пропусков лексем осуществляется в случайном порядке в соответствии с алгоритмом методики дополнения, описанным П. Реймонд [4].

В психолингвистическом эксперименте приняли участие студенты Оренбургского государственного университета, офисные работники города Оренбург, а также студенты и работающие жители США, Великобритании, Канады и Австралии. Общее количество реципиентов составляло 114 человек (57 носителей русского языка и 57 носителей английского языка). Возраст испытуемых варьировался от 18 до 60 лет.

Экспериментальный материал на русском языке состоит из 6 текстов, сгруппированных в 3 анкеты. Испытуемым были предложены анкеты, состоящие из двух текстов художественного стиля с пропущенными элементами. Тексты каждой анкеты подразделялись на группы в зависимости от восстанавливаемых частей речи: 1) с пропусками имен существительных; 2) тексты, деформированные посредством пропуска имен прилагательных и

наречий. Тексты на английском языке систематизировались аналогичным способом.

Информантам было предложено заполнить места пропусков вариантами языковых единиц наиболее подходящими по смыслу. Время для выполнения предложенного задания не ограничивалось.

В результате опроса были получены 228 текстов-реакций. Для выявления количества совпадений частей речи текстов оригинала и текстов-реакций произведен ряд математических действий. Суммировалось общее количество возможных абсолютных совпадений и общее количество фактических совпадений в текстах каждого функционального стиля. После этого высчитывалось процентное соотношение полученных данных. Указанное соотношение определялось путем принятия за 100% общего количества возможных совпадений (общее количество пропусков), находилась сумма фактических восстановлений пропусков и составлялась пропорция, по которой сумма реальных соответствий умножалась на 100. Затем, высчитывалось частное из полученного результата и общего количества возможных совпадений. Следующая формула отображает описанные выше вычисления:

$$X = \frac{B \times 100\%}{A}, \text{ где } A - \text{ сумма общего количества возможных совпадений, а}$$

$B$  – совокупность фактических восстановлений, соответственно  $X$  является искомой величиной – число реальных совпадений в процентном соотношении.

Рассмотрим образцы текстов с пропущенными словами разных частей речи.

I. Представленный ниже текст входит в группу с пропусками имен существительных.

*Белое и желтое*

*Самые главные бабочки – это, конечно, лимонницы. Они и появляются раньше всех. В оврагах ещё снег, а уж над тёплой поляной кружат лимонницы. Их жёлтые крылья спорят со старым снегом и смеются над ним. А из земли – белые и жёлтые – торопятся первые цветы – ветреница, мать-и-мачеха. Белое и жёлтое показывает нам вначале весна, а уж потом всё остальное – и подснежники, и медуницу, и шоколадницу. Но с белым и жёлтым весна никак не может расстаться. То вспыхнут калужницы и купавы, то зацветёт черёмуха. Белое и жёлтое проходит через всю весну, а уж в середине лета сходятся белое и жёлтое в одном цветке ромашки [5].*

В данном тексте пропущено 6 языковых единиц. Подчеркнутые слова в приведенном образце были пропущены в анкетах для испытуемых. В ходе обработки полученных экспериментальных данных корпуса текстов художественного функционального стиля с пропусками имен существительных (57 текстов-реакций), получены следующие результаты: из 324 возможных абсолютных совпадений, 246 – сумма, зафиксированная нами, реальных соответствий, что составляет 76 %.

Представленный ниже текст является образцом деформированного текста, где восстанавливаемыми частями речи являются наречие и имя прилагательное.

### Суленька

...а в те немногие дни, когда была полная ясность, когда он не принимал среднюю дочь за младшую сестру, а старшую медсестру за первую жену, вдруг стало к нему лезть имя «Суленька», тошнотворное и вязкое, с ненавистью изгнанное когда-то из своей и чужой памяти. И как ни поворачивался он боком к окну, как ни надевал плотнее, аккуратнее разношенные синие тапки, все ему думалось о себе: «Суленька, Суленька», - но уже не на кого было наорать за это, чтобы забыли, не смели; некого теперь было ударить в живот ребром ладони, некому было в ярости опустить на ногу удачно подвернувшийся табурет; никого не осталось [6].

Проанализировав полученные данные (57 текстов-реакций), заключаем, что 275 – количество возможных совпадений, количество реальных же совпадений является числом 150, что в процентном соотношении соответствует показателю 55 %. Общие данные восстановления частей речи на корпусе текстов художественного стиля представлены на рисунке (см. рисунок 1).

