



ЧУВАШСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
им. И. Я. ЯКОВЛЕВА

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЯЗЫКОЗНАНИЯ В КОНТЕКСТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧУВАШСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. И.Я. ЯКОВЛЕВА»

**АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
ЯЗЫКОЗНАНИЯ
В КОНТЕКСТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

**Чебоксары
2024**

УДК [81:316.734](082)

ББК 81.022я43

А 437

Актуальные вопросы языкознания в контексте межкультурного взаимодействия : сб. науч. ст. / Чуваш. гос. пед. ун-т ; отв. ред. Н. В. Кормилина, Н. Ю. Шугаева [Электронный ресурс]. – Чебоксары : Чуваш. гос. пед. ун-т, 2024. – 412 с.

ISBN 978-5-88297-765-7

*Печатается по решению ученого совета
Чувашского государственного педагогического университета
им. И.Я. Яковлева (протокол № 10 от 24.05.2024 г.).*

Рецензенты:

Яковлева Г. Г., доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры иностранных языков № 1 Чувашского государственного университета им. И.Н. Ульянова,

Хрисанова Е. Г., доктор педагогических наук, профессор, зав. кафедрой педагогики и психологии Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева.

Ответственные редакторы:

канд. филол. наук, доцент *Н. В. Кормилина*,

канд. филол. наук, доцент *Н. Ю. Шугаева*.

Сборник научных статей «Актуальные вопросы языкознания в контексте межкультурного взаимодействия» является одним из четырех сборников, изданных по материалам XXXVI Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы иноязычной филологии, перевода и лингводидактики в контексте межкультурного взаимодействия». В сборник вошли статьи преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов высших учебных заведений Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации.

Сборник охватывает широкий спектр современных проблем иноязычной филологии. Может быть рекомендован преподавателям иностранных языков, студентам старших курсов факультетов иностранных языков, всем, кто интересуется вопросами общего и сравнительно-сопоставительного языкознания, современной когнитологии, лексикологии и семасиологии.

© Чувашский государственный
педагогический университет
им. И.Я. Яковлева, 2024

ВОПРОСЫ ОБЩЕГО И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ

УДК 811.161.1'27

Азарченко Г. Ю.

ПОЛЕВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ЛЕКСИКИ, ВЫРАЖАЮЩЕЙ ОДОБРЕНИЕ И НЕОДОБРЕНИЕ: ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ И КОНСТИТУЕНТОВ

*Витебский государственный университет
имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь*

Аннотация. В статье охарактеризованы различные подходы к определению понятий «лексико-семантическое поле», «одобрение» и «неодобрение». Проанализированы структурные особенности, специфические признаки лексико-семантического поля, его ключевые отличия от лексико-семантической группы. Дается обоснование полевой организации лексики, выражающей одобрение и неодобрение, проанализированы особенности конститuentов данных лексико-семантических полей. В работе сделан вывод о семантических и структурно-морфологических особенностях предикатов, выражающих одобрение и неодобрение, словах-прагмемах в составе их дефиниций, свидетельствующих о наличии одобрительного и неодобрительного оценочных компонентов значения.

Ключевые слова: лексико-семантическое поле (ЛСП), лексико-семантическая группа (ЛСГ), лексико-семантический вариант (ЛСВ), одобрение, неодобрение, предикат, инвективная лексика.

Данное исследование выполнено в рамках лингвоаксиологии и посвящено вопросу полевой организации лексики, выражающей одобрение и неодобрение. Цель работы состоит в анализе структурных и лингвистических особенностей лексико-семантических полей «одобрение» и «неодобрение» в русском языке.

Материалом исследования являются русскоязычные словари: «Большой толковый словарь русского языка» под ред. С. А. Кузнецова, «Словарь русского языка» под ред. А. П. Евгеньевой, «Толковый словарь русского языка» под ред. Д. Н. Ушакова и др. В работе использованы дескриптивный метод и метод словарных дефиниций.

В первую очередь, для достижения цели данного исследования необходимо обратиться к определению понятий «одобрение» и «неодобрение» [1, с. 8]. Лингвисты анализируют данные термины с различных позиций. Так, А. Спонвиль приравнивает одобрение к обозначению объекта оценки

правильным, справедливым [13, с. 372], тем самым подчеркивая связь одобрения с нормой. Д. Хэар ставил одобрение, выполняющее функцию предписания, в один ряд с понятиями прескрипции, рекомендации [цит. по: 3, с. 91]. Нередко одобрение приравнивается к похвале (Н. А. Лукьянова, А. А. Романова, Е. С. Петелина и др.). Ряд исследователей (Н. Д. Арутюнова, Е. В. Ярошевич, Г. Е. Слепко, И. Г. Дьячкова и т. д.) полагает, что одобрение – признание хорошим, соответственно, его связывают с более широким понятием – положительной оценкой.

Неодобрение характеризуют в том же аспекте. Как указывает М. В. Миронова, неодобрение связывают с тем, что говорящий признает что-то плохим, относится к объекту оценки с осуждением, порицанием [7, с. 37]. Как видим, неодобрение в данной концепции сравнивается или даже приравнивается к смежным понятиям – порицанию, осуждению.

На лексическом уровне одобрение выражается положительно-оценочными, а неодобрение – отрицательно-оценочными лексемами. Поскольку данные лексемы структурно представляют собой лексико-семантические поля, необходимо подробнее остановиться на анализе данного понятия.

Э. Косериу подчеркивает (в отличие от О. С. Ахмановой и др.) лексический аспект полевых структур в языке, определяя лексико-семантическое поле (ЛСП) как лексическую парадигму, которая возникает в процессе сегментации лексико-семантического континуума на отрезки, соотносимые с лексическими единицами [14, с. 55–57].

ЛСП составляют конститuentы, представляющие собой различные части речи, при условии, что они принадлежат семантически соотносительным классам лексем [5, с. 133]. Ю. Д. Апресян уточняет, что ЛСП характеризуется множеством значений, имеющих общий семантический компонент, все их семантические и иные производные [2, с. 252–253].

Структурно ЛСП базируется на понятии внутренней связи его конститuentов. В его основе лежит так называемый семантический инвариант, объединяющий разнородные языковые средства в единую структуру и обуславливающий их взаимодействие.

ЛСП состоит из ядра и периферии. Полеобразующие признаки, в той или иной мере характерные для всех конститuentов данного поля, наибольшее выражение находят в лексемах, составляющих ядро. Периферийные элементы характеризуются неполным набором данных признаков и ослаблением их интенсивности. Центральным элементом ЛСП является доминанта, заключающая в себе главное значение, подчиняющее имеющиеся значения и господствующее над ними. Доминанта передает основное полевое значение однозначно, из-за чего используется чаще других конститuentов. Кроме доминанты в ядре присутствуют максимально приближенные к ней элементы, выражающие абстрактное значение, частотные, стилистически нейтральные, образующие ядро поля. Напротив, отдаленные от доми-

нанты периферийные элементы имеют стилистическую окраску (соответственно, могут принадлежать разговорной, разговорно-сниженной и пр. лексике), более конкретное, узкое значение, иногда полевое значение проявляется исключительно окказионально, т.е. в определенном контексте. ЛСП отличаются тем, что соотношение центральных и периферийных элементов значительно отличается в каждом конкретном случае и проведение четкой границы между данными областями нередко весьма проблематично [11, с. 21–22]. При этом, одни и те же лексемы могут составлять ядро и периферию разных ЛСП, построенных на различных основаниях, соответственно, разные ЛСП частично перекрывают друг на друга, образуя пограничные зоны или зоны постепенных переходов.

Как отмечалось ранее, предикаты, выражающие одобрение и неодобрение, системно объединены в лексико-семантические поля, а не в лексико-семантические группы. Обоснуем данный тезис.

ЛСП находится в иерархических отношениях с лексико-семантической группой (ЛСГ). ЛСП и ЛСГ отличаются по следующим параметрам:

1. ЛСП базируются на внеязыковых связях, ЛСГ – на внутриязыковых отношениях.

2. Ядерным компонентом, или доминантой, ЛСГ называют многозначное слово в ее составе, связанное с другими конституентами отношениями синонимии, при этом данные лексемы имеют в своем значении не одну, а несколько общих семем. Находящаяся вне ЛСП доминанта чаще является словосочетанием, а не словом.

3. Конституенты поля, частично перекрывая друг друга, характеризуют разные понятийные сегменты и находятся друг с другом, в большей степени, в отношениях коммутации. Напротив, элементы ЛСГ по отношению друг к другу относятся в субституции, по вертикали – коммутации [11, с. 33–34].

Как видим, в соответствии с данными признаками группировки лексем, выражающих одобрение и неодобрение, можно отнести к понятию «лексико-семантическое поле». С данным мнением соглашаются М. В. Петрушина, Н. И. Белогривцева, Г. Е. Слепко, Е. Р. Хутова, В. С. Махмудова и др.

Семантика конституента ЛСП рассматривается как множество его лексико-семантических вариантов (ЛСВ), что позволяет сделать вывод о его существовании в виде обобщенной модели. В рамках данной структуры ЛСВ противопоставлены друг другу и отличаются по валентностным характеристикам [11, с. 47]. ЛСВ различаются не только семантикой, но и стилистическими, экспрессивными особенностями [12, с. 41].

В данной работе ЛСВ изучаются с позиций выражения оценочности, структурно связанной с наличием постоянных самостоятельных оценочных сем в их составе (Н. А. Лукьянова). Так, к конституентам ЛСП «одобрение» относятся лексические единицы с общим значением «положительная

оценка», ЛСП «неодобрение» включает отрицательно-оценочные единицы.

ЛСП «одобрение» и «неодобрение» следуют традиционной структуре и состоят из центра и периферии. Доминанты данных полей характеризуются общим, базовым значением «*одобрять*», «*оценивать положительно*» / «*не одобрять*», «*оценивать отрицательно*». Периферийные элементы менее однозначно выражают характеризующий оценочный компонент, нередко одобрение или неодобрение они эксплицируют окказионально, в определенном контексте. На периферии находятся, к примеру, такие лексемы, выражающие одобрение, как *клад, легкий (о задании), лев (о человеке), модный, наблюдательный* и др. Периферийные элементы ЛСП «неодобрение» – *влипнуть, волокита, остряк, аляпистый* и т.д.

Одобрение и неодобрение могут эксплицироваться и ЛСВ слова, и лексемой в целом, что означает, что данные типы оценочного значения эксплицируются как прямым, так и переносным значением слова (*геракл, афродита, лань, ангел, дьявол, акула, амеба, шакал* и др.). Одобрительное/неодобрительное отношение может быть выражено лексико-морфологическими (словообразовательными), лексико-семантическими (метафорическими) и лексико-стилистическими средствами и их сочетаниями.

Так, одобрение и неодобрение могут выражаться знаками-прагмами (прилагательными (*обаятельный, искренний, аккуратный; глупый, мутный, наглый, грузный*), существительными (*храбрец, романтик; жулик, кляуза, лесть*), глаголами (*беречь, спасать, заботиться; истязать, обмануть, разорить*)) и знаками-коннотациями (прилагательными (*крутой, настоящий; пустой, босой, обиденный*), существительными (*герой, апполон; акробат, вошь, раб*), глаголами (*ухаживать, блистать; воспитывать, гулять, лицедрать, пичкать*)) и др. [9, с. 87–100].

Слова ЛСП «неодобрение» нельзя приравнивать к инвективной лексике. Инвективной лексемой называют отрицательно-оценочную лексическую единицу, которая может в речи приобретать инвективную функцию (к примеру, использоваться для оскорбления, унижения и др.) [10, с. 9]. В данной роли, в том числе, может выступать бранная, обценная и т. п. Как указывает Д. Н. Ушаков в «Толковом словаре русского языка», лексика, выражающая неодобрение, является лишь одной из категорий инвективной лексики, причем отличной от бранных слов. В концепции О. В. Саржиной неодобрительные слова являются одной из групп инвективной лексики с расширенным объемом ассертивной диктумной информации. По мнению автора, единственным объектом инвективных лексем является человек [10, с. 38]. При этом, в соответствии с результатами нашего исследования, к объектам предикатов, выражающих неодобрение, могут относиться также предметы (*безвкусица, заляпанный, конвейерный*), явления действительности (*помойка, грязница*) и общественной жизни (*разврат, болтология*), действия (*нянчиться*), места (*захолустье*) и т.д.

Формальными средствами выражения одобрения и неодобрения являются суффиксы и префиксы. Так, неодобрение выражают суффиксы (*щин-* (*военщина, дедовщина*); *л-* (*доставала, зубрила*); *ан-* (*интриган, критикан*); *нича-/ича-* (*зубоскальничать, наивничать*); *ун-* (*болтун*); *ак-* (*зевака*); *ищ-* (*ручища*); *-уг/-юг* (*зверюга*); *-аш(а)* (*папаша, мамаша*) и др.) и префиксы (*в-/вы-* (*вырядиться*); *-раз-рас-* (*разбазарить, разболтать*) и др.). Одобрение нередко эксплицируется при помощи суффиксов с уменьшительно-ласкательным значением и суффиксов субъективной оценки: *оньк-* (*еньк-*), *очк-* (*ечк-*), *ышк-*, *ушк-* (*юшк-*), *-ул(я)*, *-ек*: *мамочка, девчушка, сынуля, солнышко, цветочек* и др. [8, с. 106].

В составе словарной дефиниции лексем, выражающих одобрение и неодобрение, нередко присутствуют слова-прагмемы с соответствующим оценочным значением. Так, неодобрение эксплицируется следующими семантическими компонентами: *злой, жестокий, аморальный, бессовестный, бездушный, безответственный, безрассудный, высокомерный, гордый, грешный, грубый, жадный, корыстный, легкомысленный, лживый, лицемерный, нечестный, ничтожный, незаконный, оскорбительный, слабохарактерный, упрямый, хулиганский, чрезмерный* и т. д. В то же время, одобрение связано со словами *бескорыстный, верный, воспитанный, добрый, мужественный, невинный, нравственный, положительный, религиозный, справедливый, трудолюбивый, честный, чистый* и др. Перечисленные семантические компоненты могут служить параметрами для классификации лексических единиц, выражающих одобрение и неодобрение.

Таким образом, лексемы, выражающие одобрение и неодобрение, составляют соответствующие лексико-семантические поля, характеризуются классической структурой, включающей ядерные и периферийные элементы, имеют разнообразные способы экспликации на различных языковых уровнях, а также определяются рядом ключевых слов-прагмем в составе словарных дефиниций. Их необходимо отличать от смежных лингвистических категорий, а также характеризовать с позиций системности языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азарченко Г. Ю. Одобрение и неодобрение как оценочные понятия // Языковая личность и эффективная коммуникация в современном поликультурном мире : мат-лы VIII Междунар. науч.-практ. конф., Витебск, 20-21 октября 2022 г. – Витебск, 2022. – С. 8–13.
2. Апресян Ю. Д. Избранные труды, том I. Лексическая семантика: 2-е изд., испр. и доп. – М. : Школа «Языки русской культуры», Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 1995. – 472 с.
3. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. – М. : Наука, 1988. – 341 с.
4. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. 2-е изд., стер. – М. : Сов. энциклопедия, 1969. – 607 с.
5. Васильев Л. М. Современная лингвистическая семантика. – М. : Высш. шк., 1990. – 176 с.

6. Кузнецова А. И. Понятие семантической системы языка и методы ее исследования. – М. : Издательство МГУ, 1963. – 341 с.
7. Миронова М. В. Конструкции неодобрения и порицания в современном английском языке : дис. ... канд. филол. наук. – Ярославль, 2016. – 188 с.
8. Петрушина М. В. Модальность неодобрения: способы и средства реализации в русском языке: монография. – Москва : МГУП, 2010. – 245 с.
9. Петрушина М. В. Семантико-прагматические функции высказываний с модальным значением неодобрения // Филологические науки. – 2003. – № 3. – С. 58–67.
10. Саржина О. В. Русские инвективные имена лица: комплексный анализ : дис. ... канд. филол. наук. – Томск, 2005. – 209 с.
11. Слепо Г. Е. Лексико-семантическое поле «одобрение» : На материале русского и немецкого языков : дис. ... канд. филол. наук. – Тюмень, 2000. – 167 с.
12. Смирницкий А. И. К вопросу о слове (Проблема «тождества слова») // Труды Института языкознания АН СССР. – М., 1954. Т. IV. – С. 3–49.
13. Спонвиль А. Философский словарь. – М. : Палимпсест, «Этерна», 2012. – 752 с.
14. Coseriu, E. Probleme der strukturellen Semantik. – Tübingen: Tübinger Beiträge zur Linguistik, 1973. – 112 s.

УДК 81'42:811.111;811.112

Базалина Е. Н.

СТРУКТУРНЫЕ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ «ИНЖЕНЕРНАЯ БИОЛОГИЯ» (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ)

*Майкопский государственный технологический университет,
г. Майкоп, Российская Федерация*

Аннотация. Данная статья посвящена описанию структурных терминологических моделей профессиональной сферы «инженерная биология». Выборка терминов для исследования осуществлена на основе корпуса текстов словаря-справочника инженерно-биологических строительных методов и терминологического словаря из предметной области «инженерная биология». В работе изучены и представлены основные словообразовательные модели описываемой терминологии на русском, английском и немецком языках. Обоснована актуальность изучения составных терминов профессиональной сферы «инженерная биология». В исследуемой терминологии в составе двух-, трех- и многокомпонентных терминов встречаются модели различных сочетаний частей речи. Выявление взаимозависимостей внутри терминологического словосочетания способствует точному выбору подходящей формы для конкретного языка при переводе.

Ключевые слова: терминологические модели, инженерная биология, словообразование, термин, лексическая единица, терминологическая деривация.

Структурные терминологические модели профессиональной сферы «инженерная биология» представляют собой систему концептуальных и терминологических структур, используемых для анализа и описания экологических процессов, явлений и взаимосвязей в рамках научного обсуждения. Эти модели служат инструментом для структурирования и систематизации знаний в области экологии, а также для обеспечения точности и ясности коммуникации между учеными, специалистами и другими участниками экологического диалога.

Однако существующие терминологические модели не всегда однозначны и полны. В них часто присутствуют различные уровни абстракции и интерпретации, что может привести к неоднозначности и недопониманию при интерпретации экологических данных и результатов исследований. Кроме того, с развитием научных исследований в области экологии появляются новые понятия и термины, которые не всегда корректно интегрируются в существующие терминологические модели.

В терминологиях предметных областей большую роль играет изучение структурно-семантических особенностей терминов. Согласно определению Б. Н. Головина, «термин – это слово или подчинительное словосочетание, имеющее специальное значение, выражающее и формирующее профессиональное понятие и применяемое в процессе познания и освоения научных и профессионально-технических объектов и отношений между ними» [4, с. 5]. Поскольку термин может быть как словом, так и словосочетанием, то актуальной задачей является разработка и совершенствование терминологических моделей предметной области «инженерная биология» с целью улучшения их точности, ясности и адаптивности к изменяющимся условиям научного и практического диалога в области экологии и обеспечения эффективного обмена знаниями и идеями в области инженерной биологии и смежных с ней наук.

На широком практическом материале был проведен семантико-структурный анализ терминов в предметной области «инженерная биология» в составе экологического дискурса. Данный корпус терминологических словосочетаний с их описательными определениями был взят из справочника «Словарь-справочник инженерно-биологических строительных методов», изданный Европейским обществом инженерной биологии [5; 6; 10]. С 2005 по 2014 год мы входили в экспертную группу по составлению справочников, изданных в Швейцарии в 2007 году на 7 языках (английский, немецкий, французский, португальский, испанский, итальянский и русский) [5]. В новом издании, вышедшем в 2014 году, были включены дополнительно термины с толкованиями на корейском и китайском языках [6]. Это дало возможность привести терминологию в профессиональной сфере «инженерная биология» к общепринятым понятиям [10].

В данной статье приводятся примеры и анализируются терминологические словосочетания на материале русского, английского и немецкого

языков с точки зрения способов терминообразования. Материалом исследования послужили 300 двух-, трех-, и четырехкомпонентных терминов, отобранных методом сплошной выборки из описанного словаря-справочника и терминологического словаря [5; 6; 10]. Собранный корпус отражает экологические проблемы релевантные именно этой отрасли, что определило новизну исследования.

Сразу отметим, что по своей структуре английский и немецкий языки отличаются словообразовательными процессами тем, что немецкие термины более компактны с одной стороны, с другой стороны многокомпонентность слов входит в состав одного термина. Например, термин «инженерная биология» двухкомпонентный в структуре русского языка, в английском языке передается профессиональным термином “*soil bioengineering*” (почвенная инженерная биология), т.е. на русском языке употреблена уже трехкомпонентная модель термина, а на немецком языке “*Ingenieurbiologie*” (инженерная биология) однокомпонентная структурная модель, но учитывая строение немецких слов, можно смело считать данный термин двухкомпонентным [1].

В контексте предметного поля «инженерная биология» классификация по частям речи может быть особенно полезной для анализа и интерпретации специфической терминологии, связанной с различными аспектами экологических процессов, явлений и взаимосвязей. Например, выделение существительных, прилагательных и глаголов в терминологических структурах позволяет идентифицировать ключевые понятия, характеристики и действия, описываемые в экологических исследованиях.

Изучение системно-структурных характеристик терминов, деривационных моделей отраслевых терминосистем является «важным для установления способов номинации явлений окружающей действительности. Отметим, что в немецком языке наиболее продуктивным способом терминодеривации в предметной области «инженерная биология» является словосложение, суффиксация и префиксация, которая основывается на словообразовательных моделях общелитературного немецкого языка, представляющего научно-популярную и профессиональную картину мира. Учитывая особенности грамматического строя английского языка, частое использование конверсии, можно также выделить наиболее продуктивные модели терминов-словосочетаний, в состав которых входят различные части речи [11]. Как в немецком языке, так и английском языке в результате сложения двух, трех и нескольких простых основ получены сложные термины.