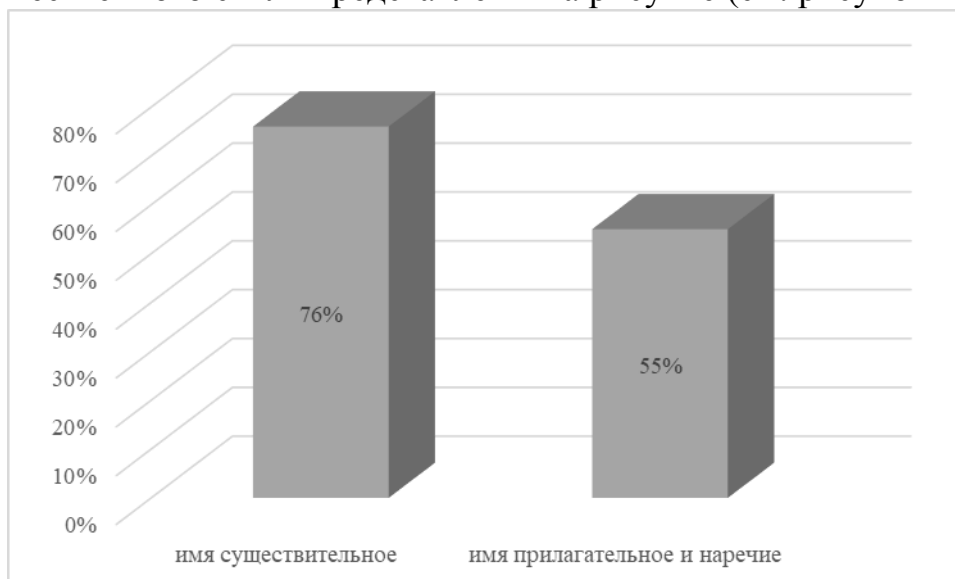


Рис. 3. Распределение восстановлений частей речи в текстах художественного стиля

Исследования текстов-реакций художественного функционального стиля (171 текст-реакция) выявило следующую градацию наиболее воспринимаемых частей речи:

- имя существительное имеет наибольший процент восстановления, что составляет 76 %;
- процентный эквивалент реальных абсолютных совпадений наречий и имен прилагательных – 55 %.

Рассмотрим группу текстов на английском языке (57 текстов-реакций) с пропущенными именами существительными.

#### *The Boy and The Turtle*

*Theodore Parker was one of the greatest preachers America ever had, and this story is told of him as a boy. One day, as he was going across the fields, he came to a pond where he saw a small turtle sunning itself upon a stone which rose out of the*

water. The boy picked up a stick, and was about to strike the turtle, when a voice within him said, "Stop!" His arm paused in midair and, startled, he ran home to ask his mother what the voice meant. Tears came into his mother's eyes as she took the boy in her arms and told him that it was his conscience which had cried "Stop!" Then she told him that his conscience was the voice of God, and that his moral safety depended upon his heeding that inner voice.

The same thing is true of all boys and girls. If you obey that inner voice in questions of right and wrong, it will speak to you clearly.

But if you neglect it, it will grow silent, and you will be left in darkness and in doubt as to what is right and wrong.

Some people call this voice the "inner light," and that is a very good name for it. Every time you walk by the light you put fresh oil in the lamp, and the light grows stronger and the way clearer.

Whenever that inner voice speaks to you and tells you that a thing is wrong, don't argue with the voice and give reasons for doing the thing that is wrong. Obey the voice at once, as Parker did, and it will save you endless trouble [7].

В результате обработки экспериментального материала на данном корпусе текстов заключаем, что из 248 возможных абсолютных совпадений, 188 – сумма, зафиксированная нами, реальных соответствий, что составляет 76 %.

Представленная группа текстов деформирована пропуском имен прилагательных и наречий (57 текстов-реакций).

#### *The Wolf and the Kid*

A KID was perched up on the top of a house, and looking down saw a Wolf passing under him. Immediately he began to revile and attack his enemy. "Murderer and thief," he cried, "what do you here near honest folks' houses? How dare you make an appearance where your vile deeds are known?" "Curse away, my young friend," said the Wolf.

"IT IS EASY TO BE BRAVE FROM A SAFE DISTANCE" [8].

Проанализировав экспериментальные данные, заключаем, что 260 – количество возможных совпадений, количество реальных же совпадений является числом 138, что в процентном соотношении соответствует показателю 53 %.