Терминодеривация основана на словообразовательной системе естественного языка, на существующих моделях деривационного процесса английского и немецкого языков. Терминологическая деривация позволяет «искусственно внедрять в отраслевые терминологии специализированные по значению словообразующие морфемы, которые позволяют связать определенную классификационную систему понятий с определенной системой

языковых средств выражения этих понятий [2].

Классификация по частям речи достаточно часто применяется для выявления деривативных моделей в терминологиях различных областей. Терминологические словосочетания предметного поля «инженерная биология» в экологическом дискурсе можно представить в виде двухкомпонентных, трехкомпонентных и многокомпонентных моделей.

Учитывая особенности грамматического строя английского и немецкого языков, мы выделили наиболее продуктивные модели терминов-словосочетаний, в состав которых входят различные части речи. Самой частотной моделью в нашем исследовании стала двухкомпонентная терминологическая модель. Далее идут терминологические словосочетания, образованные сочетанием трех-, четырех- и более компонентов.

Синтаксический способ терминодеривации профессионального поля «инженерная биология» представляет собой создание терминологических словосочетаний двух и более слов в русском, английском и немецком языках по следующим моделям:

1) Самыми частотными оказались термины, образованные по модели: «прилагательное + существительное (A+N)». В английском языке в основном используются прилагательные, обозначающие свойства предмета, напр. *dry* (сухой), *wooden* (деревянный), *rhombic* (ромбовидный), *rubble* (дренажный, просачивающийся) и т. д., в немецком языке также в качестве первой части составного слова используется либо прилагательные: *fertig* (готовый) *bewehrte* (утяжеленный, армированный), *sicker* (пропускающий, дренажный), либо существительное, но обозначающее качество предмета, напр. *Holz* (дерево, древесина) *Belebung* (оживление) *Auffang* (ловля). Нами выявлено, что подобная модель как в английском, так и в немецком языках является наиболее продуктивным словосочетанием, обозначающая предметное понятие, поскольку связывает предмет и его качественный признак. С когнитивной точки зрения главная роль в такой терминологической модели принадлежит прилагательному, поскольку именно оно определяет существительное и влияет на него [9]. Мы полагаем, что частотность этой группы обусловлена чистым научным прагматизмом – это удобный способ классификации и систематизации терминов.

Русский язык	Английский язык	Немецкий язык
деревянные пороги	Wooden sill	Holzsperr
армированная почва	Reinforced earth	Bewehrte Erde
готовый газон	Ready-made sward	Fertigrasen
дренажные канавы	Rubble drain	Sickergraben
защитная дамба	Catch dam	Auffangdamm
каменная преграда	Structuring boulder	Belebungsstein
сухой посев	Dry sowing	Fertigsaat
ромбовидное плетение	Rhombic wattling	Rautengeflecht
временные пастбища	Temporary grazing	Temporär Beweiden

2) Следующими терминами по частоте употребления, является модель «существительное+ существительное (N+N)», где главный компонент имя существительное выделяется в конце терминологического сочетания. Данная структура состоит из двух существительных, имеющих фиксированное положение, где первое существительное выполняет роль препозитивного определения. Второй элемент в структуре является ядерным – он указывает на родовой признак понятия, а первый, как правило, передает видовые признаки понятия [9]. При анализе данной модели на английском и немецком языках, её синтаксическая структура остается схожей. В то время как в русском языке двухкомпонентные словосочетания часто формируются с помощью предлога, отражающего использование двух существительных в различных падежах, в английском и немецком языках это реализуется иначе, например, *растил соцветий* – *Planting of infructescences* (англ.яз) – *Auslegen von Fruchtständen* (нем.яз.) (родительный падеж, передаваемый предлогом *of* (англ. яз) и *von* (нем яз)).

Русский язык	Английский язык	Немецкий язык
<i>валик из растительности</i>	<i>Vegetation roll</i>	<i>Vegetationswalze</i>
<i>посадка в борозды</i>	<i>Berm planting</i>	<i>Bermenpflanzung</i>
<i>внесение микоризы</i>	<i>Mycorrhiza inoculation</i>	<i>Mykorrhiza Impfen</i>
<i>буны из габиона</i>	<i>Gabion groyne</i>	<i>Steinkastenbuhne</i>
<i>газон в пластах</i>	<i>Sod slab</i>	<i>Rasenziegel</i>
<i>горка из камней</i>	<i>Stone heaps</i>	<i>Steinlesehaufen</i>
<i>сруб дерева</i>	<i>Tree spur</i>	<i>Raubaum</i>
<i>растил соцветий</i>	<i>Planting of infructescences</i>	<i>Auslegen von Fruchtständen</i>
<i>защита склона</i>	<i>Bank protection</i>	<i>Böschungsschutz</i>
<i>решетка для откосов</i>	<i>Slope grid</i>	<i>Hangrost</i>
<i>снегозадерживающий барьер</i>	<i>Snow barrier</i>	<i>Schneebock</i>

3) Модель «прилагательное + существительное + существительное» (Adj.+N+N) оказалась доминирующей среди трехкомпонентных терминов профессиональной сферы «инженерная биология». Здесь установлен также обширный корпус словосочетаний терминологического поля «экология» и «инженерная биология». Отличительной чертой немецкого языка является сжатость терминов (*сущ. + сущ.*), также как описывалось в первом пункте используется 2 компонента в одном слове, но тем не менее употребленные определения перед двухсоставным словом можно отнести эти словосочетания к трехкомпонентным терминологическим моделям. В таблице ниже приведены несколько словосочетаний, например, *Hochlagenaufforstung* (интенсивное облесение в высокогорных районах; *Buschbautraverse* (шлозадерживающее сооружение из живых растений), которые представляют собой составные термины в одном слове на немецком языке, а они, в свою очередь, при сравнительном сопоставлении соответствуют распространенному многокомпонентному словосочетанию на рус-

ском языке. Необходимо отметить, что при составлении словаря справочника стояла задача привести термины к общему восприятию специалистами в профессиональной сфере «инженерная биология», поэтому в русском языке использовались многокомпонентные терминологические модели, в то время как в английском и немецком языке двух – или трехкомпонентные модели.

<i>Русский язык</i>	<i>Английский язык</i>	<i>Немецкий язык</i>
<i>геотекстильное сооружение с кустарником</i>	<i>Vegetated geotextile structure</i>	<i>Begrünter Geotextilkörper</i>
<i>илозадерживающее сооружение из живых растений</i>	<i>Living siltation construction</i>	<i>Buschbautraverse</i>
<i>дренаж из живых черенков</i>	<i>Living pole drain</i>	<i>Lebender Stangendrän</i>
<i>интенсивное облесение в высокогорных районах;</i>	<i>High altitude afforestation</i>	<i>Hochlagenaufforstung</i>
<i>береговая стена из свай</i>	<i>Biological pest control</i>	<i>Biologische Schädlingsbekämpfung</i>
<i>Механизированное мульчирование посевов.</i>	<i>Mechanical mulch seeding</i>	<i>maschinelle Mulchsaat</i>

4) Модель «прилагательное + прилагательное + существительное» (Adj.+Adj.+N) является не менее частотной по употреблению, которая усилена двумя атрибутивными связями, усиливающее значение главного компонента предмета, находящегося в конце терминологического сочетания. Благодаря синергетическому сочетанию значений отдельных компонентов в составе одного слова, сложные прилагательные способны эффективно отражать характеристики объекта без необходимости включения дополнительных элементов в терминологическую комбинацию. Данная модель более близка по своей структуре в английском и немецком языках.

<i>Русский язык</i>	<i>Английский язык</i>	<i>Немецкий язык</i>
<i>диагональная плетеная изгородь</i>	<i>Diagonal wattle fence</i>	<i>Diagonalflechtzaun</i>
<i>озелененное геотекстильное сооружение;</i>	<i>Vegetated geotextile structure</i>	<i>begrünte Geotextilpackung</i>
<i>Озелененная каменная стена</i>	<i>Vegetated rocking wall</i>	<i>begrünte Trockenmauer</i>
<i>Озелененная канава с шероховатым дном;</i>	<i>Vegetated rough bed channel</i>	<i>begrünte Rauhbetttrinne</i>
<i>Озелененная армированная почва</i>	<i>Vegetated reinforced soil</i>	<i>bepflanzte bewehrte Erde</i>
<i>«живая» шумозащитная стена.</i>	<i>Living noise-protected wall</i>	<i>lebender Lärmschutzwall</i>

5) Следующей моделью, представленную в рамках описания трехкомпонентных терминов, выступила модель – «наречие + прилагательное + существительное» (Adv+Adj.+N). Данная терминологическая модель также однородна по своей структуре в английском и немецком языках. Наречия,

прилагательные или причастия здесь выступают в качестве уточняющего зависимого слова. Решение проблемы, связанной с различными компонентами сложного термина, а также его точная интерпретация, достигаются путем обращения к контексту в пределах определенной научной области, в данном случае к профессиональному полю «инженерная биология».

<i>Русский язык</i>	<i>Английский язык</i>	<i>Немецкий язык</i>
<i>пространственно изогнутое наземное сооружение;</i>	<i>Spatially curved ground ramp</i>	<i>Räumlich gekrümmte Sohlrampe</i>
<i>Искусственно озелененная скала</i>	<i>Structurelly vegetated rock</i>	<i>Strukturierter begrünter Fels</i>
<i>посев семян древесных растений вручную;</i>	<i>Manually seeding of woody plants</i>	<i>manuell Gehölzsaat</i>
<i>частично сухой посев семенами</i>	<i>Partially dry sowing</i>	<i>teilweise Trockensaar</i>

б) Модель «существительное + предлог + прилагательное + существительное» (N+prep.+A+N), представленная как наиболее распространенная в качестве более доступной формы объяснения. Такую модель можно считать более профессионально направленной, в виду того, что каждый термин состоит из определения с предлогом, делающее акцент на понятийности и специфичности термина. Эта терминологическая модель чаще используется в английском и немецком языках из-за необходимости передачи русских падежей в словосочетаниях при помощи предлогов. Таким образом, эта категория именных связей, используемых для обозначения концепций объектов, синтаксически представлена сочетанием существительного с определительным компонентом в родительном падеже и представляет собой ключевой инструмент в процессе спецификации обозначаемого объекта.

<i>Русский язык</i>	<i>Английский язык</i>	<i>Немецкий язык</i>
<i>конструкция из живых растений и гребней</i>	<i>Construction of living brushes and combs</i>	<i>Bauwerk mit lebender Bürsten und Kämmen</i>
<i>гидропосев из семян древесных растений;</i>	<i>Hydroseeding of woody plants</i>	<i>Gehölz mit Hydrosaat</i>
<i>сооружение из живых ветвей и частей растений;</i>	<i>Structure with brush layer</i>	<i>Buschbauleitwerk aus lebendige Zweige</i>
<i>облесение в маленьких группах;</i>	<i>Reforestation in small groups</i>	<i>Aufforstung in kleinen Gruppen</i>
<i>Укрепление озелененных участков при помощи проволочных сетей;</i>	<i>Vegetation with wire mesh</i>	<i>Begrünung mit Drahtnetzpolstern</i>
<i>Опорная кладка (стена) из дикого камня.</i>	<i>Wall of crude stone</i>	<i>Trockenmauer aus Bruchsteinen</i>

Проведенный анализ позволил выявить синтаксические и морфологические закономерности терминов профессиональной сферы «инженерная биология». Наиболее частотными морфологическими моделями являются *прилагательное + существительное* и *существительное + существительное*. При анализе определенных терминов мы столкнулись с некоторыми

трудностями, выявляя морфологические модели. Они представляет собой комплексный процесс анализа структурных и функциональных характеристик морфем, которые образуют основу словоформ в языке. Этот аналитический подход направлен на исследование морфологической организации лексических и грамматических единиц с целью выявления закономерностей, шаблонов и принципов их образования и использования в речи.

Классификация по частям речи является одним из ключевых инструментов в лингвистическом анализе и используется для систематизации и категоризации лексических единиц в текстах и терминологических словарях. Этот подход позволяет выявлять деривативные модели и логические связи между терминами в различных областях науки и техники, в частности в предметной области «инженерная биология». В дальнейших исследованиях будут представлены многокомпонентные модели, в состав которых входят глаголы, наречия, предлоги и союзы. Кроме того, анализ частей речи может помочь в выявлении морфологических и синтаксических закономерностей в терминологических моделях, что способствует более глубокому пониманию структуры и функционирования экологического языка. Это, в свою очередь, может облегчить процесс коммуникации и обмена знаниями между специалистами в области экологии и другими участниками экологического диалога. Приведенный анализ является лишь частью комплексной работы, посвященной структурной составляющей терминов предметной области «инженерная биология».

Таким образом, классификация по частям речи представляет собой эффективный методологический подход для анализа и систематизации терминологических моделей в предметном поле «инженерная биология», который может быть использован для выявления деривативных связей, определения структурных особенностей и улучшения качества научной коммуникации в данной области.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Базалина Е. Н.* К проблеме лингвистических классификаций специальных терминов в области инженерной биологии // *Язык и культура* (Новосибирск). – 2014. – № 11. – С. 92–96.
2. *Борисова Т. Г.* Когнитивные механизмы процессов терминодеривации // *Вопросы когнитивной лингвистики*. – 2008. – № 3. – С. 100–105.
3. *Васильева С. Л.* Структурные особенности англоязычных многокомпонентных терминов строительной сферы // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. – 2016. – № 7-3(61). – С. 74–77.
4. *Головин Б. Н., Кобрин Р. Ю.* Лингвистические основы учения о терминах. – М.: Высш. шк., 1987. – 105 с.
5. *Инженерная биология. Справочник сооружений*: Englisch (eng), Russisch (rus), Portugiesisch (por), Chinesisch (chi), Koreanisch (kor) / European Federation for Soil Bioengineering EFIB. – Zürich : Hochschulverlag AG an der ETH Zürich, 2014. – 440 с.
6. *Инженерная биология: Handbuch Bautypen* / Europäische Föderation für Ingenieurbiologie. – Zürich, 2007. – 449 с.

7. *Латышевская Е. А.* Становление и развитие терминов системы экология в английском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Омск, 2012. – 18 с.

8. *Польщикова О. Н.* Синтаксический способ образования терминов компьютерной лингвистики // Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология. – 2023. – Т. 33, № 4. – С. 805–810.

9. *Стадульская Н. А.* Основные структурные модели экологических терминов в нефтегазовом дискурсе // Евразийский Союз Ученых. Серия: филология, искусствоведение и культурология. – 2023. – № 4(104). – С. 7–9.

10. *Сухоруких Ю. И., Базалина Е. Н.* Терминологический словарь по инженерной биологии: (русский, английский, немецкий, французский, итальянский, португальский и испанский языки). – СПб. : Изд-во «Лань», 2018. – 444 с.

11. *Хачмафова З. Р., Схалыхо Е. Н.* Структурные особенности терминов сферы «дизайн интерьера» (на материале английского языка) // Современный ученый. – 2021. – № 6. – С. 20–23.

УДК 811.111-26

Волкова С. В.

РОЛЬ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

*Ростовский юридический институт Министерства внутренних дел
Российской Федерации, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация*

Аннотация. Английский язык в сфере информационных технологий является неотъемлемой частью по различным причинам. Специалисты в информационной сфере являются достаточно востребованными. Требования, предъявляемые к ним, постоянно растут и видоизменяются. Грамотный специалист обязан им обладать для четкого выполнения поставленной задачи. Постоянные изменения в информационных системах влекут за собой саморазвитие и изучение языка. Специалист должен уметь разбираться в текстах, документах, таблицах и языковых системах.

Ключевые слова: информационные технологии, английский язык, язык программирования, программист, информация, символы.

В настоящее время информационная сфера является наиболее распространенной, поскольку она взаимодействует со всеми остальными сферами жизни общества и становится их неотъемлемой частью. Соответственно, на протяжении всего периода существования информационных технологий происходит постоянное развитие, усовершенствование всей системы. Из этого следует, что специалисты данной области очень востребованы, но и к ним есть особые требования, поскольку они должны всегда заниматься саморазвитием, изучением новшеств.

Английский язык является официальным во многих странах и признается международным языком общения, в том числе он очень распространен

в сфере информационных технологий и является своего рода базовым языком. Его используют при составлении программного обеспечения, многие функции пишутся на английском языке. Его применение находят и такие области, как инженерия, машиностроение, экономика, медицина, торговля и многие другие.

Сегодня знание английского языка считается важным требованием при приеме на работу. Считается, что у человека, который владеет английским языком, конечно, больше шансов получить высокооплачиваемую должность и иметь возможность быстрого карьерного роста в любой IT-компании. К тому же существует еще мнение, что знания языка могут повлечь небольшое увеличение к заработной плате – это является стимулом для изучения языка специалистами разных сфер.

Специалисты информационного обеспечения должны обладать знаниями английского языка, поскольку при работе с информационными технологиями они систематически будут с ним сталкиваться. Не знание языка затрудняет и замедляет всю работу программиста. К тому же знание английского языка позволяют сотрудникам легче передавать свои идеи коллегам, начальству. Изучение и совершенствование языка расширяет словарный запас, сотрудник приобретает навыки применения английского языка в работе [1].

Большинство источников и пособий об информационных технологиях, необходимых для повышения уровня знаний специалиста, написаны на английском языке. Безусловно, существуют переведенные варианты источников, однако далеко не все пособия переведены, а ожидание выпуска русской версии заставляет потерять достаточное количество времени. Если специалисты не будут обладать знаниями английского языка, то со временем их знания устареют и востребованность отдельного работника будет снижаться, поскольку он не будет успевать изучать изменения в информационном обеспечении.

Английский язык является неким стандартом компьютерной области. Как говорилось выше, он выступает базой для языка программирования. Язык программирования состоит из отдельных знаков, символов и слов, которые должен знать программист. В истории появления программного обеспечения сказано, что еще первые языки программирования были основаны на английском языке, из-за чего в последующем этот язык стал основным в информационной сфере [7].

Существует мнение, что достаточно в задачи программиста знать символы, структуру, а также алгоритм действий для составления программы. Однако в случае непонимания языка могут возникать трудности и проблемы при составлении, ведь ему нужно понимать не только алгоритм его действий, но понимать суть составленной им системы.

В противовес этому мнению существует другое, суть которого заключается в том, что программисты используют не просто алгоритмы и формулы,

они применяют различные приемы, которые предполагают обладание разработчика знаниями английского языка.

Знание английского языка позволяет специалисту пользоваться всеми возможными инструментами программирования, а не обходиться лишь примитивными функциями и пользоваться устаревшими к тому времени инструкциями.

Составление любой команды не может обойтись без использования символов, которые являются частью английского языка. Их знание облегчает работу при составлении программы. Применение алгоритмов, составление функций также нуждается в высоком уровне обладания знаниями языка [2].

В большинство программ изначально включен английский интерфейс, который затем может быть переключен на другой язык, как изготавливают сейчас множество компаний. Даже если пользователь имеет возможность переключить язык, данный продукт на базовом уровне может быть запрограммирован на английском языке, а изменяя его изменяется и составляющая часть продукта.

Также нельзя опустить тот факт, что при разработке технологического обеспечения нужен творческий подход программиста, его находчивость и нестандартность. Для поиска информации, требуемой для составления творчески направленной программы, специалист вынужден обращаться к интернет-ресурсам. Но стоит отметить, что далеко не каждый источник опубликован на русском языке, а для его изучения необходим английский.

К еще одному аргументу высокой значимости английского языка выступает то, что программисту необходимо постоянно заниматься саморазвитием, совершенствовать свои навыки, поскольку в программном обеспечении постоянно происходят определенного рода изменения в функциях, устройстве и т. д. Данная деятельность вынуждает специалиста посещать различного рода мероприятия, семинары, вебинары, мастер-классы, которые зачастую проходят известнейшие мастера в сфере информационных технологий на английском языке [5].

Множество интересных и полезных для программиста сайтов написано на английском языке. Лишь обладая знаниями языка, специалист будет понимать содержание, обсуждения информации, сможет изучить профильную литературу. Технический специалист, считающий, что язык не является обязательным и важным элементом его профессии, упускает возможность повышать свою квалификацию и стать профессиональным специалистом своей области.

Кроме того, работа в сфере информационных технологий также предполагает общение с заказчиками из зарубежных стран для обмена информацией, знаниями либо для сотрудничества в торговой сфере, что влечет за собой необходимость знания английского языка. Прохождение стажировок

заграницей, проведение переговоров с иностранными коллегами тоже предполагает знание иностранного языка [3].

СМИ часто публикует достижения информационной сферы со всего мира. Чтобы быть в курсе всех событий, высококлассный специалист должен знать о новшествах и постоянно развивать и совершенствовать уже имеющиеся знания.

Для того чтобы свободно обмениваться информацией на другом языке, нужно постоянно пополнять свой словарный запас. Терминология, жаргон, сленг, выражения постоянно используются техническими специалистами при составлении документации, создания проектов. Повысить словарный запас позволяет чтение непосредственно литературы, относящейся к профессии, а также информационных лент, журналов и т. д. Чтение является наиболее эффективным способом освоения языка, а перевод можно осуществлять как одновременно с моментом чтения, так и после него, в зависимости от индивидуальных предпочтений специалиста.

Если начинающий программист еще не разбирается в английском языке, то ему просто необходимо начинать изучать терминологию и базовые правила языка. Обладая большим словарным запасом, а также практикуя правила лексики и грамматики, у технического специалиста есть высокие шансы стать хорошим и высокооплачиваемым специалистом. Знание английского языка – база для успешной карьеры программиста.

Другой важной частью знания техническим специалистом знаний языка – умение четко и ясно выражать свои мысли. Поскольку недостаточно знать отдельные термины и выражения, нужно знать как простым языком объяснить их. Сотрудники информационной сфере часто взаимодействуют с людьми из других сфер, поэтому просто необходимо обладать грамматикой английского языка.

Для изучения грамматики важно изучать учебники, электронные ресурсы, справочники и другие источники. Одновременно стоит выполнять специальные упражнения, которые способствуют улучшению знаний не только в грамматике, но и в лексике, а также стараться самостоятельно применять английские выражения при тренировке речи, тогда быстрее будет заметен результат обучения.

Подводя итог, необходимо еще раз отметить, что обладать знаниями английского языка – составляющая компетенции программиста. Информационные технологии, их создание – все предполагает постоянное развитие, совершенствование, которое не может обойтись без применения английской лексики и грамматики. Изучение языка позволяет сотрудникам и будущим программистам разбираться в сути программ, уметь применять его для составления определенных команд при создании технического устройства.

Английский язык – одно из важных требований высокооплачиваемого и грамотного специалиста в сфере информационных технологий. Постоян-

ное развитие техники, программного обеспечения влекут за собой необходимость компаний искать действительно достойных сотрудников, которые будут способны расширять свои знания и продвигать компанию.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Английский для программиста (технический английский)* [Электронный ресурс]. – URL : <http://www.cyberforum.ru/education/thread47775.html>.
2. *Аннаева А. Д.* Роль английского языка в обучении программированию компьютерных систем // Вестник науки. – 2022. – № 11 (56) [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-angliyskogo-yazyka-v-obuchenii-programmirovaniyu-kompyuternyh-sistem>.
3. *Баканова М. В.* О необходимости изучения английского языка студентами – будущими программистами // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. – 2011. – № 24. – С. 540–543.
4. *Климов Е. А.* Психология профессионального самоопределения. – М. : Академия, 2004. – С. 160–168.
5. *Микитченко С. П., Разинкин В. Б.* Английский язык в деятельности программиста // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения. – 2016. – №49-2 [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/angliyskiy-yazyk-v-deyatelnosti-programmista>.
6. *Петров Г.* О роли английского языка в разработке [Электронный ресурс]. – URL : <https://apptractor.ru/develop/grigoriy-petrov-o-rol-angliyskogo-yazyka-v-razrabotke.html>.
7. *Цейтин Г. С.* Черты естественных языков в языках программирования // машинный перевод и прикладная лингвистика. – М., 1974. – Вып. 17.
8. *Шакирова З. Х.* О необходимости английского языка программисту // Современные научные исследования и инновации. – 2014. – № 11. – Ч. 3 [Электронный ресурс]. – URL : <https://web.snauka.ru/issues/2014/11/39808>.

УДК 811.133.1'276.5:004.738.5

Галкин М. С., Гордеева Н. Г.

ОСОБЕННОСТИ ПИСЬМЕННОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ НА ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. В данной статье рассмотрены особенности письменной интернет-коммуникации на французском языке. В работе приводятся определения понятия «сленг», описываются причины его распространения во французской интернет-коммуникации, раскрывается сущность понятия и его разновидности во французском языке. В статье дается определение понятия «Верлан», способы его образования и употребления, рассмотрены особенности «Верлана» и аббревиатур во французском языке, представлены примеры данных разновидностей.

Ключевые слова: Интернет-коммуникация, общение, социальная

сеть, слэнг, аббревиатура.

В современном мире развитие технологий идет быстрым ходом и становится неотъемлемой частью в жизни людей. Технологии изменяют нашу повседневную жизнь, в том числе и способы коммуникации с другими людьми. Появление, а позже и распространение социальных сетей, электронной почты и мессенджеров делают письменную интернет-коммуникацию необходимо важной частью повседневного общения людей.

Общение в социальных сетях, обмен сообщениями в мессенджерах – все это создает новые возможности для общения между людьми, независимо от расстояний и временных зон. В процессе развития письменной интернет-коммуникации сформировались определенные правила, стили и особенности общения в сети. Они требуют внимание и умение правильно выражать мысли и эмоции в электронно-письменной форме. Для общения с людьми в Интернете также необходимо учитывать особенности определенного языка и его языковую культуру.

Проблемой изучением письменной интернет-коммуникации занималось огромное количество лингвистов, несмотря на то, что многие направления этой области уже изучены, тем не менее, письменная интернет-коммуникация является предметом изучения и наблюдения и по сей день.

В письменной интернет-коммуникации на французском языке, как и во многих других языках мира, молодежное общение или по-простому «сленг» пользуется огромной популярностью. «Сленг» во французском языке имеет особый стиль общения в Интернете. «Сленг» предоставляет огромное количество способов самовыражения и обогащает «Интернет-язык» новыми выражениями, которые создаются онлайн-пользователями.

Сленг – это также неформальный способ выражения. Этот тип разговорного языка содержит в себе несколько языковых уровней (или несколько сленгов) и, прежде всего, направлен на игривость и идентичность для общения в сети в различных социальных группах.

«Сленг» на французском языке характерен для молодого поколения. При образовании «сленга» французская молодежь заменяет слова, придумывая новые выражения, фразы или термины. Часто слова заменяют разные синонимы или даже полностью отличающиеся по смыслу слова, что делает их разговоры занимательными и интересными:

- Le bahut (l'école – школа);
- La caisse, la bagnole (la voiture – машина);
- La clope (la cigarette – сигарета);
- Le taf (le travail – работа);
- La thune (l'argent – деньги).

Данный вид коммуникации имеет особое влияние в создании особого стиля общения в сети и отражает культурные и социальные особенности французов. В отличие от официального языка, «сленг» представляет собой

неформальные обороты, использование которых относится к определенной группе или субкультуре. В большинстве случаев, его рассматривают как способ выражения экспрессивных слов и оборотов [4].

Чаще всего «сленг» во французском языке отличается краткостью и оригинальностью выражений, частым использованием аббревиатур и аргю, а также вовлечением англицизмов и неологизмов.

В своей статье под названием «Молодежный сленг и его влияние на состояние современного французского языка» Веденская Т. Е. и Голубева Н. А. утверждают, что молодежный «сленг» проявляется как способ протеста против стандартного языка, стремления выделиться и самовыразиться, отличаясь от общей массы и выражая эмоции, и переживания, которые характерны для данной возрастной группы [1].

Во французской письменной интернет-коммуникации популярен вид «сленга» под названием «Верлан». Данный способ коммуникации появился много столетий назад и использовался для кодировки различных сообщений и посланий во времена различных войн и сражений, в которых Франция принимала участие. Термин «Верлан» (фр. verlan) образован от французского наречия «à l'envers» («наоборот»). Слово «Verlan» само по себе является результатом инверсии слова «L'envers» (перевернутое слово на французском), в котором поменяли местами первый и последний слог.

В данной разновидности «слэнга» французы меняют слово таким образом, что первый слог переходит в последний, а последний слог переходит в первый соответственно.

В своей статье «Верлан как форма употребления французского языка» Комаричева К. В. отмечает, что «Верлан» изменяет и переворачивает звуки слов, но при этом не сохраняется их исходное значение. «Верлан» создается на основе слов литературного языка, но не имеет строгих грамматических правил и рамок [2].

Примеры самых распространенных «верланских» слов, используемых в общении в Интернете:

- Cimer (Merci – спасибо);
- Tromé (Métro – метро);
- Vénère (Énervé – раздраженный);
- Ouf (Fou – сумасшедший);
- Méfu (Fumer – курить);
- Féca (Café – кафе);
- Renoï (Noir – черный);
- Béton (Tomber – падать).

Стоит отметить, что после образования слов в «Верлан», в корне слова может появиться «accent grave». Это изменение можно увидеть во многих французских словах, а в частности в прилагательном «énervé» (vénère).

Чаще всего «Верлан» можно встретить в различных французских бло-

гах, в переписках мессенджера, в социальных сетях или в электронных письмах. Во Франции такое языковое явление становится неотделимой частью процесса формирования письменной интернет-коммуникации.

Исследуя особенности французской письменной интернет-коммуникации, можно заметить, что огромное количество пользователей Интернета или мессенджеров используют сокращения в диалогах.

Аббревиатуры ускоряют и способствуют облегчению процесса общения во всемирной паутине. Использование аббревиатур позволяет свести количество символов в сообщениях к минимуму, что удобно для быстрой и краткой передачи информации. Многие аббревиатуры стали широко применяемыми и понятными для большинства пользователей сети, что способствует унификации и идентификации в онлайн-среде.

В своей статье под названием «Произносительные особенности аббревиатур во французском языке» Т. М. Норец указывает на вызывающие изменения, которые происходят в словарном составе, и события в жизни языкового сообщества, которые способствуют популяризации аббревиатур в письменной интернет-коммуникации [3].

При образовании аббревиатур пользователи Интернета показывают невероятное воображение и креативность, прилагают всевозможные творческие усилия, которые приводят к необыкновенным результатам. К примеру, в некоторых аббревиатурах французы используют буквы алфавита для замены целых слов или части слова:

- SVP – S'il vous plaît (Пожалуйста);
- pp – Pas possible (Невозможно);
- Tkt – T'inquiète pas (Не волнуйся);
- Всп – beaucoup (много, очень);
- Вjr – bonjour (привет).

Такой способ сокращения можно увидеть и в русском языке:

- Пн – понедельник;
- Сб – суббота;
- Пж – пожалуйста;
- Ул – улица.

Для общения в чатах и мессенджерах свойственно также буквенно-цифровые сокращения, где цифра может означать целое слово либо часть слова. Эта тенденция характерна не только для французского языка, но и для многих языков, в том числе и для русского языка. Например, в русском языке слово «семья» в некоторых случаях может употребляться как «7я».

Цифра 1 во французском языке может заменять неопределенный артикль мужского рода «un», предлог «en» и носовой звук [œ]. Цифра 2 используется для замены предлога «de» или слога, который созвучен с цифрой. Остальные цифры, которые созвучны с разными слогами также могут применяться при образовании аббревиатур:

- 2m1 – demain (завтра);

- Spa – sympa (симпатичный);
- bgarett – cigarette (сигарета);
- 1posibl – impossible (невозможно);
- mat1 – matin (утро);
- 2 rien – de rien (не стоит благодарности).

Стоит отметить, что существуют аббревиатуры, образованные на основе фонетической транскрипции буквы алфавита, что не характерно для русского языка:

- CD – ceder (уступать);
- HT – acheter (покупать);
- G – j'ai;
- ID – idée (идея);
- IR – hier (вчера);
- JS – je sais (я знаю).

В процессе общения в сети на французском языке, можно употребить слово, используя всего лишь одну букву:

- L – elle (она);
- C – c'est (это);
- G – j'ai;
- T – t'es;
- É – est или et.

Такой способ использования аббревиатур имеет особое распространение практически во всех языках мира, в том числе и в русском языке:

- М – метр;
- Ч – час;
- Л – литр;
- Р – рубль.

Во французских аббревиатурах часто можно увидеть различные знаки препинания и математические символы. Использование различных знаков и символов помогает понять интонацию собеседника и улучшить понимание смысла сообщения, делая текст более ясным. В русском языке, точь-в-точь, как и во французском, популярна такая тенденция. К примеру, союз «и» часто заменяется символом «&»:

- A+ (или ++) – à plus tard (увидимся позже);
- Ski ? – on se connaît ? (мы знакомы?);
- @ LP – à la prochaine (до скорого).

Аббревиатуры становятся неотъемлемой частью цифровой культуры и отражают динамичное развитие языка в условиях быстрого распространения интернета, а также играют важную роль в формировании цифровой культуры и способствует разнообразию выражения мыслей в онлайн-среде.

Письменная интернет-коммуникация прогрессирует и становится неотъемлемой частью нашей обыденной жизни и важным средством для

знакомства, а также обмена знаниями и опытом с собеседниками из Франции или франкоязычных стран. Изучение специфики французской письменной коммуникации поможет не только развивать навыки общения, но и понять социокультурные взгляды франкоязычного сообщества. Основными преимуществами исследования данной темы являются улучшение межкультурного понимания, обогащение словарного запаса, а также возможность продуктивного общения в Интернете.

В современном мире, где виртуальное сотрудничество играет ключевую роль, рассмотрение понимания темы особенностей письменной интернет-коммуникации на французском языке имеет большое значение для успешного прихода к компромиссу, разрешения разнообразных мировых проблем и развития сотрудничества с другими странами.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Веденская Т. Е., Голубева Н. А.* Молодежный сленг и его влияние на состояние современного французского языка // Научно-методический семинар кафедр Факультета иностранных языков : Сб. науч. и уч.-метод. докладов и статей / Факультет иностранных языков МАИ-НИУ ; Отв. ред. Аникеева И. Г. Вып. 6. – Москва : Изд-во «Перо», 2016. – С. 60–68.

2. *Комаричева К. В.* Верлан как форма употребления французского языка // ФОРУМ / FORUM : Сб. науч.-исслед. ст. студентов / Под ред. О. В. Шаталовой. Вып. 1. – Липецк : Липецкий гос. пед. ун-т имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018. – С. 19–22.

3. *Норец Т. М.* Произносительные особенности аббревиатур во французском языке // Иностранная филология. Социальная и национальная вариативность языка и литературы : Мат-лы IV Междунар. науч. конгресса, Симферополь, 01–19 апреля 2019 года / Ред. Е. В. Полховская. – Симферополь : ООО «Издательство Типография «Ариал», 2019. – С. 80–83.

4. *Светопольская И. В.* Особенности письменных интернет-коммуникаций на французском языке // Юность Большой Волги : сб. ст. лауреатов XXIV Межрегион. конференции-фестиваля научного творчества учащейся молодежи, Чебоксары, 27 мая 2022 года. – Чебоксары : Б. и., 2022. – С. 107–110.

УДК 881.111.1'42'27

Дубровченко Е. М.

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ДИСТАНЦИРОВАНИЯ В РАЗНОСТАТУСНОМ ОБЩЕНИИ

*Минский государственный лингвистический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Аннотация. В статье анализируется стратегия дистанцирования в статусно-маркированных коммуникативных ситуациях на материале романа Роберта Гэлбрейта «Зов кукушки». Стратегия дистанцирования направлена

на поддержание иерархических отношений между коммуникантами или изменение величины коммуникативной дистанции в сторону увеличения. Выделены тактики, используемые коммуникантами с более высоким статусом, и тактики, применяемые коммуникантами с низким статусом. Выявлены языковые средства реализации выделенных тактик.

Ключевые слова: стратегия, тактика, социальный статус, социальная дистанция, дистанцирование.

В течение последних двух десятилетий изучение коммуникативных стратегий и тактик является одним из наиболее популярных направлений в современной лингвистике, что объясняется преобладанием антропоцентрического подхода в исследовании речевого поведения [1, с. 244]. Понимание коммуникативных стратегий и тактик играет ключевую роль в обеспечении успешного взаимодействия, поскольку оно способствует выражению намерений говорящего в последовательных речевых действиях.

Целью данной статьи является анализ стратегии дистанцирования в статусно-маркированных ситуациях и описание способов языковой реализации этой стратегии. Исследование выполнено на материале романа «Зов кукушки», написанном Дж. К. Роулинг под псевдонимом Роберта Гэлбрейта в 2013 году [7].

Понятие коммуникативной стратегии является ключевым инструментом для анализа речевого поведения в различных коммуникативных ситуациях. О. В. Иссерс предлагает следующее определение речевой стратегии: «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [2, с. 54]. Е. В. Ключев понимает под коммуникативной стратегией «совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта *теоретических ходов*, направленных на достижение коммуникативной цели» [5, с. 18]. Оба исследователя отмечают планирование коммуникативного процесса для достижения цели. Речевая тактика – это «одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии» [2, с. 110]. Коммуникативная тактика, представляющая собой совокупность «практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия», отличается от коммуникативной стратегии тем, что она соотнесена с рядом коммуникативных намерений, а не с коммуникативной целью [5, с. 19].

Важным параметром общения является дистанция между участниками коммуникации. Дистанция, определяемая статусом, или социальным положением, называется статусной. Статусная дистанция выражает социальную асимметрию, расстояние между членами общества, имеющими разный статус [6, с. 17].

Социальный статус человека проявляется в следующих сферах: в индексах стиля жизни, в его контактах, а также в речи [4, с. 33]. Основываясь

на субстанциональные и реляционные характеристики статусных отношений в языке, В. И. Карасик предлагает формулу измерения социального статуса человека, состоящую из трех компонентов: индекс – вектор – репрезентация. Индекс указывает на социально релевантные характеристики человека (пол, возраст, образование и т. д.), вектор обозначает позицию коммуниканта как вышестоящего или нижестоящего, репрезентация определяет способ реализации такой позиции: самопринижение или выражение почтения к собеседнику [4, с. 200].

Статусно маркированная ситуация включает в себя следующие составляющие: 1) партнеры коммуникации, 2) статусные векторы партнеров, 3) мотивация статусных векторов, 4) динамика статусных отношений, 5) статусно связанные и статусно нейтральные обстоятельства [4, с. 325].

Стратегия дистанцирования направлена на поддержание или изменение социальной дистанции в сторону увеличения в зависимости от статуса и контекста общения. В результате исследования были выделены следующие коммуникативные тактики, реализующие стратегию дистанцирования в статусно-маркированном общении.

Тактики, используемые коммуникантом, имеющим более высокий статус.

1. Акцентирование низкого статуса собеседника.

“We could have met somewhere more discreet,” commented Strike.

“No, it’s fine, because nobody here will know who you are.”

В данной коммуникативной ситуации собеседники, Корморан Страйк, частный детектив, и Тэнзи Бестиги, жена известного продюсера, обедают в дорогом ресторане. Тэнзи подчеркивает низкий статус детектива, указывая на то, что Страйк неизвестен представителям высшего общества, которые находятся в этом заведении.

Низкий статус собеседника может подчеркиваться и невербальными средствами:

“... the sisters subjected Strike to the kind of brazenly critical stares that only people of a certain class feel entitled to give.”

Данный пример иллюстрирует использование кинесических невербальных средств (взглядов) для передачи сообщения.

2. Обесценивание личностных характеристик партнера по общению.

“I don’t think she should be talking to you at all,” said Ursula abruptly. Her tone and expression would have been appropriate had Strike been a waiter who had just thrown aside his apron and joined them, uninvited, at the table. “I think you’re making a big mistake, Tanz.”

Сестра Тэнзи Бестиги, Урсула Мэй, имеет высокий статус, поскольку является женой состоятельного человека, старшего партнера крупной юридической фирмы. По ее мнению, Страйк не заслуживает того, чтобы с ним разговаривали, потому что его социальный статус ниже. Урсула Мэй считает общение со Страйком большой ошибкой, она не принимает в расчет его

высокий интеллект, умение логически мыслить и сопоставлять факты. К вербальным средствам выражения дистанцирования в анализируемом примере относятся вводные слова, указывающие на источник сообщения (*I don't think, I think*), существительное *a mistake*, модальный глагол *should*, наречие *at all*. Вербальные средства дополняются невербальными средствами (*tone and expression*), которые также направлены на указание на низкий статус Страйка.

3. Апелляция к известным людям.

"You don't look anything like your father, do you? I met him at Elton's last summer. Freddie knows him."

Данный пример указывает на круг общения Тэнзи Бестиги, ее принадлежность к высшему обществу и возможность бывать на мероприятиях, на которые приходят знаменитости.

4. Подчеркивание престижности мест, которые посещают люди с высоким статусом.

"This place used to be full of the most fabulous people, even at lunchtime. Cyprian only ever wants to go to bloody Wiltons, with all the other stiffs in suits..."

Урсула Мэй подчеркивает популярность дорогого ресторана среди людей, имеющих высокий статус. Высокий статус акцентируется за счет употребления указательного местоимения *this*, темпорального маркера *at lunchtime*, превосходной степени прилагательных *the most fabulous*, использования имени собственного *Wiltons*, а также указания на дресс-код, который соблюдают люди, принадлежащие к высокому обществу.

5. Подчеркивание роли материальных ценностей.

"That's a Daumier-Cross coat," said Ursula, her eyes slightly narrowed over her wineglass. "There's a waiting list of, like, six months..."

"It's Pansy Marks-Dillon," said Tansy. "Easy to be on the best-dressed list if your husband's got fifty mill. Freddie's the cheapest rich man in the world; I had to hide new stuff from him, or pretend it was fake. He could be such a bore sometimes."

Этот диалог двух сестер, занимающих высокое положение в обществе, имеет место в присутствии человека с более низким статусом. Сестры демонстрируют знание известных дорогих брендов одежды, существование листов ожидания, по которым одежду этих брендов можно приобрести, а также показывают свою осведомленность о размере состояния влиятельных людей. Тэнзи отмечает, что она может себе позволить себе дорогие брендовые вещи. Для подчеркивания роли материальных ценностей используются имена собственные – названия брендов (*Daumier-Cross, Pansy Marks-Dillon*), числительные, сравнительные степени прилагательных (*the best-dressed, the cheapest*).

6. Указание на обязанности партнера по общению.

"And where do you think he went afterwards?"

“I don't know, do I? That's what John's paying you to find out.”

Тэнзи отвечает вопросом на вопрос и указывает на должностные обязанности детектива, что увеличивает коммуникативную дистанцию между ними.

7. Отстраненность в манере говорения.

“Well,” said Tansy. “It was getting on for two in the morning, and I wanted a drink of water.”

Her tone was flat and expressionless.

В данном примере, отстраненный тон речи Тэнзи указывает на ее чувство собственного превосходства, что создает впечатление недоступности, и подчеркивает ее высокий статус в обществе.

8. Игнорирование этикетных формул.

The lawyer jumped up to greet Strike when he saw him, and introduced Tansy Bestigui, who held out a thin, cool hand, but did not smile, and her sister, Ursula May, who did not hold out a hand at all.

В анализируемом примере две сестры игнорируют этикетные формулы приветствия: Тэнзи встречает детектива Страйка без приветственной улыбки, а Урсула не протягивает ему руку, что указывает на высокий статус женщин и чувство превосходства над человеком более низкого социального статуса.

With a cursory farewell to Bristow, and no word whatsoever for Strike, the two sisters permitted themselves to be shepherded out of the restaurant by Ursula's husband.

Данный пример иллюстрирует разницу в прощании с человеком равным по статусу (*Bristow*) и с человеком более низкого статуса (*Strike*). Сестры полностью игнорируют Страйка, несмотря на то, что они обедали вместе.

The waitress arrived with Landry's food. He did not thank her, but glared at Strike until she had passed on.