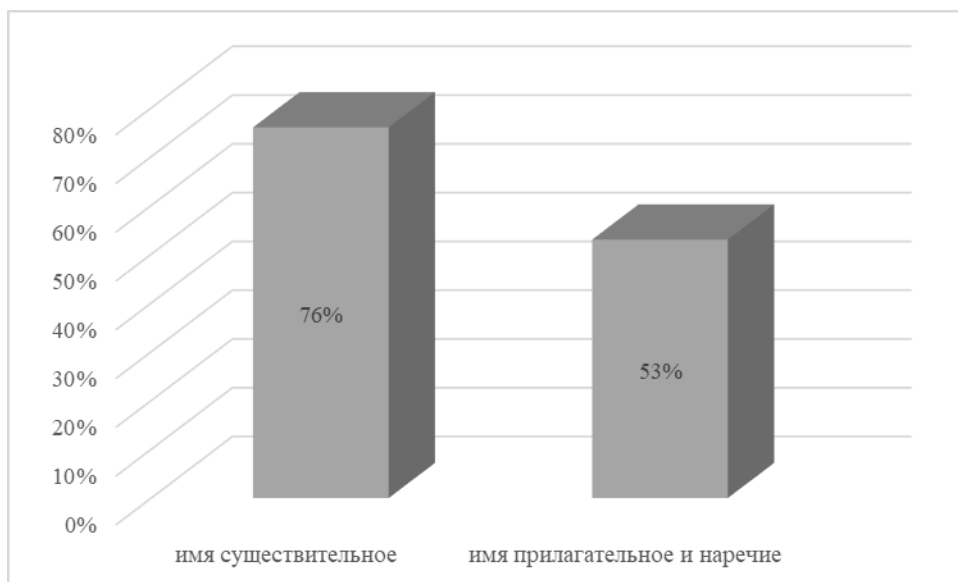


Рис. 2. Распределение восстановлений частей речи в текстах художественного стиля

Общие данные восстановления разных частей речи на корпусе текстов художественного стиля представлены на рисунке (см. рисунок 2).

В результате анализа текстов-реакций на английском языке (171 текст-реакция) выявлена следующая последовательность наиболее воспринимаемых частей речи:

- имя существительное получило максимальный процент восстановления, что составляет 76 %;
- процентный эквивалент фактических совпадений наречий и имен прилагательных – 53 %.

По мнению В.В. Виноградова, имя существительное является наиболее важной среди всех частей речи [9]. Данная категория «обеспечивает возможность мыслить предметно, в форме названия, даже отвлеченные понятия о качествах и действиях. Имя существительное занимает важнейшее место в морфологической системе языка, что обусловлено его семантическими свойствами, количественным преобладанием над другими частями речи и потенциальными изобразительно-выразительными возможностями. Существительные имеют предметное значение, без которого невозможно выражение мысли» [10, с. 220].

Значение данной категории – предметность, субстанциональность, она дает возможность любые лексические значения, действия, состояния, качества представить как предметы [11], то есть мы можем говорить о предметном мышлении, которое обеспечивается первой сигнальной системой [12].

Указанный уровень мышления обуславливает наиболее успешное восприятие имени существительного и определяет категорию имени существительного как наиболее воспринимаемый элемент текста, что экспериментально доказано в ходе нашего исследования.

Наименьшее количество соответствий приходится на наречия и имена прилагательные. Последние формируют и объединяют слова, которые

обозначают признак предмета (качественный, относительный или указательно-определятельный) и которые являются определяющими имена существительные частями речи и обычно согласуемыми с ними в роде, числе и падеже. Таким образом, грамматические формы имени прилагательного не выражают никаких дополнительных лексических значений, кроме общего значения согласуемого признака. «Они вполне синтаксичны и как следствие более абстрактны» [9, с. 144].

«Наречие – это грамматическая категория, под которую подводятся несклоняемые, неспрягаемые и несогласуемые слова, примыкающие к глаголу, к категории состояния, к именам существительным, прилагательным и производным от них» [9, с. 263].

Таким образом, имя прилагательное и наречие представляют собой зависящую категорию частей речи от имени существительного и глагола, соответственно, и носят более абстрактный характер. Экспериментально доказано, что данный факт повлиял на восстановление деформированных текстов. Анализ экспериментального материала на английском языке подтверждает универсальность тенденции восприятия базисных частей речи текста, выявленной в текстах на русском языке.

### Список литературы

1. Виноградов, В. В. Русский язык, грамматическое учение о слове / В. В. Виноградов – М.:1972. – 601 с.
2. Розенталь, Д. Э. Словарь-справочник лингвистических терминов / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. – М. : Просвещение 1985. – 400 с.
3. Белянин, В. П. Психолингвистика: учебник для высш. уч. зав. / В. П. Белянин. – 2-е изд. – М. : ФЛИНТА, 2004. – 232 с.
4. Raymond, P. Cloze Procedure in the Teaching of Reading / P. Raymond // TESL Canada journal vol. 6; November, 1988. – № I. – P. 91–97.
5. Коваль, Ю. Белое и желтое. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.r-rech.ru/2009-04-06-13-32-01/2010-08-01-17-22-46/2010-08-06-15-56-53.html>
6. Горалик, Л. Суленька. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://linorg.ru/koroche.html>
7. Chidley, H. The Boy And The Turtle. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.readbookonline.net/readOnLine/55929/>
8. Jacobs, J. The Wolf and the Kid. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bartleby.com/17/1/16.html>
9. Виноградов, В. В. Русский язык, грамматическое учение о слове / В. В. Виноградов – М., 1972. – 601 с.
10. Голуб, И. Б. Стилистика русского языка : учеб. пособие / И. Б. Голуб. – М. : Рольф, 2001. – 448 с.
11. Щерба, Л. В. Языковая система и речевая деятельность / Л. В. Щерба. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 432 с.

12. Медицинская энциклопедия [Электронный ресурс]. Режим доступа:  
<http://www.4medic.ru/page-id-363.html>

## ПОЭТИЧЕСКИЙ ЛОКУС КАК ПРОСТРАНСТВЕННЫЙ КОНЦЕПТ И ПАРАМЕТРЫ ЕГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ

Щипанова Ю.В., канд. филол. наук  
Оренбургский государственный университет

Современные лингвистические теории строятся на утверждении о том, что главной характеристикой естественного языка является локализм – способность человеческой речи выражать в терминах места и пространства любые отношения.