Приведенный пример показывает игнорирование этикетных формул в отношении официантки, которая принесла обед. Согласно общепринятым правилам вежливости, Лэндри должен был поблагодарить официантку за принесенное блюдо.

9. Коммуникативно значимое молчание.

There was a long silence during which he turned the packet between his fingers, round and round.

At last he said:

“I'm admitting nothing. Get out.”

Молчание вышестоящего является «показателем нежелания контактировать с представителем более низкой статусной группы» [3, с. 32]. Молчание демонстрирует стремление удерживать контроль над ситуацией и желание сохранить дистанцию. Слова “*I'm admitting nothing. Get out”* являются прямым отказом от дальнейшего общения и являются защитной реакцией

на вторжение в личное пространство.

10. Грубость.

The producer's bright dark eyes were fixed intently on Strike. He clenched and relaxed his thug's hands. After several long seconds he said:

"You're full of shit."

Грубость мистера Бестиги позволяет ему подчеркнуть свою силу и власть, а также создать психологическое напряжение между ним и Страйком, что способствует увеличению коммуникативной дистанции между ними.

When the door had closed, Bestigui said:

"All right, whatever your fucking name is, you can have five minutes."

Мистер Бестиги позволяет себе очередную грубость и оскорбительно отзывается о Страйке, несмотря на то, что Страйк представился, когда вошел в его кабинет, а мистер Бестиги не посчитал нужным запомнить имя посетителя.

"I've had enough of you. I said, get out."

Мистер Бестиги грубо выгоняет Страйка, нарушая нормы вежливости. Грубость служит средством защиты личного пространства.

"Get out," Bestigui said abruptly to his minions. "I'll let you know if I need you. Close the door behind you."

В данном примере мы видим грубое отношение к своим подчиненным. Это демонстрирует авторитарный стиль общения мистера Бестиги, а также отношение к своим подчиненным как к инструментам исполнения его воли. Грубость подчеркивает доминирующую позицию мистера Бестиги в иерархии и устанавливает четкую границу между ним и его подчиненными.

К языковым средствам выражения грубости в приведенных примерах относится повелительное наклонение и обценная лексика.

11. Отказ от общения.

"Get him out of here!" Bestigui roared, pointing at Strike, as the two guards bounced off each other in the doorway, then forced their way inside.

"Specifically," said Strike, "about the whereabouts of your wife, Tansy, when Lula fell..."

"Get him out of here and call the fucking police! How did he get in here?"

В данном примере мы видим отказ от общения со стороны мистера Бестиги. Он ведет себя агрессивно. В репликах мистера Бестиги используется повелительное наклонение. Повтор приказа "*Get him out of here*" подчеркивает настойчивость и срочность его требования. Кроме того, мистер Бестиги использует обценную лексику, выражающую негодование и раздражение.

Тактики, используемые коммуникантом, имеющими более низкий статус

1. Тактика понижения собственного статуса со стороны нижестоящего.

When Strike finally chose to look up from his menu, Tansy said, without preamble:

“Are you really” (she pronounced it “rarely”) “Jonny Rokeby’s son?”

“So the DNA test said,” he replied.

Несмотря на то, что Страйк – сын известного музыканта, он не хвастается своим происхождением. Отсутствие личного местоимения «я» в его ответе может свидетельствовать о его скромности и нежелании привлекать внимание к своему статусу или известности своего отца.

2. Использование этикетных формул.

“Is Cyprian your husband, Mrs. May?” asked Strike.

“You had a connection with Lula Landry, then, Mrs. Bestigui? Your brother-in-law works with John?”

В общении с представителями более высокого класса, Страйк употребляет формы вежливого обращения *Mrs. May, Mrs. Bestigui*. Эти этикетные формулы помогают поддержать формальный характер диалога, демонстрируют уважение к социальному статусу и служат для сохранения дистанции.

Реализация стратегии дистанцирования способствует поддержанию иерархических отношений в статусно-маркированных ситуациях. В ходе исследования были выделены тактики стратегии дистанцирования, которые используют коммуниканты с более высоким статусом и тактики, которые характерны для речевого поведения представителей более низкого класса. К первым относятся следующие тактики: акцентирование низкого статуса собеседника, обесценивание личностных характеристик партнера по общению, апелляция к известным людям, подчеркивание престижности мест, которые посещают люди с высоким статусом, подчеркивание роли материальных ценностей, указание на обязанности партнера по общению, отстраненность в манере говорения, игнорирование этикетных формул, коммуникативно значимое молчание, грубость, отказ от общения. К языковым средствам реализации этих тактик относится употребление вводных слов, указывающих на источник сообщения (*I don't think, I think*), модального глагола (*should*), наречий (*at all, here*), указательных местоимений (*this, that*), темпоральных маркеров (*at lunchtime, five minutes*), превосходной степени прилагательных (*the most fabulous, the best-dressed*), имен собственных (*Elton, Daumier-Cross, Pansy Marks-Dillon*), числительных, обценной лексики. Вербальные средства дополняются невербальными средствами (взгляд, тон, мимика и др.). Тактики, используемые представителями более низкого класса, включают тактику понижения собственного статуса со стороны нижестоящего, которая реализуется посредством смещения фокуса внимания со своей персоны на другой объект, и использование этикетных формул.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Иссерс О. С.* Более полувека под зонтиком коммуникативных стратегий // Коммуникативные исследования. – 2020. – Т. 7. – № 2. – С. 243–256.
2. *Иссерс О. В.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
3. *Карасик В. И.* Выражение статусных отношений средствами русского языка // Русский язык в современном обществе: Функциональные и статусные характеристики. – 2005. – № 2005 [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/vyrazhenie-statusnyh-otnosheniy-sredstvami-russkogo-yazyka> (дата обращения: 26.09.2023).
4. *Карасик В. И.* Язык социального статуса. – М., 1991. – 495 с.
5. *Клюев Е. В.* Речевая коммуникация: учеб. пособие. – М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320 с.
6. *Ларина Т. В.* Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. – М., 2009. – 512 с.
7. *Galbraith, R.* The Cuckoo's Calling. – Sphere Books (Little, Brown & Company), 2013. – 464 p.

УДК 811.1

Ефремова Г. А.

ПРОЯВЛЕНИЕ ИНОЯЗЫЧНЫХ СУБСТРАТНЫХ ЕДИНИЦ НА РАЗНЫХ ЯЗЫКОВЫХ УРОВНЯХ КАК ОДНА ИЗ ЧЕРТ ВТОРИЧНОЙ КУЛЬТУРНОЙ ОРИЕНТАЦИИ ЯЗЫКА (НА МАТЕРИАЛЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ БИЛИНГВАЛЬНЫХ АВТОРОВ)

*Тихоокеанский государственный университет,
г. Хабаровск, Российская Федерация*

Аннотация. В статье приводятся случаи проявления иноязычного субстрата на различных уровнях языка (фонемный, морфемно-морфологический, лексический, синтаксический). Рассматриваются механизмы построения и передачи иноязычных субстратных единиц, что позволяет автору выявить в анализируемом материале примеры иноязычных вкраплений, создающих особый колорит произведения. В статье представлены как полностью ассимилированные, так и совершенно неассимилированные примеры субстратных единиц, что указывает на степень их освоенности в языке описания.

Ключевые слова: иноязычный субстрат, инолингвокультура, билингвизм, языковой уровень.

Размышляя о вторичной культурной ориентации языка, которая позволяет создавать тексты иноязычного описания той или иной культуры, а также понимать контактный характер языков, следует опираться на понятие такого феномена как субстрат. Теория субстрата была разработана в начале

XIX в. датским ученым Я. Бредсдорфом. Затем она была развита в 60-80-х гг. Г. Асколи и Г. Шухардтом, а позже В. Брэндалем, А. Мейе, О. Есперсеном. Идея о возможности влияния субстрата при образовании особенностей языка получила широкое распространение, особенно после появления работ итальянского лингвиста Г. Асколи, исследовавшего возможные результаты влияния субстрата на романские языки. Уже тогда в рамках сравнительно-исторической парадигмы изучения языков теория субстрата стала важнейшим дополнением к сравнительно-историческому методу. В русской славистике к ней обращались И. А. Бодуэн де Куртенэ, А. А. Шахматов, А. М. Селищев [1, с. 46].

Не следует воспринимать проблему субстрата как что-то происшедшее в далёком прошлом, поскольку соответствующие процессы могут быть предметом наблюдения и в настоящие дни. Рассуждения о наличии субстрата в масштабе целых языковых территорий могут быть также применимы к исследованиям индивидуальных случаев проявления субстрата на почве билингвизма, например, проявление субстрата в рамках художественных произведений билингвальных авторов, что и представляет интерес исследования.

Вслед за Т. А. Лупачевой под иноязычным субстратом мы понимаем языковые элементы разного объема – от междометий и иноязычной лексики, до целых фраз или отрезков текста [4]. Появление субстратных единиц обусловлено тем влиянием, которое оказывает язык описываемой инолингвокультуры. Такие единицы могут быть как полностью ассимилированными, так и совершенно неассимилированными, что указывает на степень их освоенности в языке описания. Появление иноязычного субстрата обусловлено также билингвизмом авторов, создающих произведения художественной литературы и их желанием раскрыть особенности описываемой инолингвокультуры большему числу реципиентов.

Рассмотрение механизмов построения и передачи иноязычных субстратных единиц позволяет выявить в анализируемом материале примеры иноязычных вкраплений, а также примеры вербализации реалий описываемой культуры, создающих особый колорит произведения. Общим основанием, объединяющим различные языковые единицы под термином иноязычный субстрат, служит их особая окраска, отсутствие соответствий в других языках и соотносительность с фоновыми знаниями.

Под «уровнями языка» вслед за О. С. Ахмановой будем понимать «некоторые «части» языка; подсистемы общей языковой системы, каждая из которых характеризуется совокупностью относительно однородных единиц и набором правил, регулирующих их использование и группировку в различные классы и подклассы» [1, с. 479]. В исследовании рассматривается вербализация иноязычного субстрата на следующих уровнях языка: фонемный, морфемно-морфологический, лексический, синтаксический. В каче-

стве эмпирического материала взято два произведения билингвальных авторов: роман Г. Штейнгарта *The Russian Debutante's Handbook* и мемуары Р. Девоскин *Foreign Babes in Beijing: behind the scenes of a new China*.

Обратимся к рассмотрению первого уровня – фонетическому. Фонема – это минимальная фонетическая единица, которая служит для различения и отождествления значимых единиц языка (морфем и слов)» [3, с. 487]. В ходе анализа эмпирического материала было выявлено незначительное количество примеров проявления иноязычного субстрата на фонетическом уровне, тем не менее их стоит упомянуть, так как они относятся к исследуемому вопросу.

В мемуарах Р. Девоскин о жизни и работе в Китае находим пример реализации субстрата на фонетическом уровне, который представлен китайскими финалями “iu” и “u”. Обратим внимание на лексемы “niu” и “nu”.

A paper sign hung from the first door we saw: “*Yang Niu Zai Beijing*.” I pointed to the character for – which I still thought meant “girl,”

<...>

“Is it *nu*?” I asked, using the word for “girl.”

“No, it’s *niu*.”

<...>

“Whom would you call *niu*?” I asked.

“*Niu* is the kind of word you say about a girl walking on the street.” [5, p. 80].

Главная героиня размышляла о значении иероглифа на вывеске. В иероглифе присутствовала «лишняя» по ее мнению черта. Анализ более широкого контекста позволяет понять, что для обращения просто к девушке, в китайском языке используется слово *nu* – *girl*, а для обращения к симпатичной девушке – *niu* – *a pretty girl walking on the street*. При переводе на русский подходящим на наш взгляд будут эквиваленты «крошка, красотка». Таким образом, писательнице удалось представить различие между фонемами, но отразить это в письменном тексте. Китайские финали в этом контексте выполняют смысловоразличительную функцию.

В романе Г. Штейнгарта фонетический уровень представлен в следующем диалоге:

The Fan Man let out a series of raspy creaks himself, and then Vladimir realized that he was singing along:

“Та-ра-ра-ра-ра-ра Moscow nights.

“Ра-ра-ра-ра-ра-ра-ра

“I won’t forget you

“Ра-ра-ра-ра-ра Moscow nights.” [6, p. 23–24].

The Fan Man, напевая песню «Подмосковные вечера», не может вспомнить слова и издаёт звуки, присущие русскоязычному человеку: па-па-ра-ра-ра.

На морфемно-морфологическом уровне проявление субстрата отмечено в ряде примеров использования английских флексий совместно с корневыми морфемами на пиньинь, а также примером добавления русского суффикса к английскому слову.

Далее обратимся к примеру, в котором описывается ситуация, происходящая на могиле друга. Рейчел видит лишь часть фотографии и вспоминает, что в тот день ее друг держал напиток (*holding a drink*), которого не видно на фото.

“There’s a picture of him on the tombstone,” she offered. <...> but in the original, he was holding a drink, *gan bei’ing*. “Bottoms upping.” [5, p. 303].

В произведении автор использует параллельное подключение английской фразы *Bottoms upping* вслед за китайской номинацией *gan bei’ing*, что позволяет англоязычному читателю верно понять ее смысл. Наличие общей морфемы *-ing*, которая находится в границах иноязычного субстрата, также помогает сопоставить эти две фразы. Наличие такой фразы в тексте произведения помогает читателю получить новые знания о китайской культуре – наличие в китайской культуре особого выражения при произнесении тостов.

Рассмотрим другой пример добавления окончания множественного числа *-s* к китайской лексической единице *nihao*:

“Bage can’t make any progress,” Zhou Wen said of the bird. “He’s perfectly happy with his own word.” The bird exhaled a few excited *nihao’s* to me. [5, p. 247].

Неопределенное местоимение *a few* использовано в качестве классификатора в словосочетании “*a few excited nihao’s*” и указывает на некоторое количество приветствий (*nihao* – «привет»), следовательно, в данном примере, также, как и в предыдущем, флексия *-s* определяет форму множественного числа у иноязычного субстрата *nihao*.

This place of wealth, American style, always made of Vladimir feel as if mother was behind him, whispering into his ear her favorite bilingual nickname for him: *Failurchka*. Little Failure. [6, p. 16]

Через фразу *bilingual nickname* автор указывает на два момента: 1) будучи иммигрантом, главный герой владел двумя языками; 2) прозвище, которое любила использовать мама главного героя, было билингвально. В составе субстратной единицы *Failurchka* мы видим англоязычную часть, в которой заключено значение всей номинации – “*failure*” («неудача, неудачник»). Однако, использование уменьшительно-ласкательного суффикса несколько смягчает такое значение. Эффект смягчения также создает приведенное следом прилагательное *Little*.

“When did you ever need to discipline me?”

“Plenty of times.”

“Like when?”

“Don’t be nudnik,” Anechka says, which is what she says when she runs out of arguments – which, truth be told, doesn’t happen very often. [6, p. 228]

Заимствованная иноязычная единица *nudnik* имеет в составе русский корень и суффикс. Суффикс *-nik* вошел в английский язык через слово «спутник» (этому предшествовала громкая ситуация в истории) и закрепился в английском с отрицательной коннотацией.

Лексический уровень репрезентации иноязычного субстрата представлен примером звукоподражания, рядом междометий и служебных частиц, именами собственными, прецедентными именами.

Рассмотрим контекст с примером звукоподражания. Имитируя звук выстрела, русский скажет «пиф-паф», англоязычный же представитель произнесет *bang* или *bang-bang*.

Vlad! Are you volunteering to be my second? That's awfully white of you. Come, let's kill that bastard." "Paff!" Vladimir said. [6, p. 56]

В следующем примере диалога автор использует восклицательную частицу *ai*, активно используемую в китайской разговорной речи:

"I'm writing a book," he said. <...> "About the things you two are always saying and doing. About American girls."

"Ai? Do you know enough about us to write a book? Is there enough about us to fill a book?" I smiled. [5, p. 234]

В диалоге между Ши Вэй (друг Рейчел, китаец) и Рейчел речь идет о написании книги, а именно про двух американка – Рейчел и ее подругу Кейт. Рейчел удивляется, когда слышит о желании ее друга написать книгу. Писательница вербализует это удивление в междометии *ai* (китайцы используют его в речи, когда хотят выразить изумление или удивление). Оттенок удивления создает не только субстратная единица, но и два следующих за ней вопроса – *Do you know enough about us to write a book? Is there enough about us to fill a book?* Задав один вопрос, Рейчел следом задает уточняющий. Такой авторский прием также указывает на удивление, которое испытала героиня.

Авторы художественных произведений часто стремятся передать интересные нюансы объективной действительности. А действительность такова, что насколько бы хорошо мы ни знали иностранный язык, некоторые элементы родного языка будут всегда выходить на первый план. Такое происходит в эмоциональном состоянии, когда человеком управляет не разум. Так, например, происходит в случае с употреблением междометий, которые служат для выражения различных чувств и волевых побуждений.

В следующих трех примерах в роли иноязычного субстрата выступают междометия *Nu*, *Oi* и *Aga!*

"Nu," Rybakov shouts to Vladimir. "Ready to jump, Airman?" [6, p. 63].

"Oi, Volodechka, please, please get me into that hall for the ceremonies again. I'll behave this time. [94, p. 148]

The car drifted into the rightmost lane, then inched its way onto a service road. "Aga!" the Lion shouted. "What's wrong?" Vladimir screamed. But it must have been a war cry, a release of tension because at that point the Lion stepped on

the gas, and the car squealed past ... [6, p. 163]

Междометия тесно связаны со звукоподражанием, которое закладывается в нашем сознании с рождения. Все многообразие междометий на другом языке освоить сложно, поэтому в каких-то эмоциональных ситуациях, требующих быстрой реакции, на ум приходит то, что больше укоренилось в сознании.

В расшифровке следующего примера иноязычного субстрата помогает описательный оборот, который ему предшествует.

Vladimir turned down the volume on the headset. He knew what was coming, and, indeed, seven exclamation marks down the road, Mother broke down and started wailing God's name in the possessive: "*Bozhe moi! Bozhe moi!*" [6, p. 13]

Описательный оборот *God's name in the possessive* облегчает процесс понимания иноязычной фразы *Bozhe moi!*, которая употребляется для выражения удивления, негодования.

Имена собственные являются неотъемлемым элементом художественного произведения. Можно предположить, что любое имя является своеобразным стилистическим приемом со своими особенностями употребления. Имя одного и того же человека можно произнести по-разному в зависимости от ситуации и от взаимоотношений героев. В русском языке имена собственные могут подвергаться структурным изменениям. Имена могут быть использованы в полных, сокращенных, уменьшительно-ласкательных и уничижительных формах. Иногда используется официальный стиль при обращении по имени, тогда вместе с именем используется фамилия или же название профессии.

Перечислим ряд имен собственных, использованных авторами произведений в разных формах. Так, к именам в полном написании мы относим: Vladimir, Aleksander, Valentina и др.

К уменьшительно-ласкательным формам были отнесены следующие примеры: Anechka, Challatchka (несвойственное прибавление уменьшительно-ласкательного суффикса *-chka-* к американскому имени), Galochka и др.

Среди сокращенных форм имен выделим: Aleks, Misha, Anya и др.

В текстах произведений было выявлено несколько примеров уничижительных форм обращения по имени либо фамилии: Marinka, Rybakov, Girshkin и др.

Большое количество примеров собственных имен приведено с оттенком официальности: Zoya Moiseevna, Anna Alexandrovna Roshdal, Irina Rodnina, Rosa Dmitrievna, Nina Petrenko, V. I. Lenin и др.

В некоторых примерах фамилия сопровождалась указанием на профессию: Doctor Razumovskaya, Doctor Bobrova и др.

Синтаксический уровень представлен речевыми формулами приветствия, обращения, фразами и предложениями.

“*Dobry den,*” the gentlemanly Vladimir said, although by then the *den*’ might have very well turned into evening outside the Kasino’s windowless gloom. [6, p. 193]

Использование прилагательного *gentlemanly* помогает читателю почувствовать в значении иноязычной субстратной единицы *Dobry den* некую вежливость. Из более широкого контекста читатель узнает, что Владимира представили группе людей в казино, и он приветствовал их.

Примеры обращений использованы автором с целью охарактеризовать героев через их речь, создать определенную обстановку общения представителей конкретных культур, указав тем самым на национальное своеобразие описываемой культуры.

Suddenly, Vladimir heard the frenzied croaking of an elderly Russian out in the reception room: “Опа! Опа! *Tovarisch* Girshkin! Ai! Ai! Ai!” [6, p. 5]

Обращение к собеседнику по фамилии с дополнением «товарищ» (*Tovarisch*) характерно для советского времени в официально-деловом стиле. В тексте произведения оно помогает создать атмосферу тех времен.

В следующем примере иноязычная единица *Pan Director* дает отсылку на популярную в СССР телевизионную программу «Кабачок 13 стульев», что связывает героя романа с инокультурой.

Yes, of course. “Thank you, *Pan Director,*” Vladimir said, retreating to the unkempt comfort of his own desk.

Описывая общение с чешскими девушками, автор решает использовать в диалоге целую фразу, транскрибируя каждое слово.

“*Bedny moi surok,*” said Lena. “how do you say in English ... My poor Groundhog...” [6, p. 391]

Фраза *Bedny moi surok* безусловно привлечет внимание читателя, однако, без дополнительного разъяснения останется скрытой. Поэтому автор следом сопровождает ее калькированной фразой *My poor Groundhog*.

Приведем еще один пример иноязычного субстрата, представленного в тексте полноценным предложением.

“*Ya vas loobloo,*” she said on cue. “Why, thank you,” Vladimir said. [6, p. 291]

Владимир знакомится с очередной девушкой иммигранткой, между ними завязывается общение. В ходе одного из разговоров она признается Владимиру в любви на русском *Ya vas loobloo*. Нестандартный способ транскрибировать субстратную единицу может указывать на акцент у девушки.

Анализ примеров доказывает, что иноязычный субстрат при описании инолингвокультуры проникает во все языковые уровни. Иноязычный субстрат не всегда сопровождается дополнительными поясняющими оборотами. Это может быть связано с авторским замыслом или же отсутствием необходимости, так как приводимая в контексте произведения субстратная единица имеет словарную фиксацию. В некоторых случаях расшифровать

иноязычную единицу помогает широкий контекст – рядом стоящие предложения или же целый абзац.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ахманова О. С.* Словарь Лингвистических терминов. – М. : Издательство «Советская Энциклопедия», 1966. – 598 с.
2. *Гоголева О. В.* Ономастический классификатор в англоязычном описании иноязычной культуры : автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – СПб., 2011. – 22 с.
3. *Красных В. В.* Культура, культурная память и лингвокультура: их основные функции и роль в культурной идентификации // Вестник Центра международного образования Московского гос. ун-та. Серия «Филология. Культурология. Педагогика. Методика». – 2012. – № 3. – С. 67–74.
4. *Лупачева Т. А.* Функционирование китайских вкраплений в произведениях американской писательницы Эми Тэн : автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Владивосток, 2005. – 28 с.
5. *DeWoskin, R.* Foreign Babes in Beijing: behind the scenes of a new China. – New York U.S.A. : W.W. Norton & Co, 2005. – 335 p.
6. *Shteyngart, G.* The Russian Debutante's Handbook. – London : Penguin Books, 2002. – 476 p.

УДК 811.1

Иванова И. Г., Хабибуллина Ф. Я.

ФНОСТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СОПОСТАВИТЕЛЬНОЙ ФОНЕТИКИ: РАЗГОВОРНЫЙ СТИЛЬ

*Марийский государственный университет,
г. Йошкар-Ола, Российская Федерация*

Аннотация. Сравнительная фонетика является одной из важных и актуальных отраслей современной лингвистики. В статье проведен сопоставительный анализ разговорного стиля фонетических систем двух разноструктурных языков – марийского и французского. Актуальность исследования обусловлена нацеленностью современного языкознания на поиск оптимальных способов решения лингвистических проблем при освоении иностранного языка. Формирование, развитие, а также реализация коммуникативных компетенций билингва зависят от уровня сформированности фонетических навыков, то есть способности правильно воспринимать звуковой образец, ассоциировать его со значением и адекватно воспроизводить с учетом уровня дифференциации стилей коммуникации.

Ключевые слова: стилистика, фоностилистика, сопоставительная фонетика, французский язык, марийский язык, разговорный стиль.

Фоностилистика – это раздел лингвистики, исследующий коннотации фонетических средств, структуру звуковых символов в коммуникации [1].

Традиционная классификация фонетических стилей сформировалась ещё в рамках древней риторики. Согласно античным исследованиям, она содержит следующие фонетические стили: возвышенный (устойчивый), нейтральный и разговорный. Греческие риторики подразделяли тоны на три категории: низкий, средний, высокий. Результаты исследований фоностилистических средств различных языков дают возможность выделить дифференциальные черты каждого стиля на уровне сегментных характеристик (звуков), также как и на просодическом уровне (просодические характеристики).

Сравнительно-сопоставительный анализ просодических средств французского и марийского языков на примере ударения продемонстрировал важность данного фонетического средства фоностилистического аспекта в межкультурной коммуникации [3, с. 23–29]. Монографическое исследование по анализу средств на сегментном и супraseгментном уровнях подтвердило актуальность данного подхода для обучения билингвов в условиях искусственного двуязычия [2, с. 120–161]. Ранее были обсуждены фоностилистические характеристики возвышенного стиля во французском и марийском языках [4, с. 28–33].

Цель данной статьи – провести сопоставительный анализ разговорного стиля фонетических систем марийского и французского языков.

Разговорный стиль характеризует произношение, используемое в семейном кругу, близкими друзьями или коллегами. Это язык, отражающий спонтанное и расслабленное состояние говорящих, и достаточно высокий уровень экспрессивности. Именно в этом стиле находит свою полную реализацию закон наименьшего усилия, сформулированный А. Мартине. Все эти экстралингвистические факторы определяют фоностилистические особенности разговорной речи.

Сегментарные характеристики разговорного стиля:

1. Артикуляция характеризуется определенной расслабленностью, уровень которой зависит от социального и культурного статуса говорящих. Это приводит к всевозможным модификациям звука, которые, дополняя друг друга, образуют своеобразную звуковую цепь. Эти вариации беглого произношения распространены в народном французском языке при условии, что они не слишком сконцентрированы, придают разговорному стилю речи естественную спонтанность.

2. Выпадение [ə] беглых чрезвычайно часто встречается в разговорной речи: по данным статистики, опускаются 56 % [ə] беглых в различных позициях, в том числе фонетическом окружении, где в других стилях они произносятся. Опускание [ə] беглых происходит даже в группе трех согласных, даже если в результате реализуются необычные аккумуляции согласных, например: *il faut qu(e) j(e) r(e)parte, une p(e)tite fille, avec l(e) directeur, le rest(e) du temps*. Выпадение [ə] беглого также наблюдается в первом слоге акцентной единицы после смычных согласных, например *d(e)mandez-lui*.

Выпадение данного гласного достигает максимума в позиции его факультативной реализации, положении между двумя согласными, например: *ça s(e) supporte, tu peux v(e)nir, j(e) fais d(e) l'histoire, on a d(e)mande, c'est un peu l(e) problème, un projet d(e) fin d'études*. Следует отметить, что в этом случае выпадение рассматриваемого звука осуществляется так же легко в начале или внутри слова, как и в односложных грамматических детерминативах: *se, que, je, de, le* и т. д. Одной из дифференциальных черт разговорного стиля является сохранение [ə] беглого в слогах, которым предшествует или за которыми следует пауза хезитации: *et le. le rest(e) du temps; elle fait vraiment... le minimum de son travail; j(e) viens de... de Clichy*. Обнаруживается произношение [ə] беглого в слоге, который несет внешнее ударение, в случае с местоимением сохраняется под действием ударения, как и в случае с местоимением *je*.

3. Основной характеристикой разговорного стиля на артикуляторном уровне является эллипс, то есть выпадение не только [ə] беглого, но и других гласных и согласных. Однако эти изменения ограничиваются лишь четко обозначенной группой звуков и имеют место в строго определенных условиях. Это один из критериев, который позволяет провести различие между разговорным стилем речи образованных людей и просторечием. Выпадение гласных наблюдается в односложных словах с грамматическим значением, которые характеризуются высокой частотой употребления и минимальной информативностью. К этому лексико-грамматическому классу относятся: местоимения-подлежащие: *tu as* [ta], *ils ont dit* [zɔ̃di], *il a dit* [ladi], *vous êtes* [uzɛt], *vous voyez* [ʊvɔwɛ], *on a parlé* [naparlɛ]; местоимения-дополнения: *il nous envoie* [inzãʊwa]; указательные прилагательные и местоимения: *cette année* [stane], *ça a du bon* [sadybɔ̃]; предлоги и союзы: *pas aller* [paale], *mais enfin* [mãzɛ], *mais alors* [malɔr]; глаголы *avoir et être*: *j'ai été* [zete]; *il a appris* [ilapri], *c'est assez* [stase] → [sase], *c'est impossible* [stɛposibl]; наречия: *enfin* [fɛ], *de toute façon* [tfasɔ̃], *voilà* [ɔla], *évidemment* [oidamã], *déjà* [dza], *effectivement* [fɛktivmã]. Эллипс гласных имеет серьезные последствия для просодической структуры разговорной цепи, он приводит, в частности, к уменьшению количества открытых слогов, типичных для французского языка, сжатию слоговой структуры (слоговой агглютинации) слов и акцентных единиц.

Появление необычных аккумуляций согласных [dʒ], [rɔl], [ɔl] и т. д. Консонантизм разговорного французского стиля также подвержен редукции – фонетическому закону, который, в отличие от вокализма, существовал во французском языке еще с XVII века. В современном французском языке редукция в особенности касается сонантов [r] и [l], хотя согласный [k] конкурирует с ними в эллиптических формах. Согласные [r] и [l] опускаются с целью облегчить произношение некоторых групп согласных. В первую очередь речь идет о неделимых группах согласных [tr], [br], [bl] и т. д., где выпадение сонантов вызвано их финальным, то есть слабым положением: *votre*

fille [ʊot'fij], *des autres élèves* [dez odz e'lɛ:v], *impossible de discuter* [ɛposib də diskɥte], *il me semble* [im'sā:b], *fin novembre* [fɛ nɔ'vɔ̃b]. Следует подчеркнуть, что выпадение сонантов в этих группах согласных происходит не только в абсолютном финале или перед другим согласным, но также перед начальной гласной следующего слова: *prendre un café* [prãd oe kafe]. Опускание сонантов [r] и [l] наблюдается в других группах согласных: *parce que* [paskə], *quelque chose* [kɛkʃoz], *plus* [py]. Этот фонетический процесс имеет место даже в интервокальном положении, которое не может рассматриваться как слабое. Разговорный стиль допускает чрезвычайно частое выпадение полугласных, что объясняется краткостью их артикуляции. Расслабленный характер произношения и акселерация темпа, характерные для разговорного стиля, создают благоприятные условия для полной редукции этих звуков: *puis* [pi], *depuis* [dəpi], *voilà* [vala] + [ɔla], *j'aime mieux* [jɛmmø], *eh bien* [ɛbɛ].

4. Как было отмечено, выпадение гласных образует аккумуляции согласных, внутри которых звуки подвергаются различным видам ассимиляции, то есть высокая частота ассимиляции согласных может рассматриваться как один из фоностилистических признаков разговорной речи.

5. Необходимо также указать на известную тенденцию к опущению большого числа факультативных связываний, в частности после вспомогательных или полу-вспомогательных глаголов: *je suis allée, je suis assez embêté, c'est une gauloise, ça doit être*. Отсутствие связывания затрагивает даже устойчивые выражения, тем самым разрушая их смысловое единство. Модификации звуков, наблюдаемые во французском разговорном стиле, дополняют друг друга, оказывая большее или меньшее влияние друг на друга, в результате чего образуются звуковые варианты слов и групп слов, признаваемые допустимыми для данного стиля.

6. В разговорном стиле марийского языка наблюдаются такие фонетические явления как:

1) ассимиляция гласных: если за гласным заднего ряда следует ударный гласный [a], то в финальном открытом слоге произносится [ы], например: [ум'бакы], [ум'балны], [шот'лалтшы];

2) редукция гласных: иногда при образовании сложных слов конечный гласный первого компонента, редуцируясь, ассимилируется начальным гласным второго корня, например: *изава* 'мачеха' (*изи* 'маленький' + *ава* 'мать'), *изурем* 'переулок' (*изи* 'маленький' + *урем* 'улица'), *кугарня* 'пятница' (*кугу* 'большой' + *арня* 'неделя'). Сильному качественному изменению подвергаются конечные безударные *e, o, ö*. Они произносятся полно лишь в восточных диалектах; по мере движения к горному наречию их редукция все больше усиливается, например: вост. *шокшо*, луг. *шокшэ*, горн. *шокшы* 'тепло'. В разговорном стиле марийского языка ослабевает явление гармонии гласных вследствие расслабленной, ненапряженной артикуляции, например: *курыкышто* ['курыкышты] 'на горе', *шүрыштö* [шүрышты] 'в супе'. Подобное явление затрагивает также гласный *e* [э] в конце слова,

например: *үстембалне* [үстембалны] ‘на столе’.

Объединяющим фактором для этих примеров является появление редуцированного гласного [ы] в финальной позиции. С целью избежания ошибок в марийской орфографии существует правило лабиального сингармонизма.

В потоке речи в силу закона об экономии артикуляторных усилий распространено явление редукции огубленного гласного [ö] в открытом конечном слоге, артикулируемого как неогубленный звук [э], например: *кӧргӧ* [‘кӧргэ] ‘нутро’, *йӧсӧ* [йӧсэ] ‘сложно, тяжело’.

Закон экономии усилий, предложенный А. Мартине, проявляется в фонетических изменениях звуков. Модификации звуков в различных языках имеют место по причине наличия тенденции к ликвидации «участков напряжения» органов речи. К таким модификациям могут быть отнесены ассимиляции согласных, упрощение групп согласных, редукция гласных, ликвидация плавных и носовых согласных и т. д. Например, ассимиляция согласных: озвончение глухих согласных под влиянием предыдущего звонкого согласного: мар. *иктаж-куш(ко)* [иктажгуш] ‘куда-нибудь’, *иктаж-кузе* [иктажгузе] ‘как-нибудь’; выпадение согласных, в частности, некоторых сонантов: мар. *монча* [моча] ‘баня’.

Просодические характеристики разговорного стиля:

1. Скорость разговорной речи отличается чрезмерной вариативностью с преобладанием быстрого темпа. Два просодических феномена отвечают за временные контрасты, характерные для разговорной речи: а) повышенная скорость артикуляции; б) распределение и продолжительность пауз. Следует отметить, что разговорный французский часто использует паузы и явления хезитации. Количество пауз хезитации может достигать 25–30 % от общего количества пауз. Однако цифры варьируются у разных собеседников в зависимости от их мастерства, способности себя контролировать. Подобные явления, в частности, увеличения скорости артикуляции и длина пауз, характерны для соответствующего стиля в марийском языке.

2. Ритм разговорной речи характеризуется, прежде всего, неравномерным распределением ударений. С одной стороны, финальное ударение ритмической группы часто остается не реализованным; это приводит к тому, что большое количество слогов, от 9 до 10, группируются вокруг одного ударного слога. С другой стороны, наблюдается скопление нескольких ударений различного качества и значения (ритмическое, синтагмическое, внешнее ударения) в определенных точках речевой цепочки. Неравномерное распределение ударений определяет изменчивый характер акцентных единиц: большое количество односложных или двухсложных единиц, с одной стороны, довольно частое использование многосложных единиц, с другой стороны.

3. Характерным признаком разговорного стиля во французском и марийском языках с точки зрения тона является высокая частота мелодических

изменений, используемых в экспрессивных целях. В отличие от официального стиля, который допускает, прежде всего, мелодические модификации модального характера, разговорный стиль широко использует интонационные модели с имплицативным или эмотивным значением. Мелодический контур часто достигает пятого (максимального) уровня, преобразуя, таким образом, базовый мелодический образец (утверждение, вопрос и т. д.) в восклицательную модель.

Для разговорного стиля марийской речи свойственны также значительные перепады высоты, в особенности в начальной и финальной частях высказывания со значительным повышением тона и расширением мелодического диапазона, что также привносит восклицательный характер в утвердительную и вопросительную фразы.

Таким образом, к фоностилистическим особенностям разговорного стиля относятся следующие фонетические характеристики: более или менее расслабленная артикуляция; крайне частое выпадение французского [ə] беглого, марийского [ы]; несоблюдение факультативных связываний; эллипс гласных и согласных в обоих языках; образование не типичных сочетаний согласных; частая ассимиляция звуков, быстрый темп речи, частое использование пауз и явлений хезитаций; неравномерное распределение ударений, разнообразие слоговой структуры акцентных единиц, уменьшение количества слогов и акцентных единиц; высокая частота мелодических вариаций во французском и марийском языках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алымбаева З. А., Калчаева Л. Т. Фоностилистика – раздел лингвистики, исследующий коннотации фонетических средств, структуру звуковых символов в коммуникации // Вестник науки и образования. – 2018. – № 6 (42) [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/fonostilistika-razdel-lingvistiki-issleduyuschiy-konnotatsii-fofeticheskikh-sredstv-strukturu-zvukovyh-simvolov-v-kommunikatsii>

2. Иванова И. Г., Хабибуллина Ф. Я., Егошина Р. А. Сравнительно-сопоставительный анализ фонетических систем разноструктурных языков: монография. – Йошкар-Ола : Марийский гос. ун-т, 2021. – 176 с.

3. Хабибуллина Ф. Я., Иванова И. Г. Сравнительно-сопоставительный анализ просодических средств французского и марийского языков: ударение. // Вопросы зарубежной филологии в контексте современных исследований : сб. науч. ст. XXX Междунар. науч.-практ. конф. – Чебоксары, 2021. – С. 23–29.

4. Иванова И. Г., Хабибуллина Ф. Я. Фоностилистические характеристики возвышенного стиля во французском и марийском языках. // Актуальные вопросы современной иноязычной филологии : сб. науч. ст. XXXIV Междунар. науч.-практ. конф., посвященной 175-летию И.Я. Яковлева. Отв. ред. Н. В. Кормилиной, Н.Ю. Шугаева. – Чебоксары, 2023. – С. 28–33.

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КИТАЙСКИХ ГЛАГОЛОВ СХОЖЕЙ СЕМАНТИКИ

*Астраханский государственный университет
им. В.Н. Татищева, г. Астрахань, Российская Федерация*

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению двух синонимических рядов китайских глаголов со значением перемещения – 拿ná, 取qǔ, 带dài ; 去qù, 到dào, 来lái. Анализ семантических различий указанных глагольных групп позволил установить тонкости их контекстного употребления и, как следствие, грамматического оформления. Теоретические основы исследования снабжаются практическими данными, которые служат подтверждением его научной ценности и вносят вклад в понимание лексико-грамматических основ речи на китайском языке. Анализ синонимических рядов выявил зависимость лексического употребления рассматриваемых глаголов от контекстуальной заданности сообщений, в которых они задействованы.

Ключевые слова: китайский глагол, синонимический ряд, грамматическое оформление, структурно-функциональная позиция.

Адекватное употребление глагола в составе китайского предложения предполагает соответствие его семантического значения выполняемой функции в синтактике предложения. Верный выбор глагола из синонимического ряда схожей семантики, как и верное грамматическое оформление, говорит о достаточно высоком уровне владения китайским языком у говорящего.

Первый синонимический ряд глаголов объединен значением «перемещения»: 拿ná «держать», 带dài «нести», 取qǔ «брать». Семантические различия могут быть невооруженным взглядом определены по их ключевому составу. Так, глагол 拿состоит из двух элементов – 合hé со значением «соединять» и 手shǒu, обозначающим «руку». Ключевой состав данного глагола определяет его тактильное значение – «держать в руках, брать в руки». Иными словами, глагол 拿ná обозначает перемещение предмета при его непосредственном нахождении в руках:

- (1) 他们都拿着票。《У них у всех в руках билеты》。
tāmen dōu nǎzhe piào.
- (2) 你手里拿着什么？《Что ты держишь в руке？》
nǐ shǒulǐ nǎzhe shénme?
- (3) 你可以帮我拿这个吗？《Можешь помочь подержать
nǐ kěyǐ bāng wǒ ná zhège ma? это？》

Ввиду своего тактильного значения глагол 拿ná также выступает синонимом глагола 用yòng «пользоваться»:

- (4) 我弟弟拿筷子吃饭 《Мой младший брат ест палочками》.
wǒ didi ná kuàizi chīfàn

Семантика глагола 带dài имеет другое наполнение. В отличии от 拿ná, данный глагол передаёт значение «нести с собой, независимо от локации переноса». При употреблении глагола 带dài акцент ставится на действии, а не локации переносимого объекта – с данным глаголом становится абсолютно неважно: переносится ли предмет в руках или в кармане, в сумке или на шее.

- (5) 你带 钱了吗? 《Ты взял с собой деньги?》
nǐ dài qiánle ma?
(6) 你带 这个 去 送 给 他们吧. 《Вы можете взять это и
nǐ dài zhège qù sòng gěi tāmen ba. отдать им?》

Помимо отсутствия конкретного значения в отношении объектного перемещения, широта семантического значения глагола 带dài наблюдается и в его использовании:

- а) по отношению к одушевленным лицам
(7) 我今天带 你们 去 动物园 《Сегодня я отведу тебя в
wǒ jīntiān dài nǐmen qù dòngwùyuán. зоопарк》
(8) 带 上 你的男 朋友 吧! 《Приведи своего парня!》
dài shàng nǐ de nán péngyǒu ba!
б) в описании эмоциональных состояний
(9) 他带着 奇怪 的 眼神 看着 我 《Он посмотрел на меня
tā dài zhe qíguài de yǎnshén kàn zhe wǒ. странным взглядом》
(10) 她 说话 是 带着 美国 口音。 《Она говорила с
tā shuō huà shì dài zhe měiguó kǒuyīn. американ. акцентом》
(11) 他 给 我们 带 来了希望 《Он дает нам надежду》
tā gěi wǒmen dài lái le xīwàng.

Словарные значения глагола 取qǔ «брать, забирать с собой» имеют сходство с глаголом 带dài. Отличие состоит в ситуативном использовании: глагол 取qǔ употребляется для описания ситуации, когда нужно забрать предмет из определённого места. В этих случаях его значение подкрепляется целевой конструкцией с предикатом 去qù :

Подлежащее	Глагол	Местоназначение	Цель	
他	去	银行	取	钱
он	идти	банк	взять	деньги

Таблица 1. Целевая конструкция с глаголом 去 в качестве предиката.

Данный глагол, как и глагол 带dài, может оформляться предлогом 把 и

результативными модификаторами:

(12) 你帮我把我的包裹从邮局取出来吧。

nǐ bāng wǒ bǎ wǒ de bāoguǒ cóng yóujú qǔ chūlái ba.

«Пожалуйста, помогите мне забрать посылку с почты».

Несмотря на грамматическую схожесть в употреблении глаголов 带 dài и 取 qǔ, последний всё же сохраняет значение изъятия предмета с определённого места для последующего перемещения в другое.

Таким образом, каждый из рассмотренных глаголов обладает определёнными оттенками семантического значения в отношении предметов, над которыми производятся действия. Если предмет переносится в руках, то производимые манипуляции над ним передаёт глагол 拿 ná. Если важен сам процесс перемещения, а не способ его ручной транспортировки, то действие описывает глагол широкого значения – 带 dài. Глагол 取 qǔ употребляется в случаях, когда важно показать начальное положение предмета, из которого будет происходить дальнейшее перемещение.