В отечественном языкознании вопрос о соотношении пространства и языка соотносится с проблемой субъективного восприятия действительности, с когнитивной деятельностью человека и с тем, как особенности этой деятельности отражаются в структуре и функционировании языка, на конкретном материале показывается, что язык интересуется пространством обжитое, вводится понятие пространственного ориентира, «локуса», т.е. пространства или предмета, относительно которого определяется местонахождение предмета (действия, признака) и характер их взаимоотношений.

Термин «локус» изначально связан с естественнонаучными дисциплинами. Большой энциклопедический словарь дает следующее толкование слова «локус»: «Локус (лат. locus) - место локализации определенного гена на генетической карте хромосомы». Помимо биологии, данный термин широко использует психология, которая исследует так называемый локус контроля как одну из самых значимых характеристик личности, отображающую уровень ответственности человека в достижении каких-либо своих конкретных целей, уровень восприятия своей ответственности за происходящие события и их последствия.

В последнее время понятие локус стало всё больше использоваться культурологическими и языковедческими дисциплинами: лингвокультурологией, лингвоконцептологией, лингвистической когнитологией и др. Так, в новейших исследованиях находим понятие локуса культуры - «регулярно воспроизводимого в дискурсе определенной культуры пространственного объекта, являющегося местом действия или созерцания». Локусы культуры понимаются в данном случае как «реализация пространственных координат национального сознания», то есть «некоторых точек пространства, которые культура народа, отражающая это сознание, регулярно или в определённый момент времени – фиксирует как значимые реалии бытия. Такие локусы наделяются в культуре символическим значением: их номинации связывают мир денотатов с миром психической реальности» [1: 29].

Термин локус активно используется и литературоведением. Ю.М. Лотман в статьях, посвященных изучению семиотики художественного пространства, анализирует его посредством анализа через систему локусов. Под локусом в

данном случае понимается любое включенное в художественный текст пространство, имеющее границы. Лотман говорит о твердой приуроченности героев произведения к определенным местам, локусам, которые, в свою очередь, по отношению к героям являются функциональными полями, и попадание в них равнозначно включению в конфликтную ситуацию [2: 5 - 50].

В работах, посвященных исследованию прозаических текстов, локус рассматривается как «модельная плоскостная геометрическая фигура», которая имеет «точку, линию или область привязки к местности», некий «центр тяжести»; локус – «это такое пространство, которое субъект (персонаж текста) может лично прочувствовать или представить, «физически» ощутить. Локус – то место, где происходят локальные события, разворачивается «местная» жизнь» [3: 66 - 69].

В.Ш.Кривонос в монографии, посвящённой повестям Н.В.Гоголя, использует понятие «мифологический локус»: «Мифологической интерпретации петербургского пространства (= топоса Петербурга), разделённого на различные локусы (Невский проспект, улицы, площади, департаменты, мастерские художника или ремесленника, дома, квартиры, комнаты и др.), соответствует у Гоголя мифологическая топография Петербурга» [4: 242]. В данном случае автор апеллирует к В.С.Баевскому, разъясняя, что локусами принято называть подразделения топосов как «самых крупных областей художественного пространства»; локусы «...определяют функции топосов и определяются ими, в отношении к различным локусам проявляются характеры и даже идеология персонажей» [5: 98-99].

Краковский литературовед и культуролог В.С.Щукин также разводит понятия топос и локус, понимая под первым «достаточно обширную территорию, включающую в себя целый ряд локусов». Локус трактуется как вполне конкретный, легко и точно локализуемый топографический «уголок». «Локус обладает не только топографической, но и во многих случаях также жанровой определённой, которая задаётся социальной и культурной предназначенностью» [6].

В последнее время использование термина локус всё чаще фиксируется и в лингвистических работах. Так, Ю.И.Ефремова, исследуя моделирование категории пространственности в немецком языке, разграничивает понятия локус и субъект в локусе, мотивируя необходимость подобного разграничения тем, что современная наука, говоря о локусе или местоположении, перемещении субъекта в локусе, используют одни и те же категориальные признаки пространства, что ведёт к определённой нечёткости. По Ю.И.Ефремовой, под локусом понимается «пространственный объект, описывая который человек опирается на категориальные признаки», имеющие «иерархическую структуру, основанную прежде всего на оппозиции «открытость / замкнутость». Вследствие этого учёный выделяет два основных типа локусов: локус, обладающий измерительными параметрами, характеризующийся закрытостью, и локус неограниченный. Кроме того, локус характеризуется такими категориальными признаками, как заполненность /

незаполненность, точная мерность / неточная мерность, сплошность / расчленённость, протяжённость / непротяжённость. Категориальные же признаки, характеризующие субъект в определённом локусе, основываются на оппозиции местонахождение / перемещение [Ефремова, 2008: 6-7].

В области лингвистики теория *поэтического локуса* наиболее полно разработана в научных работах В.Ю.Прокофьевой, которая, исследовав историю вопроса, приходит к выводу о том, что «в современных исследованиях понятие «топос» имеет два основных значения. Во-первых, это значимое для художественного текста (или группы художественных текстов – направления, эпохи, национальной литературы в целом) «место разворачивания смыслов», которое может коррелировать с каким-либо фрагментом (или фрагментами) реального пространства, как правило, открытым. Во-вторых, это «общее место», набор устойчивых речевых формул, а также общих проблем и сюжетов, характерных для национальной литературы. Понятие «локус» применяется в основном к закрытым культурным фрагментам пространства» [8: 87]. По мнению ученого, необходимо «говорить о «физическом» художественном пространстве как о наборе пространственных образов (моделей), в конечном итоге исчисляемом, которые мыслятся как закрытые\внутренние по отношению к человеку, культурно значимые для него и социально освоенные. Эти пространственные образы именуется также локусами и являются, по сути, пространственными концептами с определенной в когнитивной лингвистике структурой этого ментального феномена. Для локуса как пространственного образа, зафиксированного в тексте, важны признаки относительной тождественности существующему в реальной действительности объекту и культурной значимости этого объекта для социума, на основе чего формируется когнитивная база и фиксируются стереотипные и индивидуальные представления о нем» [8: 90 - 91].

Поэтический локус как художественный концепт получает языковую репрезентацию главным образом через систему метафорических моделей и гештальтов.

Термин гештальт изначально также не связан с лингвистикой и трактуется как «основное понятие гештальт-психологии, выступающее в качестве единицы анализа сознания и психики, которое обозначает целостные (т.е. не сводимые к сумме своих частей) структуры сознания» [9: 133]. Гештальт-психологи еще в начале 20-х годов XX века обратили внимание на то, что восприятие внешнего мира отдельным индивидуумом базируется на выявлении целостных образований, названных гештальтами. Согласно их исследованиям, человек воспринимает окружающий мир в результате уже имеющихся знаний, организованных в определенные целостные структуры. Актуальное восприятие является лишь активацией еще более общих знаний. Структура знаний может формироваться как от конкретного к общему, так и наоборот. Чаще чувственное знание формируется от общих категорий к конкретным. Словесные знания чаще формируются от конкретного к общему.

В 1930-х гг. века в работах датского лингвиста Витто Брэндаля предпринимаются попытки соотнести структурную лингвистику и гештальт-психологию; при этом Брэндаль ссылается на данное Клапаредом (Claparède) определение «гештальт-теории»: «Эта концепция заключается в том, чтобы рассматривать явления некоторой области не просто как сумму элементов, которые прежде всего необходимо выделить и подвергнуть анализу, а как некоторые совокупности (*Zusammenhänge*), представляющие собой автономные, внутренне связанные единства, подчиняющиеся своим собственным законам. Отсюда следует, что способ бытия каждого элемента зависит от структуры целого и от законов, которые им управляют» [10: 414].

Особенно широкое распространение термин *гештальт* получает в 1970-х гг. в связи со становлением лингвистической когнитологии, которая рассматривает его как закреплённый словом целостный образ, несводимый к его составляющим, совмещающий чувственные и рациональные элементы, а также объединяющий динамические и статические аспекты отображаемого объекта или явления. Дж.Лакофф в работе «Лингвистические гештальты» приходит к выводу, что «...мысли, восприятия, эмоции, процессы познания, моторная деятельность и язык организованы с помощью одних и тех же структур», названных им гештальтами. Анализируя данные «структуры», Дж.Лакофф отмечает, что «гештальты являются одновременно целостными и анализируемыми. Они состоят из частей, но не сводимы к совокупности этих частей. Части гештальта связаны внутренними отношениями. Гештальт может быть связан внешними отношениями с другими гештальтами. Он может составлять часть другого гештальта или проецироваться на другой иным способом [11: 358]. С лингвистических позиций, по Дж.Лакоффу, гештальт есть «способ оязыковления смысла (спонтанно – для говорящего) и способ осмысления языковой формы (интуитивно-рационально – для слушающего)». Иными словами, данная структура позволяет в процессе речи соотнести языковое выражение с внеязыковой информацией.

В современных отечественных исследованиях вопрос о природе гештальта получает свое дальнейшее развитие в трудах М.Р.Проскурякова, З.Д. Поповой, И.А. Стернина, Н.Н. Болдырева, Л.О. Чернейко, О.Е. Беспаловой.

Так, З.Д.Попова, И.А.Стернин, развивая идею Дж.Лакоффа об участии гештальта в речемыслительной деятельности индивида, рассматривают его как комплексную, целостную функциональную мыслительную структуру, упорядочивающую многообразие отдельных явлений в сознании: «Гештальт представляет собой целостный образ, совмещающий чувственные и рациональные элементы, а также объединяющий динамические и статические аспекты отображаемого объекта или явления» [12: 119]. Схожее определение гештальта дает Н.Н.Болдырев, рассматривающий его как «результат целостного, нерасчлененного восприятия, высший уровень абстракции: недискретное, неструктурированное знание» [13: 38].