Значение самостоятельного перемещение в пространстве на китайском языке передается синонимическим рядом глаголов – 去 qù «ехать» и 来 lái, 到 dào «приходить, приезжать, прибывать». Разница между 来 lái и 去 qù заключается в расположении говорящего: 来 lái указывает на движение к говорящему, 去 qù передает движение от говорящего. Сравните:

Примеры с глаголом 来 lái	Примеры с глаголом 去 qù
(13) 代表团来我国访问。 dàibiǎo tuán lái wǒguó fǎngwèn. «Делегация прибыла в нашу страну с визитом»	(15) 我每天去学校。 wǒ měitiānqù xuéxiào «Я каждый день хожу в школу»
(14) 他来了的一封信。 tā lái le yī fēng xìn. «От него пришло письмо»	(16) 他去北京了。 tā qù Běijīng le. «Он уехал в Пекин»

Таблица 2. Примеры, иллюстрирующие разницу между употреблением глаголов 来 lái и 去 qù

Третьим элементом рассматриваемого синонимического ряда является глагол 到 dào, который указывает на пункт назначения.

(17) 你要到哪儿? «Куда тебе надо прибыть?»

nǐ yào dào nǎr?

(18) 我到中国学习中文。 «Я еду в Китай учить китайский язык»

wǒ dào Zhōngguó xuéxí Zhōngwén.

Все три глагола синонимического ряда – 去 qù, 来 lái и 到 dào – используются в качестве результативных модификаторов, наделяя предикаты разными значениями.

Модификатор 去 qù	Модификатор 来 lái	Модификатор 到 dào
(19) 请把那本书拿去。	(20) 我刚从国外回来。	(21) 孩子看到玩具。

qǐng bǎ nà běn shū ná qù «Пожалуйста, отнеси эту книгу»	wǒ gāng cóng guówài huí lái «Я только что вернулся из-за границы»	háizi kàn dào wánjù «Ребенок увидел иг- рушку»
---	--	--

Таблица 3. Примеры, иллюстрирующие семантическую разницу в использовании модификаторов 去qù, 来ái, 到dào.

Как проиллюстрировано в примерах таблицы 3, модификаторы 去qù, 来ái сохраняют своё основное значение, выражаемое в пространственном расположении говорящего относительно описываемых событий. Однако модификатор 到dào приобретает в данной функции новое значение – завершенность действия. Данное значение на русский язык переводится совершенной формой глагола-сказуемого.

(22) 我闻到春天的气息。 «Я почувствовал дыхание весны»

wǒ wén dào chūntiān de qìxī.

(23) 我们需要买到一部新词典。 «Нам нужно купить новый словарь»

Wǒmen xū yào mǎi dào yī bù xīn cídiǎn.

Но глагол 到dào может употребляться сам по себе, будучи оформленным глагольными показателями – 了le, например. В этом случае его значение сводится к результату прибытия в место назначения без указания этого места.

(24) 我到了，你在哪儿呢？ «Я на месте, ты где?»

wǒ dào le, nǐ zài nǎr ne?

Итак, второй из рассмотренных синонимичных глагольных рядов характеризуется учетом положения говорящего лица при описании действий (去qù, 来ái), а также акцентом на местоназначение (到dào).

Произведенный анализ установил разницу в употреблении двух глагольных синонимических рядов, описывающих перемещение как объектов, так и одушевленных лиц. Рассмотренные группы глагольных синонимов отличаются высокой степенью их употребления в речи, что составляет актуальность произведенного исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абакаева М., Каликова А., Куликова Д. Фонетические заимствования в китайском сленговом общении // Лингвокультурные универсалии в мировом пространстве: теоретический и прикладной аспекты: мат-лы науч.-практ. конф. для студентов и школьников, Астрахань, 22 мая 2021 года. – Астрахань : Издательский дом «Астраханский университет», 2021. – С. 40–44.

2. Готлиб О. М. Практическая грамматика современного китайского языка: учебное пособие для вузов. – 4-е изд., испр. – М. : Издательский дом ВКН, 2012. – 287 с.

3. Щичко В. Ф. Практическая грамматика современного китайского языка. – Москва : Издательский дом ВКН, 2016. – 208 с.

ФЕНОМЕН «ФЕЙК»: ПОНЯТИЕ И ИСТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ В РУССКОЯЗЫЧНОМ И АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСАХ

*Южный федеральный университет,
г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация*

Аннотация. В данной статье рассматривается сущность лингвистического феномена «фейк», анализируются существующие в науке о языке подходы к определению фейка в русскоязычном и англоязычном дискурсе, устанавливаются их интегральные и дифференциальные признаки. Выявление основных характеристик данного лингвистического явления позволит установить критерии, актуальные для идентификации фейка, разработать лингвистическую и цифровую модели данного типа речевого воздействия. На основе результатов исследования предложено авторское толкование феномена «фейк».

Ключевые слова: речевое воздействие, фейк, манипуляция, фейковые новости, верифицируемость.

Вербальный аспект реализации речевого воздействия на широкую аудиторию средствами массовой информации предполагает их обращение к таким явлениям, как аргументация, убеждение и – значительно реже – коммуникативное давление. Особенно актуальным в рамках медиадискурса становится феномен «фейк», позволяющий в скрытой форме реализовать эффективное речевое воздействие. Имплицитный характер интенции, а также быстрая скорость распространения информации способствуют успешной реализации фейка, в частности, такой его разновидности, как фейковые новости. Имея метапредметный характер, феномен «фейк» является объектом исследования ряда гуманитарных дисциплин: социологии, политологии, психологии, когнитивистики, лингвистики и т.д. Несмотря на разность в толковании данного термина, сходным является параметр фальсификации данных, представленных широкому кругу реципиентов. В лингвистической науке, теории коммуникации фейк начал системно изучаться лишь во втором десятилетии двадцать первого века, что обусловлено возникновением и активным распространением новой формы существования данного явления – фейковых новостей.

Возникновение фейковых новостей привело к изменению принципов работы новостной индустрии [15]. В частности, с целью привлечь внимание общественности, журналисты могут преувеличить некоторые детали сообщаемого, намеренно исказить представленную информацию или же сфальсифицировать излагаемые сведения. Трансформация роли социальных се-

тей, переход от средства коммуникации к платформе распространения информации расширил каналы передачи данных и облегчил механизм реализации воздействия.

В целом, значительное распространение фейков связывают с президентскими выборами в США в 2017 году, что объяснялось многочисленными попытками дискредитировать политиков [12, с. 63–64]. С тех пор феномен «фейк» становится предметом активных лингвистических исследований. Следующим этапом, ускорившим развитие фейка и фейковых новостей, стали общественно значимые политические и социально-экономические события, как обострение русско-украинских отношений и пандемия COVID-2019. Однако несмотря на актуальность данной темы и достаточное количество исследований в современной лингвистической науке, представляется целесообразным отметить недостаточную разработанность теории фейка и отсутствие не только единого определения данного феномена, но и систематизированного подхода к его изучению. Большинство ученых направляют свои усилия на детальный анализ таких аспектов фейков, таких как их источники и механизм распространения, способы и каналы реализации воздействия, а также методы выявления фейковой информации и борьбы с ней.

Отсутствие единой теории фейка, а также наличие множества подходов к его интерпретации позволяет говорить о новизне данной темы в рамках современной науки о языке. В данной работе предпринята попытка систематизации существующих подходов к определению феномена фейк в русскоязычном и англоязычном дискурсе, в связи с чем представляется целесообразным применить описательный и сопоставительный метод.

Собственно понятие фейка в лингвистике возникло в начале двадцать первого века вследствие калькирования английской лексемы *fake*, подразумевающей «хитрость, обман; подделку, фальсификацию, подлог» [4, с. 113]. В этимологическом словаре английского языка Д. Харпера [11] находим сведения о том, что впервые данное слово было засвидетельствовано в уголовном лондонском жаргоне в форме имени прилагательного “*counterfeit*” («поддельный, фальшивый», 1775), глагола “*to rob*” («грабить», 1812) и имени существительного “*swindler*” («обманщик, мошенник», 1888).

В то же время этимологический словарь [11] отсылает нас к немецкому глаголу *fegen*, прямое значение которого (“*polish, sweep*”// «полировать, подметать») трансформируется в разговорном стиле: “*to clear out, plunder*” («очищать, грабить»). Согласно другой версии, представленной в данном словаре, *fake* может происходить от лат. *facere* в значении “*to do*” («делать»), однако эта точка зрения менее аргументирована и распространена, чем представленная выше. Подобное можно объяснить непрерывной трансформацией воровского жаргона, в соответствии с чем определить истинное происхождение большей части включенных в него лексем часто не представляется возможным.

Русско-американский лингвист А. С. Либерман также придерживается данной точки зрения, предлагая считать, что слово *fake* возникло в тайном подземном мире лондонских грабителей приблизительно в середине восемнадцатого века [10]. При этом исследователь обращает внимание на закрепление данной лексемы в британской литературе после публикации «Оливера Твиста» Ч. Диккенса. В романе для характеристики главного героя используется сложное имя существительное *clyfacker*, где *cly* – кошелек, а *fake* – воровать, красть. Также А. С. Либерман выдвигает предположение, что *fake* относится к группе слов германских языков, имеющих родственные корни *fik-fak-fuk*, а само непосредственно происходит от глагола *fuck* в значении “*to cheat*” (обманывать) [10].

В современной отечественной лингвистике исследование данного явления осуществлено фрагментарно, при этом, на наш взгляд, особый интерес представляют работы О. С. Иссерс и С. Н. Ильченко, созданные в рамках коммуникативного подхода.

В частности, О. С. Иссерс предлагает рассматривать в качестве фейкового материала «любую подделку, выдаваемую за настоящую вещь» [4, с. 113]. В то же время исследователь обращает внимание на то, что непереносимым условием реализации подделки служит сдвиг ситуационной рамки («рефрейминг базовой ситуации»), вследствие чего можно говорить о репрезентации мистификации в предложенном материале [4, с. 116]. Еще одним фактором, определяющим успешное функционирование фейковых материалов, выступает нарушение законов формальной логики, а также норм этики, что ведет к дискредитации объекта фейка, представлении его в выгодном для коммуникатора свете. Автор данного подхода сосредотачивает внимание на общих признаках анализируемого лингвистического явления, не вычлняя признаков, дифференцирующих его от прочих видов речевого воздействия.

Подобной точки зрения придерживается С. Н. Ильченко, в работе «Фейк в практике электронных СМИ: критерии достоверности» предлагающий следующее определение фейка: «журналистское сообщение, опубликованное в СМИ, содержащее недостоверную и непроверенную информацию, не соответствующую реальным фактам и эмпирической действительности» [3]. Автор указывает на факультативность злого умысла, стремления дискредитировать кого-либо среди мотивов создания фейка, мотивируя это тем, что часто фальшивка возникает вследствие невнимательности редактора. Данная трактовка сущности фейка представляется некорректной, так как в статье 13.15. КоАП РФ «Злоупотребление свободой массовой информации» установлены обязательные признаки фейка, в том числе и намеренный злой умысел: «заведомо недостоверной общественно значимой информации под видом достоверных сообщений» [1]. В качестве основного идентифицирующего признака С. Н. Ильченко выделяет ограниченный диапазон существования – от нескольких часов до одних суток, отмечая необходимость

дальнейшего уточнения критериев выявления фейка в рамках современной лингвистической науки [3]. Примечательно то, что названные выше исследователи приводят наиболее общее определение анализируемого явления, не отграничивая сферы функционирования фейка и не учитывая его дифференциальных признаков.

Фейком предлагается считать вид некорректного (деструктивного) речевого воздействия, реализующийся в эксплицитной форме при наличии имплицитной интенции и предполагающий трансформацию когнитивной и/или эмоциональной сферы адресата посредством репрезентации общественно значимой фальшивой информации под видом достоверных сообщений, несущих угрозу причинения вреда объекту фейка и обладающих деструктивной коммуникативной перспективой [6, с. 66]. В аспекте юридической лингвистики значимыми признаками являются «заведомая недостоверность» и «общественная значимость» сообщения. Это позволяет исключить сообщения—«ошибки», возникшие в результате путаницы либо невнимательности редактора, из типологии фейковых новостей [5, с. 138].

В англоязычном научном дискурсе представлен несколько иной подход к рассмотрению сущности феномена «фейк». Так, в зарубежном языкознании следует отметить прежде всего работы Д. Лазера [9, с. 1094], М. Гентскова [8, с. 214–218], Э. Тандока и других [13, с. 137–140], в которых подчеркивается метапредметный характер исследуемого объекта в связи с его междисциплинарным характером. Фейк находится на стыке таких областей научного знания, как лингвистика, политология, экономика и социология. В частности, Х. Оллокот и М. Гентсков при определении фейка и фейковых новостей в отдельности рассматривают в качестве дифференцирующих признаков способность подобных текстов вводить читателей в заблуждение, преднамеренное искажение представленной информации, а также возможность верификации – установления ложного характера распространяемых материалов: “...to be news articles that are intentionally and verifiably false, and could mislead readers” [8, с. 213]. В целом данное определение соответствует подходу к описанию фейка в отечественном медиадискурсе, однако упускается такая его характеристика, как «общественно значимый». В связи с этим можно говорить о расширении содержания понятия «фейк» в англоязычном дискурсе и, отнесении к нему сообщений, публикуемых на «новостных» порталах юмористического и сатирического характера (The Cracked, The Daily Currant, The Hard Times, The Huzlers, The Onion, The ScrappleFace и т.д.).

Стоит отметить, что подобные материалы имеют воздействие лишь в случае неосведомленности реципиента о специфике изучаемого ресурса, т. е. информация на данных сайтах актуальна лишь в первые несколько посещений, позже она воспринимается как априори недостоверная. Еще один случай повышенного внимания аудитории к материалам данных сайтов – публикация сенсации и случайный выбор юмористического портала среди

прочих источников, что обусловлено невнимательностью человека при беглом прочтении. В качестве цели создания фейковых сообщений исследователи выделяют идеологическую и экономическую, подразумевая под первой продвижение публичных лиц или идей часто в комплексе с дискредитацией людей / мнений, а под второй – монетизацию собственной деятельности – кликбейт. В целом, данные интенции совпадают с механизмами отечественного медиадискурса, где создание фейков зачастую обусловлено стратегиями дискредитации и самопрезентации.

Несколько иной подход встречаем в работе Д. Лазера, который акцентирует внимание на форме данного явления, но не цели его создания и содержании: «...to be fabricated information that mimics news media content in form but not in organizational process or intent» [9, с. 2]. В качестве основной черты фейка исследователь выделяет сфабрикованный характер представленной информации, а также маскировку подобного текста под настоящий достоверный новостной фрагмент. В данном определении присутствует указание на различие интенции создания фейка, однако автор не конкретизирует цель конструирования и последующего распространения поддельных данных. При этом Д. Лазер подчеркивает тот факт, что предложенная им концепция не включает рассмотрение источников возникновения фейковых материалов, а также стратегии их распространения [9, с. 2].

В свою очередь, Чи-Цзянь Ван предлагает понимать под фейком, в частности, под фейковыми новостями, новостные сообщения, которые содержат ложную информацию, однако при этом указание на поддельный характер представленных сведений отсутствует [14, с. 149]. Следует отметить, что данное определение является наиболее общим из представленных в англоязычном медиадискурсе, в качестве основной характеристики выделяется фальсифицирование распространяемого материала. В то же время автор предлагает нетрадиционное разграничение таких понятий, как “fake news” и “false news”, основное различие которых заключается в намерении коммуникатора при создании поддельного текста. Так, “fake news” характеризуются преднамеренным искажением информации с целью достижения определенной выгоды, в то время как “false news” предполагают наличие неточной информации, независимо от того, умышленно или нет были искажены представленные сведения [14, с. 149]. Таким образом, понятия “fake news” и “false news” находятся в гиперо-гипонимических отношениях, при этом второе является наиболее общим, широким.

Иной подход к определению фейка находим в работах Э. Тандока, который в качестве основных критериев установления фейкового характера информации предлагает рассматривать «уровень фактичности» (“level of facticity”) и «уровень обмана» (“level of deception”) [13, с. 147]. Первый критерий подразумевает степень использования реальных фактов в рамках подделки (имеется / не имеется фактическая основа), иными словами, рассмат-

ривается, насколько сообщение соотносится с реальными фактами объективной действительности. Второй критерий предполагает характер намерения коммуникатора – степень того, насколько он намерен ввести в заблуждение читателя, с какой целью подделывает информацию (подшутить над объектом фейка, сыронизировать, ввести в заблуждение, дискредитировать и т. д.). В соответствии с этими показателями, фейк в чистом виде характеризуется низким «уровнем фактичности» и высоким «уровнем обмана», а прочие комбинации составляют разновидности фейка: нативную рекламу, новостную сатиру, новостную пародию, пропаганду и манипуляцию. На наш взгляд, данный подход, охватывает достаточно широкий пласт языкового материала и включает явления, смежные с фейком, но не являющиеся им, такие как пропаганда, манипуляция и т. д. В рамках практики речевого воздействия и профилактики создания и распространения фейков следует разграничивать данные явления и опираться на более четкие определения и дифференциальные признаки.

В результате, можно говорить о том, что в англоязычном научном дискурсе представлено более общее определение феномена «фейк» по сравнению с русскоязычным дискурсом, при этом на первый план выходит поддельный характер представленной информации, а такой критерий, как интенция автора, представляется второстепенным и в некоторых случаях вариативным. Подобный подход позволяет сконцентрировать внимание исследователей на механизме реализации подделки, однако в то же время ведет к смешению фейка и смежных лингвистических явлений, например, убеждения, манипуляции, пропаганды и т. д.

Таким образом, феномен «фейк», заимствовав свое название в восемнадцатом веке, в российском коммуникативном пространстве начал активно функционировать в 2014–2015 годах в связи с событиями на Украине, повлекшими за собой обострение российско-украинских отношений. Выбор каналов распространения информации и специфика механизма распространения привели к возникновению особого формата фейка – фейковых новостей, что позволяет увеличить скорость распространения ложной информации, а также круг потенциальных реципиентов. В то же время данное явление, имеющее цель повлиять на определенную аудиторию, трансформировать ее поведение или мнение, подразумевает воздействие на сознание и эмоционально-волевую сферу реципиента. Множественность подходов к определению фейка позволяет судить о его несформированности в лингвистической среде, а также об отсутствии четко выделенных признаков и особенностей функционирования. В целом представляется целесообразным рассматривать фейк как специфический вид речевого воздействия, успешность реализации которого обусловлена интенсификацией предмета сообщения и долгосрочной коммуникативной перспективой.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Кодекс РФ* об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ (в ред. Федерального закона от 03.06.2009 № 112-ФЗ) [Электронный ресурс]. – URL : https://base.garant.ru/12125267/07a4a413953ad94308be69165d05fd74/#block_131509 (дата обращения: 15.01.2024).
2. *Землянова Л. М.* Коммуникативистика и средства информации. Англо-русский толковый словарь концепций и терминов. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. – 415 с.
3. *Ильченко С. Н.* Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2016. – Т. 153. – № 22-3.
4. *Иссерс О. С.* Медиафейки: между правдой и мистификацией // Коммуникативные исследования. – 2014. – № 2.
5. *Ляшенко Д. И., Меликян В. Ю.* Когнитивная интерпретация феномена «фейк» как жанра медиадискурса // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2022. – № 3.
6. *Ляшенко Д. И., Меликян В. Ю.* Феномен «фейк» в системе видов речевого воздействия // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2021. – № 3.
7. *Романовский И. И.* Масс медиа: словарь терминов и понятий // Союз журналистов России. – 2004.
8. *Allcott, H., Gentzkow, M.* Social media and fake news in the 2016 election // Journal of economic perspectives. – 2017. – № 2 (31).
9. *Lazer DMJ. et al.* The science of fake news // Science. – 2018. – № 6380 (359).
10. *Liberman, A., Mitchell, J.L.* An Analytic Dictionary of English Etymology: an introduction. – University of Minnesota Press, 2008. – 368 p.
11. *Online Etymology Dictionary.* 2001. Douglas Harper (OED) [Electronic resource]. – URL : <https://www.etymonline.com/word/fake> (data of access: 15.01.24).
12. *Persily, N.* The 2016 US Election: Can democracy survive the internet? // Journal of Democracy. – 2017. – № 28(2).
13. *Tandoc, Jr EC., Lim, ZW., Ling, R.* Defining “fake news” A typology of scholarly definitions // Digital journalism. – 2018. – № 2 (6).
14. *Wang, C.C.* Fake news and related concepts: Definitions and recent research development // Contemporary Management Research. – 2020. – № 3.
15. *Westlund, O.* Mobile news: A review and model of journalism in an age of mobile media // Digital Journalism. – 2013. – № 1(1).

АНГЛИЦИЗМЫ В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ПОДРОСТКА

*Южный федеральный университет,
г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация
Школа №47, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация*

Аннотация. В статье рассматриваются разновидности и способы образования англицизмов, употребление их в молодежном сленге, а также потенциал англицизмов при изучении и обучении английскому языку.

Ключевые слова: английский язык, заимствования, англицизмы, подростки.

Как известно, любой язык – это средство общения. Это живой, динамичный организм, который в процессе своего развития прибегает к заимствованию слов из других языков.

В последние десятилетия, в связи с глобализацией мы неизбежно наблюдаем процессы трансформации во всех сферах жизни общества. Появилось много новых понятий, терминов в области экономики, техники, политики, в сфере компьютерных технологий. Это не могло не затронуть и русский язык, как систему. В нем появилось большое количество иноязычных заимствований, особенно английских.

Английский язык продолжает оставаться международным средством общения и обязательным предметом во всех школах и вузах России. Английский язык помогает людям из разных стран и культур взаимодействовать посредством интернета, социальных сетей. Поэтому англоязычная лексика присутствует в речи современных молодых людей, постоянно пополняется новыми словами и выражениями, заимствованиями (англицизмами).

Само по себе слово «англицизм» интуитивно дает нам понимание сущности этого явления. Это заимствование из английского языка. Данное определение дает и С. И. Ожегов, российский языковед, лексиколог, исследователь норм русского литературного языка, доктор филологических наук. Англицизм – слово или оборот речи в каком-нибудь языке, заимствованные из английского языка или созданные по образу английского слова или выражения.