По мнению Ю.Караулова, гештальт – результат глубинного сопряжения гетерогенных сущностей – абстрактной и конкретной... Гештальт также

связывает сущность языковую и внеязыковую, гешальт – это «мостик», или связующее звено между языковыми значениями и их коррелятами в действительности [14: 191].

Обобщая данный обзор, мы считаем возможным вслед за В.Ю.Прокофьевой понимать под поэтическим локусом «текстовое представление в поэзии социокультурного пространства, созданного и организованного человеком» «пространственный концепт с иерархической структурой, соотносящийся с культурным объектом реальной действительности, имеющим видимые или мыслимые границы, репрезентирующийся в поэтическом тексте в виде ключевых слов-номинаций концепта и организуемых ими текстовых ассоциативно-семантических полей, включающих и номинации гештальтов, узлов фрейма, элементов пропозиции, концептуальных признаков» [8: 95; 39-42], получающее языковую репрезентацию главным образом через систему гештальтов, т.е. образных составляющих в формировании поэтического смысла, посредством которых представления поэта о сущности явления, носящие абстрактный характер, выражаются через конкретные образы [15: 9].

### Список литературы

1. Лассан Э. Облака и обрывы русской культуры (о локусах культуры как реализации пространственных координат сознания) // *Respectus Philologicus*. – 2007. – №11(16).
2. Лотман Ю.М. Проблемы художественного пространства в прозе Н.В.Гоголя // *Труды по русской славянской филологии*. – Тарту, 1968. Вып. 202. – С. 5-50.
3. Гольдин П.З. Топонимика, локус и топос малых улиц в парадигме семиотики // *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. Тамбов: Грамота, 2012. – № 11 (25): в 2-х ч. Ч. II. – С. 66-69.
4. Кривонос В.Ш. Повести Гоголя: Пространство смысла: Монография. – Самара: Изд-во СГПУ, 2006. – 442 с.
5. Баевский В.С. Образ пространства // Баевский В.С. Сквозь магический кристалл: Поэтика «Евгения Онегина», романа в стихах А.С.Пушкина. – М., 1990. – С. 98-113.
6. Щукин В.С. Московские литературные урочища: Симоново, Девичье поле (из цикла лекций по мифопоэтике Москвы) // *Электронный научный журнал «Педагогика искусства»*. – 2009. – № 1.
7. Ефремова Ю.И. Моделирование категории пространственности в немецком языке (На материале жанровых разновидностей немецкой сказки): автореф... дис. кандидата филол. наук. – Самара, 2008.
8. Прокофьева В.Ю. Русский поэтический локус в его лексическом представлении: на материале поэзии «серебряного века»: моногр. – СПб: РГПУ, 2004.– 154 с.



9. Большой психологический словарь / сост. Мещеряков Б., Зинченко В. – М.: Олма-пресс, 2004. – 666 с.
10. Брёндаль В. Структурная лингвистика // Хрестоматия по истории языкознания. – М., 1956. – С. 423-424.
11. Лакофф Дж. Лингвистические гештальты // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1981. – Вып. 10: Лингвистическая семантика. – 567 с.
12. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж: Истоки, 2001. – 189 с. .
13. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии. – Тамбов, 2002. – 123 с.
14. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 264 с.
15. Беспалова О.В. Концептосфера поэзии Н.Гумилёва в её лексикографическом представлении: автореф. дис. ...канд. филол. наук. – СПб., 2002. – 24 с.

## ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

Юшкова Н.А.

Уральский государственный юридический университет

Идея о том, что в художественном тексте воплощается восприятие и оценка мира автором-художником, является общепринятой. При «расшифровке» текста в сознании читателя складывается художественная картина мира – образ мира, отображающий мировосприятие его автора. Художественная картина мира «воплощается в отборе элементов содержания художественного произведения, а также в отборе языковых средств» [4: 23].

Одной из значимых категорий, отражающих авторские представления, является категория концепта – идеальной сущности, характеризующейся многомерностью, зависимостью от социальных и национально-психологических установок, значимостью для данной культуры (Н. Д. Арутюнова, В. И. Карасик, Ю. Н. Караулов, В. В. Колесов, Е. С. Кубрякова, З. Д. Попова, И. А. Стернин, Ю. С. Степанов, Р. М. Фрумкина и др.). Концепт является не просто особым типом абстрактных имен, а определенным «ракурсом их рассмотрения, объединяющим все виды знания и представлений, накопленных народом» [5: 52].