Важной особенностью англицизмов является их культурная ценность. Каждый англицизм несет в себе определенную культурную информацию о стране, где английский является родным языком. Изучение англицизмов позволяет молодым людям погрузиться в англоязычную культуру, понять ее специфику и особенности.

Обзор социальных сетей в Интернете, постов модных блогеров, страничек молодежных сообществ, а также анкетирование обучающихся 7-11

классов Школы № 47 г. Ростова-на-Дону показало, что англицизмы можно классифицировать по сферам общения: 1. Власть, политика, экономика. 2. Средства массовой информации, интернет. 3. Спорт. 4. Техника, компьютер. 5. Кино, музыка. Вот как распределили англицизмы по сферам общения респонденты школьники:

- Повседневная, бытовая – 56 чел. – 71 %;
- Компьютер, техника – 30 чел. – 38 %;
- Политика, Экономика, финансы – 2 чел. – 3 %;
- Спорт – 16 чел. – 20,5 %;
- СМИ, интернет – 25 чел. – 32 %.

Рассмотрим разновидности англицизмов. Некоторые из них являются лексическими англицизмами, то есть представляют собой отдельные слова английского происхождения. Примерами таких слов могут быть «компьютер», «айфон», «смартфон» и другие. Они успешно интегрировались в русский язык и стали неотъемлемой частью его словарного состава.

Другая разновидность англицизмов – цитатные англицизмы. Это фразы или выражения, которые заимствованы из английского языка и используются в оригинальной форме. Примеры таких цитатных англицизмов включают «no comment» (нет комментариев), «cool» (классно), «thank you» (спасибо) и многие другие. Цитатные англицизмы, особенно молодежные, часто становятся составляющей сленга и используются для создания собственной уникальной речевой марки молодежной культуры.

Способы образования англицизмов могут быть различными. Одной из наиболее распространенных форм образования англицизмов является заимствование слов и выражений как есть, без изменений (например, «шоу», «маркетинг», «сайт»). Еще одним способом образования англицизмов является калька – буквальное перевод слова или выражения с английского языка (например, «замок без ключа» – «кэшбэк», «бандл» – «пакет»). Также часто используются адаптированные английские слова и выражения, в которых происходят изменения под влиянием русской грамматики и фонетического строя (например, «компьютер» – «комп»).

Язык – явление многостороннее, он отражает различные аспекты человеческой деятельности и предполагает наличие различных слоёв лексики, в зависимости от субкультуры говорящего. Так, например, в молодежной культуре, которая отличается своей экспрессивностью, резкостью, иногда грубостью, очень популярны сленговые выражения, которые можно использовать, как правило, в бытовом межличностном общении с равным себе по роду деятельности или образованию человеком. Следствием этого является появление молодёжного сленга.

Сленг изучается многими лингвистами, и все они отмечают экспрессивность и эмоционально-оценочный характер данных слов, а так же юмористическое отношение говорящего на сленге к предмету речи.

В молодежной среде широко используются разнообразные англицизмы. Как показало анкетирование, проведенное нами в 7-11 классах школы № 47 г. Ростова-на-Дону, а также опрос среди студентов 1 и 2 курсов Южного федерального университета, англицизмы придают разговору более современный и интернациональный характер, а также выражают индивидуальность и «модность» молодежи. На вопрос о причинах использования англицизмов в своей речи респонденты дали следующие ответы:

- а) в русском языке нет такого понятия – 21 чел. – 27 %;
- б) с их помощью мне легче и быстрее объяснить то, что хочу сказать – 47 чел. – 60 %;
- в) для меня английские слова более выразительны, чем слова русского языка – 7 чел. – 9 %;
- г) мне кажется, что английские слова более «ученые» – 1 чел. – 1,2 %;
- д) я использую английские слова, чтобы конкретизировать значение русского языка – 6 чел. – 7,6 %.

Знание англицизмов позволяет подросткам использовать более точные и выразительные выражения, что делает их речь более естественной и привлекательной. Кроме того, использование англицизмов может помочь развить свою креативность и оригинальность в использовании языка.

Англицизмы помогают молодым людям использовать сленговые выражения и фразы, которые широко распространены в повседневной речи носителей языка. Это важно для того, чтобы молодые люди могли общаться и понимать носителей языка в реальных ситуациях. Например, знание англицизмов может помочь понять, что означает выражение «to hang out» (проводить время вместе) или «to chill» (расслабиться).

Англицизмы могут сыграть важную роль в изучении английского языка и имеют потенциал, способствующий развитию коммуникативных навыков и пониманию культуры англоязычных стран. Одним из основных преимуществ англицизмов является их легкость запоминания и понимания. Большинство англицизмов звучат и выглядят похоже на свои родные английские аналоги, что делает их более доступными для подростков. Это позволяет быстро расширять словарный запас и использовать новые слова и выражения в реальных коммуникационных ситуациях.

В процессе изучения английского языка многие обучающиеся сталкиваются с проблемой восприятия, запоминания и использования большого количества новых слов и выражений. Однако использование англицизмов в обучении может значительно упростить этот процесс и сделать его более интересным и эффективным. Изучение англицизмов имеет целый ряд лингводидактических аспектов, которые могут эффективно влиять на процесс овладения иностранным языком.

Использование англицизмов в изучении английского языка позволяет обучающимся расширять свой словарный запас и улучшать навыки понима-

ния на слух. Использование англицизмов позволяет узнать и понять термины и выражения, которые широко используются в различных областях знаний. Например, в науке и технологиях существует множество специализированных терминов, которые могут быть сложными для понимания на первых этапах изучения языка. Однако, если молодые люди будут знакомы с англицизмами, они смогут легче осваивать новые концепции и идеи. Англицизмы, которые широко используются в разговорной речи и в СМИ, позволяют русскоговорящим молодым людям быть более свободными и естественными в своей речи. Ребята также узнают о различных аспектах жизни и культуры англоязычных стран через изучение англицизмов.

Использование англицизмов может помочь подросткам развить навыки говорения и письма на английском языке. Кроме того, англицизмы помогают студентам развивать навыки чтения и понимания текстов на английском языке. Многие тексты, особенно в сфере бизнеса и медиа, содержат англицизмы, и знание этих слов и выражений поможет студентам более полно понять содержание текста. Кроме того, англицизмы могут быть использованы в качестве ключевых слов при чтении и поиске информации в Интернете. В их большом количестве англицизмы могут представлять вызов для студентов, которые должны научиться распознавать и понимать их значения в контексте. Это способствует развитию навыков работы с текстами, построению связного смысла и различению оттенков значений.

Англицизмы также содержат в себе информацию о лингвистических и культурных особенностях английского языка. Они отражают исторические, социальные и культурные контексты использования английского языка. Это помогает обучающимся понять, как английский язык функционирует в различных сферах жизни, таких как искусство, наука, политика, бизнес и др. Помимо этого, англицизмы являются неотъемлемой частью разных языковых структур и фразовых оборотов. Изучение и использование англицизмов помогает обучающимся освоить сложные языковые конструкции и грамматические правила. Это также улучшает их способность адаптировать и применять изученные структуры в своей собственной речи.

Наконец, изучение англицизмов способствует развитию культурной и лингвистической компетенции подростков. Вместе с англицизмами, они изучают и культурные аспекты стран, где английский является родным языком. Это помогает им лучше понять специфику, менталитет и обычаи англоязычных стран и говорящих на английском языке людей. Англицизмы помогают молодым людям оценить и понять культурные отличия и особенности англоязычных стран. Подростки могут изучать англицизмы, связанные с историей, литературой, музыкой и другими аспектами культуры англоязычных стран.

В целом, англицизмы имеют огромный потенциал при изучении английского языка. Использование англицизмов при изучении английского

языка может быть полезным и эффективным, поскольку они помогают молодым людям лучше понять и запомнить новые слова и выражения. Они помогают развивать навыки языкового общения, улучшать восприятие иностранной речи, а также понимать и адаптировать себя к культурным особенностям англоязычного мира. Изучение англицизмов предоставляет глубокое понимание английского языка и его роли в современном мире.

Сбор эмпирических данных по нашему исследованию предполагал получение практических результатов. С целью проверки нашей гипотезы о том, что использование англицизмов оправдано и способствует повышению мотивации к изучению английского языка, как одного из обязательных предметов в школе и ВУЗе, нами было проведено анкетирование, а с целью выявления наиболее часто употребляемых англицизмов был проведен опрос. Анкета «Англицизмы в молодежном сленге» (см. приложение 1) содержала 11 вопросов и была анонимной. В опросе-беседе приняли участие студенты 1 и 2 курсов неязыковых факультетов Южного федерального университета.

В анкетировании приняли участие 78 человек 8–11 классов МБОУ «Школа № 47 г. Ростов-на-Дону». После собранные анкеты были статистически обработаны.

Мы получили следующие результаты. Как видно диаграммы, большая часть опрошенных используют англицизмы в своей речи. В частности, 95 % – используют их в своей речи: из них «часто» – 56 % опрошенных, «иногда» – 24 %, «редко» – 15 %. 5% респондентов не используют англицизмы «никогда». Интересно, что это именно те обучающиеся, которые определяют свой уровень владения английским языком (согласно Европейской шкале владения английским языком) как крайне низкий. Можно сделать вывод о том, что англицизмы положительно влияют на знание английского языка в целом.

Значение используемых в речи англицизмов знает 100 % респондентов, давших утвердительный ответ. Окружающие люди понимают 88 % респондентов, использующих англицизмы в речи (понимают полностью 74 %, понимают, но не всегда – 14 %). 12 % респондентов остаются «не понятыми».

На вопрос «Как вы относитесь к заимствованиям и их использованию?» были получены следующие ответы:

- а) мне так удобно; 45 чел. – 57 %;
- б) иногда без них не обойтись; 20 чел. – 25,6 %;
- в) лучше их не употреблять, чтобы не засорять родной язык; 7 чел. – 9 %;
- г) ваш вариант – ответ «прикольно» 4 чел. – 5 %.

Вопрос «Как вы относитесь к увеличению числа англицизмов в русском языке» был направлен на уточнение осведомлённости молодых людей

о процессах, происходящих в родном языке и отношении к этому. Были получены следующие результаты: а) положительно – 57 чел. – 73 %, б) нейтрально – 14 чел. – 17 %, в) отрицательно – 4 чел. – 5 %. Примечательно, что отрицательно к этому процессу относятся те ребята, которые не используют англицизмы в своей речи и те, которые определяют свой уровень владения английским, как крайне низкий.

В ходе практической части исследования мы пришли к следующим выводам:

1. Отношение к англицизмам у большинства подростков положительное.
2. Современные подростки используют английские заимствования часто, и не могут представить свою речь без них.
3. Они пополняют и расширяют словарный запас подростков, тем самым обогащая его.
4. Англицизмы делают речь более выразительной, доступной и понятной для понимания, по мнению наших подростков.
5. Употребляя англицизмы, подростки чувствуют себя уверенно, модно, комфортно. Английские заимствования повышают самооценку подростков и способствуют их самовыражению и самоутверждению.
6. Англицизмы играют важную роль в общении подростков, так как прочно вошли в речь современной молодёжи
7. Подростки, не использующие англицизмы в своей речи, крайне плохо владеют английским языком.
8. Англицизмы положительно влияют на изучение английского языка и повышение мотивации к этому.

В современном меняющемся мире английский язык продолжает быть востребованным и широко используется в разных аспектах жизни и деятельности. Поэтому нет сомнений в том, что владение английским языком является одним из ключевых навыков, которые могут повысить конкурентоспособность и открыть новые возможности для успешной карьеры молодых людей. Изучение англицизмов обладает значительным лингводидактическим потенциалом. Оно позволяет расширить словарный запас, улучшить активное использование английского языка, а также развить культурную и лингвистическую компетенцию. Использование англицизмов при изучении английского языка может быть полезным и эффективным. Они помогают лучше понять специализированные термины, повседневные фразы и развить свою креативность в использовании языка.

Если изучение английского языка происходит вместе с преподавателем, то нельзя не отметить, что эффективное использование англицизмов в процессе обучения требует от преподавателя особого внимания. Необходимо быть осторожными с использованием англицизмов, следует учитывать их контекст и формальность. Преподаватели должны знать, как организовать обучение с учетом специфики англицизмов, подбирать лексические

единицы, соответствующие уровню владения языком студентов, и предоставлять достаточное количество практических упражнений и аутентичных материалов. Важно помнить о балансе и основных принципах обучения английскому языку, чтобы англицизмы стали дополнением и усилением основного учебного материала. При правильном подходе со стороны преподавателя английский язык с англицизмами становится не только предметом учебы, но и живым инструментом коммуникации и понимания межкультурных особенностей англоязычных стран.

Англицизмы играют большую роль в жизни современных подростков г. Ростов-на-Дону. Молодые люди часто используют англицизмы, и ни один подросток не мыслит свою жизнь без использования английских заимствований на современном этапе развития языка. Англицизмы прочно вошли во все сферы человеческой жизнедеятельности. Они пополняют и расширяют словарный запас подростков, обогащая их речь. Англицизмы преобразуют речь, делают её более выразительной, доступной для понимания, повышают самооценку подростков и способствуют самовыражению и самоутверждению молодых людей в подростковой среде.

На основании результатов данного исследования видно, что владение англицизмами необходимо для полноценной речевой коммуникации в подростковой среде. Употребляя англицизмы, подростки чувствуют себя уверенно, модно, комфортно в кругу сверстников и друзей. К тому же, употребление англицизмов – это шаг к познанию английского языка. Но стоит заметить, что чрезмерное употребление англицизмов вредит самобытности родного языка. Вот почему англицизмы следует употреблять с осторожностью, не нарушая нормы русского языка и сохраняя его величие. Использование английских заимствований всегда должно быть оправдано.

Полученные в ходе исследования данные подтверждают предположение о широком использовании англицизмов как общемировой тенденции к интернационализации. В ходе работы был составлен список англицизмов, используемых в молодёжном сленге и проведены устный опрос и анкетирование подростков г. Ростова-на-Дону.

Результаты нашей работы мы рекомендуем использовать на уроках русского и английского языка, по теме иноязычные заимствования в русском языке, на классных часах и различных мероприятиях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агузарова К. Молодежный сленг // Дарьял. – 2004. – № 6.
2. Анохина С. В. Активные процессы современного словопроизводства. – Белгород, 1999. – С. 7–10.
3. Бегларян С. Г. Англоязычные заимствования в русском языке // Молодой учёный. – 2017. – № 41. – С. 674.
4. Борисова-Лукашанец Е. Г. «Лексические заимствования и их нормативная оценка (на материалах молодёжного жаргона 60-70 годов)». – Москва : «Наука», 1999.

5. Брейтер М. А., Брейтер М. А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: Пособие для иностранных студентов-русистов. – Владивосток : Диалог-МГУ, 1997. – С. 4–35.

УДК 81'42

Рыбникова И. С.

АНАЛИЗ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ ВОЗДЕЙСТВИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНАХ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

*Белгородский государственный университет,
г. Белгород, Российская Федерация*

Аннотация. Данная статья посвящена анализу языковых средств воздействия в англоязычных рекламных слоганах парфюмерно-косметической продукции. Исследование позволило выявить особенности использования языковых средств воздействия в рекламных слоганах на лексическом, фонографическом и синтаксическом уровнях языковой системы. Результаты работы могут быть полезны для специалистов в области маркетинга, рекламы и лингвистики, а также для производителей парфюмерно-косметической продукции, планирующих разработку эффективных рекламных кампаний.

Ключевые слова: реклама, рекламный дискурс, рекламный слоган, языковые средства воздействия, парфюмерно-косметическая продукция.

XXI век характеризуется значительной степенью воздействия информационного поля на человека. Особое место в этом занимает реклама, поскольку на адресата оказывается комплексное влияние за счет множества используемых манипулятивных тактик. Как правило, реклама достигает своей главной цели – информирование адресата, побуждая его к покупке и употреблению продукта. Реклама является одним из самых ярких явлений современного мира, увлекающая человека независимо от его возраста и социального статуса.

В современных лингвистических исследованиях определение рекламы варьируется. Так, В. М. Аврасин считает рекламу «одной из моделей социального и динамического процесса общения» [1, с. 190]. Т. С. Талалай называет рекламу «элементом социальной культуры общества, главной целью которой является воздействие на потребителя» [3, с. 94].

Более широкое понимание рекламы можно рассмотреть при помощи дискурсивного подхода. Трактовка термина «рекламный дискурс» вызывает сложности, так как он рассматривается не только лингвистами, но и исследователями других отраслей науки. Согласно Н. Н. Кохтеву, «рекламный

дискурс – это разновидность институционального дискурса, организующегося набором типичных для определенной сферы ситуаций общения, представлением о привычных моделях речевого поведения, характерных для тех или иных социальных ролей, определенной тематикой и вытекающих из них речевых стратегий» [2, с. 14]. Институциональное общение понимается автором как коммуникация между представителями общественных институтов со своими системами ценностей.

Рекламный дискурс существует в визуальной, аудиальной и аудиовизуальной формах. Первую группу представляют печатная, газетно-журнальная и фотореклама. Ко второй группе относится радиореклама и устные сообщения, к третьей принадлежит теле- и кинореклама

Рассмотрев рекламу с позиции дискурсивного подхода, можно сделать вывод, что рекламное объявление – это состоящее из вербальных и невербальных компонентов визуальное или аудиальное сообщение о товаре или услуге с целью побудить реципиента к покупке рекламируемого продукта.

Термин «слоган» происходит от слова “*Sluagh-ghairm*”, произносимого как “*Slogorm*” от шотландского гэльского языка, что означает «боевой клич». Слоганы, являясь одним из основных элементов рекламы, играют значимую роль в формировании бренда. Благодаря своей яркой и оригинальной форме, а также различным средствам выразительности они способны выполнять свою основную функцию привлечения внимания потребителя к рекламированному продукту или услуге.

Проведенное практическое исследование языковых средств воздействия в рекламных слоганах парфюмерно-косметической продукции позволило сделать ряд выводов.

Лексические средства воздействия в рекламных слоганах используются для привлечения внимания потенциальных потребителей, создания положительного имиджа продукта, установления эмоциональной связи с аудиторией, а также для убеждения в необходимости приобретения рекламируемого товара. На лексическом уровне наиболее распространенными средствами воздействия в рекламных слоганах являются следующие стилистические приемы:

- эпитеты (лексика, связанная с чувствами и эмоциями и указывающая на превосходство продукции). Например,

1. *Passionate* – “With this floral-sensual ladies’ fragrance, a *passionate* ‘Yes’ sounds particularly beautiful” (Your Beauty Professional Network). Используется в рекламе помад и румян, создающих смелый образ. Привлекает желающих выразить свою индивидуальность при помощи макияжа.

2. *Luxurious* – “*Luxurious* care for firming and tightening” (La Prairie). Используется в рекламе высококачественных средств по уходу за кожей. Это привлекает клиентов, готовых потратить больше средств на продукты премиум-качества.

3. Perfect – “Your *perfect* complexion” (Lancôme). Наиболее часто употребляемое слово в рекламных текстах, уверяющее потребителя в максимальной эффективности и качестве продукта.

- антонимы. Например,

1. “Strong enough for a *man* ... but made for a *woman*” (Secret Deodorant).

В данном примере противопоставление основано на антонимах “man” и “woman”.

- метафора. Например,

1. “Because You’re Worth It” (L’Oreal). Этот слоган использует метафору, где косметика сравнивается с чем-то ценным и достойным, что подчеркивает идею о том, что каждый человек заслуживает заботы о своей внешности.

2. “Maybe she’s born with it. Maybe it’s Maybelline” (Maybelline New York). Здесь метафора создает ассоциации косметического продукта с природной красотой, а также подчеркивает возможность улучшить ее с помощью продукции Maybelline.

- олицетворение. Например,

1. “Beauty is a state of mind” (Dove). В данном лозунге красота олицетворена как субъект со своим собственным сознанием. Этот слоган подчеркивает идею красоты как внутреннего состояния, а не только внешнего вида.

2. “Nivea brings your skin to life!” (Nivea). В данном слогане рекламодатели используют олицетворение, с помощью которого у реципиента создается яркий образ «спасающей» косметики, которая способна оживить кожу.

- гипербола. Например,

1. “Barry M. The most colourful name in cosmetics” (Barry M). В данном слогане используется гиперболизированный эпитет “the most colourful name”, с помощью которого заостряется внимание аудитории на уникальности и эффективности продуктов данного бренда.

- каламбур. Например,

1. “Live. Unlimited colors from Schwarzkopf ahead in beautiful hair” (Schwarzkopf). В данном слогане эффект каламбура достигается за счет использования слова “ahead” (в значении «передовые идеи/технологии»), которое напоминает слитное написание сочетания “a head”, то есть верхняя часть человеческого тела, обозначающее нечто главенствующее. Так, рекламодатель обыгрывает звучание /hed/ и призывает потенциальных потребителей приобретать краски от Schwarzkopf – компании, производящей передовые продукты и лучшие средства для ухода за волосами.

2. “OMGel!” (Sally Hansen). В данном примере каламбур основан на использовании слова “OMGel”, которое является отсылкой к разговорной аббревиатуре OMG (Oh My God).

- использование императивных форм глагола. Например,

1. “Try it out!” (LVMH). В данном слогане императивная форма глагола используется для создания ощущения срочности и побуждения к немедленным действиям.

2. “Experience the difference!” (Maybelline New York). Фраза используется для создания чувства предвкушения и ажиотажа вокруг конкретного продукта.

3. “Live. Love. Now” (Yves Saint Laurent). В данном примере использование императивных форм глагола усиливает динамичность рекламного обращения.

- употребление личных местоимений. Например,

1. “Because You’re Worth It” (L’Oreal)

2. “Only you” (Nivea)

3. “Look how good you look now” (Avon)

В данных примерах происходит обращение к адресату при помощи местоимения “you”, что усиливает ощущение индивидуального подхода к потенциальному покупателю.