Особое место среди культурно-значимых концептов занимают концепты эмоционально-психологического типа: *любовь, ненависть, радость, гнев, печаль, ревность* и др. Термины для обозначения эмоций (эмоционально-психологических концептов), по мнению А. Вежбицкой, «сокращенно обозначают ситуации, которые воспринимаются носителями данной культуры как общераспространенные и заметные» [1: 327]. Однако описание концептов эмоционально-психологического типа затруднено самой природой эмоционального, для которой характерно взаимодействие ситуативных, контекстуальных и просодических моментов (Н. А. Лукьянова, Т. В. Матвеева, В. Н. Телия, В. И. Шаховский и др.) В связи с этим сложно найти оптимальные условия для экспериментального исследования данных концептов: часто эмоциональные переживания бывают недоопределенными, не всегда человек способен находить точное языковое выражение оттенкам эмоциональных состояний. В этом случае интерпретационным полем концептов могут служить художественные тексты, в которых с наибольшей полнотой и достоверностью отражаются те или иные культурно-значимые концепты.

В художественном пространстве могут быть представлены прямые и метафорические способы репрезентации концептов. Мотивированность использования ресурсов языковой системы, обусловленная особенностями авторского сознания, приводит к выстраиванию автором текста системно организованных структур или «семантических миров» (А. Я. Шайкевич), отражающих значимое для авторского мировосприятия концептуальное содержание. Языковая ткань произведения становится средством передачи

концептуальных смыслов. В ходе лингвокультурологических исследований становится возможным реконструировать систему представлений, стоящими за тем или иным концептом, а также описать возможные способы его репрезентации в языке.

В лингвистическом плане проблема эмоционально-психологических феноменов связана с функцией выражения эмоций в системе языка. Компоненты семантики слова, связанные с обозначением эмоций, являются специфическим способом предъявления эмоционально-оцениваемого фрагмента объективного мира (Ю. Д. Апресян, Н. Д. Арутюнова, Л. Г. Бабенко, А. А. Зализняк и др.). Эмотивные компоненты значения, как и индикативные, имеют социальный характер. Они не являются индивидуальными, а дифференцируются всеми носителями языка адекватно, т.е. обычно безошибочно соотносятся с типизированными ситуациями и эмоциями, а также идентифицируются с языковыми единицами выражения – носителями этого содержания.

Языковые средства выражения эмоций кодированы, т.е. эмотивность является семантикой языковых единиц, которая закреплена в сознании языкового коллектива. Более того, в большинстве случаев «выражение эмоциональных состояний смоделировано – этот факт лежит в основе изображения эмоций в художественном тексте» [6: 51].

Художественная репрезентация концептов эмоционально-психологического типа требует использования языковых средств различного уровня, поскольку, кроме прямой номинации концептов – имен эмоций, эмоциональные состояния/переживания в тексте проявляются многопланово. Эти проявления эмоционального могут интерпретироваться в виде некоторой модели, соответствующей фрагментам внутреннего мира человека. Основными в этой модели являются три компонента – *субъект эмоции, эмоциональное состояние* и его *причина* (Ю. Д. Апресян, Е. М. Вольф и др.).

При интерпретации материала художественного текста важно определить, какие средства, кроме прямой номинации концепта, использует автор в качестве «опознавательных» знаков эмоциональных феноменов. Необходимо также выявить принцип системной организации этих средств и описать их семантический потенциал в репрезентации того или иного концепта.

Определенным образом организованная система языковых средств, представленная в тексте, может быть достаточно точно описана с помощью полевой модели языка. При этом учитывается, что внутренне упорядоченные объединения слов в художественном тексте как особым образом организованной системе могут иметь различный статус: в художественном тексте «проявляются принципы языковой системной организации, что составляет предпосылку для формирования текстовых лексических подсистем» [3: 84].

Так, в художественных текстах слова с эмотивными семами могут быть объединены в функционально-смысловое поле – сложноструктурированное единство лексических единиц, относящихся к разным частям речи.

Функционально-смысловое поле, в свою очередь, может состоять из микрополей – функциональных зон. Функциональная зона объединяет текстовые единицы с учетом их «инвариантного значения и коммуникативного назначения» [2: 8]. Важной характеристикой функциональной зоны является упорядоченность единиц внутри объединения, обусловленная мировосприятием автора текста.

Обращение к художественной прозе Ф. М. Достоевского позволяет выявить особенности лексического обозначения и представления концепта *ревность*. В романах «Идиот», «Подросток», «Бесы», «Братья Карамазовы», в рассказе «Вечный муж» многократно и психологически точно воспроизводится ситуация ревности [7: 14 – 18]. В текстах писателя, кроме прямой номинации концепта, активно функционирует соответствующее функционально-смысловое поле, которое формируется функционально-смысловыми зонами «*Соперничество*», «*Измена*», «*Внутренний мир ревнивца*», «*Внешние проявления ревности*».

Функциональная зона «*Соперничество*» коррелирует с художественно изображенными «любовными» треугольниками», которые предполагают ситуацию соперничества – своеобразного соревнования в отношениях. Во многих случаях отношения внутри «треугольника» выстраиваются как достаточно открытое соперничество между участниками ситуации, претендующими на особо расположение и близость одного и того же лица, как, например, в романе «Братья Карамазовы», где зафиксировано неоднократное употребление всех ядерных единиц – *соперничать*, *соперничество*, *соперник*, *соперница*. Однако часто ситуация соперничества вводится в текст без экспликации ядерных единиц, через сравнение героев. Основанием для сравнения (сопоставления) могут быть разные признаки: образованность и ум, социальное положение и обеспеченность, черты характера, возраст, внешние данные и т.п.

Функциональная зона «*Измена*» актуализируется в тех ситуациях, когда наблюдается разрушение третьим лицом уже узаконенных, устоявшихся отношений. Действия и поступки третьего лица, в результате которых нарушается верность и доверительность отношений между женихом/невестой или супругами характеризуются как ‘неприличные’, ‘непристойные’, ‘бесчестные’. Для интерпретации смыслов данной функциональной зоны важными становятся прямые или косвенные обозначения ролевого статуса героев: социально одобряемые – *невеста*, *жених*, *жена*, *муж* и др; социально неодобряемые – *любовник*, *любовница*, *изменник*, *обольститель*, *обидчик*, *разлучница* и др.

Функциональная зона «*Внутренний мир ревнивца*» «наполняется» именами эмоций, которые распределяются по трем лексико-семантическим группам:

1) лексические единицы, объединенные семой ‘страх’: *беспокойство*, *опасение*, *испуг*, *страх*, *ужас*;

2) лексические единицы, объединенные семой 'гнев': *раздражение, озлобление, негодование, злость/злоба, гнев, ярость, бешенство, иступление, неистовость*;

3) лексические единицы, объединенные семой 'мука': *огорчение, страдание, скорбь, тоска, отчаяние*.

Выявленные смыслы коррелируют с соответствующими базовыми эмоциями (К. Изард, С. Л. Рубинштейн и др.). Анализ «эмоционального лексикона» позволяет обнаружить, что *ревность* – сложная эмоция – представляет собой одномоментное существование и/или быструю смену таких эмоций как *страх, гнев, мука*.

Функциональная зона «*Внешние проявления ревности*» содержит обширный список лексических единиц, обозначающих паралингвистическое поведение ревнивца. Ф. М. Достоевский в своих текстах полно и точно воспроизводит «контекст коммуникации» (Г. В. Колшанский) через жестовое и мимическое поведение человека, находящегося во власти ревности.

Функциональная зона «*Внешние проявления ревности*» является в текстах писателя ведущим «опознавательным знаком» концепта.

Проведенный анализ текстового материала, сопоставление его с лексикографическими данными позволяют заключить, что Ф. М. Достоевский определил тенденцию развития концепта *ревность* и художественно разработал целый ряд концептуальных признаков, которые в последствии закрепились как общенародные.

Так, *ревность* интерпретируется писателем как *чувство*, которое отличается высокой интенсивностью; не контролируется сознанием, не сдерживается волей; не имеет реальных оснований, причин; как чувство, скрываемое от других; постоянное, лишенное возможности удовлетворения.

В художественной прозе Ф. М. Достоевского *ревность* является *причиной негативных эмоциональных состояний и переживаний, низких и даже преступных поступков человека* и интерпретируется писателем как *чувство, способное изменить сущность человека*. Ревность метафорически осмысливается писателем как *огонь, пожар, ад, хаос*; предидируется как *безотрадность, безнадежность, отчаяние*.

Таким образом, концепты, за которыми стоят разнообразные проявления эмоциональной жизни человека, имеют развернутый набор концептуальных признаков, достаточно подвижных и гибких, по-разному комбинирующихся в каждом случае репрезентации концепта.

Лингвокультурологические подходы к анализу художественных текстов позволяют получить комплексное культурно-значимое описание содержательного наполнения концептов. Такое описание позволяет, с одной стороны, глубже понять особенности мировидения писателя, с другой стороны, открывает перспективы изучения национальной концептосферы.

## Список литературы

1. Вежбицкая А. Толкование эмоциональных концептов // Язык. Культура. Познание. [Пер. с англ.] / Отв.ред. М.А.Кронгауз, вступ. ст. Е.В.Падучевой. – М., 1996. – С.326 – 375.
2. Колокольцева Т.Н. Специфические коммуникативные единицы диалогической речи. – Автореф. дисс...докт.филол.наук. – Саратов, 2001.
3. Купина Н.А. Смысл художественного текста и аспекты лингвосмыслового анализа. – Красноярск, 1983. – 160 с.
4. Попова З.Д., Стернин И.А., Чарыкова О.Н. К разработке концепции языкового образа мира (материалы для обсуждения) // Язык и национальное сознание. – Воронеж, 1998. – С.21 – 24.
5. Чернейко Л.О., Хо Сон Тэ. Концепты *жизнь* и *смерть* как фрагменты русской языковой картины мира // Филологические науки, - 201, №5. – С. 50-59.
6. Шаховский В.И. Текст как способ экспликации эмоциональности языкового сознания // Языковое сознание. Содержание и функционирование. – М., 2000. – С.274-275.
7. Юшкова Н.А. Концепт ревность в художественной прозе Ф. М. Достоевского: лингвокультурологический анализ : Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Н. А. Юшкова ; Науч. рук. Н. А. Купина; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. - Екатеринбург : Изд-во УрГУ, 2003. -20 с. – Режим доступа: <http://hdl.handle.net/10995/465>