Таким образом, анализ англоязычных рекламных слоганов парфюмерно-косметической продукции позволяет определить, что использование лексических средств выразительности языка, таких как эпитет, метафора, олицетворение, гипербола, каламбур, а также императивные формы глагола, личные местоимения, являются наиболее частотными в составе рекламных текстов косметики. Стилистические средства лексического уровня помогают создать эффективные и запоминающиеся рекламные слоганы, которые привлекают внимание и вызывают интерес у потребителей.

Эффективность рекламного слогана во многом зависит от его звуковой и графической организации. Наиболее используемыми стилистическими приемами на фонографическом уровне являются:

- аллитерация. Например,

1. “Talk to your daughter before the industry does” (Dove). В данном примере содержатся повторяющиеся согласные звуки /d/ и /t/.

2. “Live. Love. Mesmerize” (Maybelline New York). В данном слогане содержится повторение согласных звуков /l/ и /m/.

- консонанс. Например,

1. “Between love and madness lies Obsession” (Calvin Klein). Данный слоган содержит консонанс, основанный на повторе звуков /n/ и /s/.

2. “The best a man can get” (Gillette). В данном примере содержатся повторяющиеся согласные звуки /n/ и /t/.

- ономотопея (звукоподражание). Например,

1. “Luscious lips that go mwah!” (Maybelline New York)

2. “Nails that shine like ching!” (Essie Nail Polish)

3. “Hair so silky, it’s like swish!” (Herbal Essences)

- рифма. Например,

1. “Maybe it’s Maybelline, make your beauty seen!” (Maybelline New

York)

2. “Easy, Breezy, Beautiful, CoverGirl!” (CoverGirl)
3. “Enrich your hair, show you care with L’Oreal’s flair!” (L’Oreal)

В данных слоганах при помощи рифмовки название бренда выходит на первый план, а ключевое слово, рифмующееся с названием бренда, сообщает потенциальному покупателю о достоинствах продукта.

- шрифтовыведение. Например, полноценное использование заглавных букв в целом предложении или в отдельном слове.

1. “HUGO is trend, HUGO is different, HUGO is urban” (Hugo Boss). В данном слогане использование графического выделения позволяет обратить внимание читателя на название бренда и его уникальность.

2. “NONSTOP moisture. NONSTOP freshlook” (MaxFactor). В данном слогане с помощью графического выделения слова «nonstop» акцентируется внимание потенциального покупателя на достоинстве рекламируемого продукта.

- использование различных символов. Например,

1. “#YouKnowMeAndYouDont” (Chanel). В данном слогане используется хэштэг # и слитное написание слов, что свидетельствует об адресованности слогана аудитории, активно пользующейся социальными сетями.

Таким образом, фонографические средства выразительности в рекламных слоганах помогают создать эмоциональную связь с потребителем, привлечь его внимание и запомниться. Они могут использоваться для передачи определенных ассоциаций, создания атмосферы и приятного звучания слога. При этом, фонетические средства повышают выразительность и эмоциональность слогана, в то время как графические средства усиливают эффект воздействия.

Синтаксические средства воздействия в рекламных слоганах используются для привлечения внимания потенциальных потребителей, создания запоминающегося и эмоционального впечатления, а также для усиления эффекта убеждения и уникальности предлагаемого продукта. На синтаксическом уровне наиболее распространенными средствами воздействия в рекламных слоганах являются следующие стилистические приемы:

- парцелляция. Например,

1. “Live. Love. Mesmerize” (Maybelline New York). В данном слогане используются парцеллированные конструкции, а также прослеживается постепенное нарастание смысла – градация. Это деление, кажется, отделяет одно понятие от другого, однако в то же время способствует восприятию их как единого целого, выстраивая перед нами логическую цепочку: жизнь предполагает любовь, а любовь влечет за собой очарование.

- анафора. Например,

1. “Be sexy. Be yourself” (Antonio Banderas). В данном примере анафора выполняет выделительную и усилительную функции, что подчеркивает притягательность аромата.

- антитеза. Например,

1. “Want long, strong, beautiful hair? Here’s the long and the short of how to get it” (Pantene). В данном примере контраст между “short” и “long” эффективно выделяет преимущества продвигаемого продукта.

- односоставные предложения. Например,

1. “The new game of life” (Kenzo)
2. “Only you...” (Nivea)

Данные слоганы представлены назывными предложениями, в которых отсутствует главный член предложения – сказуемое. Такие опущения облегчают рекламный текст и способствуют его запоминаемости.

- риторический вопрос. Например,

1. “Aren’t you glad you use Dial? Don’t you wish everybody did?” (Dial).

В данном слогане используется цепочка риторических вопросов. Эти вопросы направлены на подсознание и внутренние убеждения покупателя, мотивируя его к осознанному выбору мыла.

- эмоционально окрашенные восклицания. В контексте рекламы, использование восклицательных фраз служит в качестве мощных сигналов, подчеркивая значимость сообщения и насыщая его эмоциональной и экспрессивной силой. Например,

1. “Hello, tired skin, time to wake up!” (Neutrogene)
2. “Life is a beautiful sport. Explore the world of Lacoste!” (Lacoste)

Проанализировав рекламные тексты на предмет манипулятивных синтаксических приемов, можно сделать вывод, что применение определенных синтаксических средств языкового воздействия способствует созданию лаконичных и впечатляющих рекламных слоганов, которые притягивают интерес аудитории.

Таким образом, в результате практического исследования были выделены языковые средства воздействия в англоязычных рекламных слоганах парфюмерно-косметической продукции, представленные на различных уровнях языковой системы. Языковые средства воздействия используются для привлечения внимания целевой аудитории, создания положительного имиджа продукта, установления эмоциональной связи с аудиторией, а также для убеждения в необходимости приобретения рекламируемого товара.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аврасин В. М. Экономическая пресс-реклама в аспекте теории общения. – М. : ИЯ АН СССР, 1985. – 203 с.
2. Кохтев Н. Н. Реклама: искусство слова: рекомендации для составителей рекламных текстов. – М. : Изд-во Моск. гос. ун-та, 1997. – 226 с.
3. Талалай Т. С. К вопросу о рекламном дискурсе (на материале немецких текстов рекламы) // Вестник ОГУ. – Оренбург : Изд-во ОГУ, 2011. – № 11 (130). – С. 94–99.

ЭЛЛИПТИЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ КАК ГРАММАТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ПОСТРОЕНИЯ ЗАГОЛОВКА ТРЭВЕЛ-МЕДИАТЕКСТА БРИТАНСКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

*Московский педагогический государственный университет,
г. Москва, Российская Федерация*

Аннотация. Статья посвящена изучению функционирования эллиптического предложения как языковой единицы заголовка медиатекста. В ходе исследования определяются функции медиатекста в целом и заголовка как его части, описываются принципы и классификации эллиптических предложений, анализируются типы эллипсов как конструктивных элементов создания специфической грамматической формы заголовка статьи, в частности производится анализ функционирования эллиптических предложений заголовков статей трэвел-медиатекстов британского Интернет-СМИ Mirror Online раздела News.

Ключевые слова: медиатекст, эллипс, эллипсис, эллиптическое предложение.

Средства массовой информации являются инструментом отображения событий окружающей действительности. Одним из продуктов Интернет-СМИ является медиатекст, представляющий собой «любой медиапродукт или продукт коммуникации, который может быть включен в разные медийные структуры (вербального, визуального, аудитивного или мультимедийного планов) и в разные медийные обстоятельства (периодическая печать, радио, телевидение, Интернет, мобильная и спутниковая связь и др.)» [4].

Данное исследование посвящено анализу функционирования эллиптических предложений в заголовках трэвел-медиатекстов британского Интернет-издания Mirror Online, представленных в подкатегории News раздела Travel.

Говоря о медиатексте как письменной форме массмедийного дискурса, следует отметить, что медиатексты могут выполнять следующие функции: 1) информативную; 2) развлекательную; 3) образовательную; 4) рекламную; 5) идеологическую [5]. В данной связи трэвел-медиатексты подразделяются на информационно-познавательный трэвел-медиатекст; информационно-популяризирующий трэвел-медиатекст (вид трэвел-медиатекста, в котором основной задачей выступает воздействие на аудиторию, популяризация того или иного туристического места, либо ознакомление с культурой, например, с целью воспитания толерантности и уважительного отношения

к каким-либо народам); информационно-рекламный трэвел-медиаатекст (характеризуется побуждением к действию, например, заставляет читателей купить определенный тур) [8].

Использование эллиптических предложений в заголовках трэвел-медиаатекстов, как и медиаатекстов в целом, обусловлено одной из главных задач данной части медиаатекста, а именно привлечь внимание читателя к проблеме, представленной в статье; кроме того, заголовки выполняют информационно-разъяснительную функцию при минимуме языковых средств, поэтому строятся на базе упрощенных грамматических конструкций, которые, в свою очередь, способствуют реализации принципа экономии [8].

В рамках освещения понятия «эллиптическое предложение» необходимо определить специфику использования ряда связанных с ним терминов. В основе любого эллиптического предложения лежит эллипсис, т.е. пропуск в речи или тексте подразумеваемой языковой единицы, структурная неполнота синтаксической конструкции. Некоторые лингвисты определяют эллипсис как «опущение», «перевод в импликацию структурно необходимого элемента конструкции» [6]. Данное явление представляет собой процесс редукции предложения, который может встречаться и в двусоставных, и односоставных предложениях. Главным элементом эллипсиса является эллипс – пропущенная языковая единица. В случаях, когда эллипсис затрагивает грамматическую основу предложения, или же ее часть, используется термин «эллиптическое предложение». Данная трактовка отражена в грамматическом пособии Н. А. Кобриной и др. «Грамматика английского языка: Морфология. Синтаксис», где подчеркивается, что понятие «эллиптическое предложение» применимо только тогда, когда эллипсис применяется в отношении структурных элементов предложения, которые используются в составе грамматической основы [7]. Эллиптизация членов предложения зависит от их коммуникативной нагрузки и наиболее характерна для компонентов, отражающих тему. Существует мнение, что «тематичность того или иного компонента предложения вызывает его избыточность в последующей части высказывания» [9]. В рамках вопроса об актуальном членении предложений, эллипсис определяется именно как удаление тематических частей – “regular deletion (ellipsis) of the thematic parts of utterances” [2]. Благодаря данному явлению наиболее важная с информативной точки зрения информация изолируется и берет на себя логическое (рематическое) ударение.

Отметим, что в связи с многообразием возможных вариантов эллиптизации, а также подходов к изучению понятия эллипсиса, встречаются разные классификации эллиптических конструкций, произведенные по разным основаниям. Так, по способу восстановления эллипса Л. С. Бархударов делит эллиптические предложения на следующие группы:

– парадигматически восполняемые, которые подразумевают восстановление эллипса на основе других аналогичных конструкций исходя из общепринятых грамматических правил;

– синтагматически восполняемые, в которых эллипс можно восстановить из данного предложения, последующего или предыдущего, т. е. из окружающего контекста;

В случае синтагматически восполняемых структур особое значение имеет экстралингвистическая ситуация, позволяющая восстановить форму эллиптического предложения [1].

М. Халлидей предлагает классификацию эллиптических предложений на предложения с *nominal*, *verbal* и *clausal ellipsis*. Именной эллипсис подразумевает эллиптизацию именной части предложения. При глагольном эллипсисе опускается состав сказуемого. Глагольный эллипсис бывает двух видов: «*lexical ellipsis*», где может опускаться смысловой глагол, и «*operator ellipsis*», в котором отсутствуют вспомогательный глагол или глагол-связка. Клаузальный эллипсис подразумевает опущение целых частей предложения, часто встречается в ответах на специальные вопросы [11].

В некоторых зарубежных исследованиях можно встретить виды эллиптических конструкций, разделенных по типовым моделям эллиптизации: *Noun Phrase ellipsis (NPE)*, *Verb Phrase ellipsis (VPE)*, *sluicing*, *stripping*, *gapping*, *pseudogapping* [12].

Noun Phrase Ellipsis (NPE, nominal ellipsis) предполагает опущение существительных. *Verb Phrase Ellipsis* подразумевает опущение глагольной формы, в т. ч. после модальных или вспомогательных глаголов. *Sluicing* представляет собой опущение целого вопроса, прямого или косвенного, после вопросительных местоимений. *Stripping* подразумевает «исключение (элизию) всего» (*the elision of everything*); опускаются практически все грамматически важные части, кроме самой информационно значимой. Для эллиптических конструкций формы *gapping* свойственно полное опущение сказуемого в сочинительных предложениях при введении новой информации. Для *pseudogapping* характерно отсутствие сказуемого с сохранением некоторых зависимых от него членов предложения в придаточных предложениях после относительных местоимений (*how*, *when*, *what* и др.). В некоторых источниках отдельно выделяют *comparative ellipsis*. Он встречается в предложениях с придаточным сравнения.

В целом, приведенные выше классификации отражают три основных типа эллиптических предложений, которые И. Р. Гальперин описывает как структурные типы с: 1) опущением вспомогательного глагола; 2) опущением подлежащего; 3) эллиптизацией подлежащего и части сказуемого [3].

В рамках данной классификации нами было отмечено использование следующих конструкционных моделей эллиптических предложений в составе заголовков трэвел-медиа-текстов:

Конструкционная модель 1. Простое глагольное сказуемое (или его часть) выступает в роли эллипса в конструкциях пассивного залога. Например,

“Mum and daughter [were] booted off flight for ‘yelling at passengers to

give up seats' (Lead: Two women, who boarded a flight at the last minute, were eventually booted off the aircraft <...>)" [13]

Конструкционная модель 2. Простое глагольное сказуемое (или его часть) выступает в роли эллипса в конструкциях активного залога.

Например,

"Riviera Travel [is] launching two new river cruise ships for 2025 with swish cabins (Lead: Riviera Travel has announced plans for two new cruise ships in 2025 <...>)" [14].

С таким же значением используются заголовки, в которых имплицитно выражена конструкция "[to be going] to do". Однако, конструкционная модель 3 с эллипсом to be going представляет структуру с составным глагольным модальным сказуемым, в которой смысловой глагольный компонент – инфинитив активного или пассивного залога. Цель данной модели – избежание излишней нагрузки заголовка:

"Esprit Ski [is going] to be axed after 41 years in latest blow for Brits planning ski holidays (Lead: Esprit Ski is going to shut down at the end of the ski season)" [15]

Конструкционная модель 4 – Составное именное сказуемое с полным или частичным опущением части видо-временной формы глагола связки.

а) эллипс – полное опущение глагола-связки

"Underrated seaside town [is] home to one of UK's 'most pristine beaches' with no crowds (Lead: <...> An underrated seaside town is home to one of the UK's 'most pristine beaches')" [16]

б) эллипс – часть глагола-связки

В некоторых заголовках встречается сразу несколько вариантов эллиптических конструкций. Так, например, одновременно встречаются предложения с опущенным глаголом to be в конструкции пассивного залога и форме Present Continuous (конструкционная модель 3) и конструкционная модель 4 – Составное именное сказуемое с опущением части видо-временной формы глагола связки (эллипс to be). Например,

"Brits [are] warned Spain and Greece [are] becoming more expensive as other holidays get cheaper" [17]

Конструкционная модель 5. Полное опущение подлежащего и сказуемого

Например,

"Flight attendant warns mistake could mean you pay more for economy than [you pay for] First Class" [18]

Итак, анализ эллиптических предложений в составе заголовка трэвел-медиатекстов показал, что основная часть представленных в заголовках эллиптических конструкций является парадигматически восстанавливаемой. Это можно объяснить тем, что для читателя англоязычной прессы данные конструкции являются привычными, так как принцип их образования является общепринятой характеристикой так называемого "block language",

языка заголовков. Использование эллиптических конструкций при организации заголовка объясняется ограниченным пространственным объемом последнего, а также тема-рематической организацией акцентов на событийных или эмоционально-окрашенных синтагмах посредством специфических позиций конкретных языковых единиц, где на первый план в заголовке выносятся наиболее информационно ценные единицы, либо экспрессивные языковые элементы.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бархударов Л. С.* Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). – М. : Междунар. отношения, 1975.
2. *Блох М. Я.* Теоретические основы грамматики английского языка: учеб. для студентов филол. фак. ун-тов и фак. англ. яз. педвузов. – М. : Высш. школа, 2000. – 160 с.
3. *Гальперин И. Р.* Стилистика английского языка. – М. : Высш. шк, 1977.
4. *Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь : учебное пособие. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2014.
5. *Добросклонская Т. Г.* Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи. – Изд. 2-е, стер. – М. : Едиториал УРСС, 2005.
6. *Иванова И. П., Булакова В. В., Почепцов Г. Г.* Теоретическая грамматика современного английского языка. – М. : Высш. шк, 1981.
7. *Кобрина Н. А., Корнеева Е. А., Оссовская М. И., Гузеева К. А.* Грамматика английского языка: Морфология. Синтаксис. Учебное пособие для студентов педагогических институтов и университетов по специальности №2103 “Иностранные языки”. – СПб. : СОЮЗ, 1999.
8. *Редькина Т. Ю.* Трэвел-текст: просвещение, убеждение или развлечение? // Средства массовой информации в современном мире : мат-лы 50-й междунар. науч. конф. / отв. ред. С. Г. Корконосенко. – СПб. : Филол. ф-т СПбГУ, 2011. – С. 56–58.
9. *Усманова М.* О двух видах эллипсиса в английском и таджикском языках // Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Гуманитарные науки. – 2012. – №2 (30) [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/o-dvuh-vidah-ellipsisa-v-angliyskom-i-tadzhikskom-yazykakh-1> (дата обращения: 13.03.2024)
10. *Фоменко Л. Н., Халанская А. Н.* Эллиптическое употребление синтаксических конструкций с артиклем в заголовках британских газет // Культурная жизнь Юга России. – 2015. – № 1 [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/ellipticheskoe-upotreblenie-sintaksicheskikh-konstruktsiy-s-artiklem-v-zagolovkakh-britanskih-gazet> (дата обращения: 12.03.2024)
11. *Halliday, M., Hasan, R.* Cohesion in English. – London : Longman, 1976.
12. *Hardt, D.* Verb Phrase Ellipsis: Form, Meaning, and Processing. – University of Pennsylvania, 1993.
13. *Wroe, Danielle* Kate Mum and daughter booted off flight for ‘yelling at passengers to give up seats’ // Mirror. 27 February, 2024 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.mirror.co.uk/travel/news/mum-daughter-booted-flight-yelling-32221618>
14. *Delahaye, Julie* Riviera Travel launching two new river cruise ships for 2025 with swish cabins // Mirror. 16 February, 2024 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.mirror.co.uk/travel/cruises/riviera-travel-launching-two-new-32141108>
15. *Boyd, Milo* Esprit Ski to be axed after 41 years in latest blow for Brits planning ski holidays // Mirror. 12 February, 2024 [Электронный ресурс]. – URL :

<https://www.mirror.co.uk/travel/news/esprit-ski-axed-after-41-32105200>

16. *Delahaye, Julie* Underrated seaside town home to one of UK's 'most pristine beaches' with no crowds // *Mirror*. 29 February, 2024 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.mirror.co.uk/travel/uk-ireland/underrated-seaside-town-home-one-32241716>

17. *Boyd, Milo* Brits warned Spain and Greece becoming more expensive as other holidays get cheaper // *Mirror*. 12 February, 2024 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.mirror.co.uk/travel/cheap-flights/brits-warned-spain-greece-becoming-32104936>

18. *Delahaye, Julie* Flight attendant warns mistake could mean you pay more for economy than First Class // *Mirror*. 1 March, 2024 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.mirror.co.uk/travel/news/flight-attendant-warns-mistake-could-32247057>

УДК 811.11-112

Сыдыкова Р. У.

АВИАЦИОННАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА (НА ПРИМЕРЕ АВИАЦИОННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

*Магнитогорский государственный технический университет
им. Г.И. Носова, г. Магнитогорск, Российская Федерация*

Аннотация. Данная статья посвящена лингвистическому анализу английской авиационной терминологии как важного аспекта исследования в области авиационной техники и безопасности полетов. В рамках статьи рассмотрены и изучены специфика, лексико-семантические и структурные особенности авиационной английской терминосистемы. Также было исследовано влияние лингвистических особенностей на понимание и использование терминологии в авиации. Результаты исследования могут быть полезны для авиационных специалистов, лингвистов, переводчиков и других специалистов, работающих в авиационной сфере.

Ключевые слова: термин, безопасность полетов, английская авиационная терминология, аббревиатуры и сокращения, язык для специальных целей.

В этом быстро меняющемся и глобально взаимосвязанном мире, где интенсивность воздушного движения постоянно растет, как никогда актуальна проблема точности и эффективности коммуникации. Авиационный английский язык играет важную роль в авиационной отрасли, являясь международным языком общения для пилотов, авиадиспетчеров и других авиационных специалистов. Авиационные термины возникли из потребности в четком и лаконичном общении. Легче понять уникальный, необычный термин по нечеткому радио, чем обычное слово, которое может быть неправильно истолковано как нечто иное.

В условиях непрерывно меняющихся ситуаций современного мира,

меняется и состав терминологии, происходит пополнение профессиональными терминами, выпадение языковых единиц, устаревших по значению, трансформация понятий. В современной лингвистике терминология рассматривается не просто как сумма терминов, а как определённым образом структурированная подсистема языка, включающая в себя микросистемы терминов [2]. Именно поэтому целью данной статьи является изучение словарного состава авиационного английского языка с точки зрения современной лингвистики.

Объектом исследования статьи является непосредственно авиационный английский язык. Предметом исследования является изучение лексики авиационного английского языка как основного средства обеспечения безопасности полетов и улучшения коммуникации в авиационной отрасли.

Новизна исследования заключается в насущной потребности изучения авиационной терминологии с целью использования полученных результатов для дальнейшей оптимизации системы обучения профессионально-ориентированному иностранному языку будущих авиаспециалистов. Так как широкое распространение английского языка и использование его как международного средства общения закрепило термин LSP/ESP (Language for special purposes / English for special purposes) [4], то его знание позволяет реализовать такие аспекты профессиональной деятельности, как развитие достаточного уровня коммуникативной иноязычной компетентности, столь необходимой современному авиационному специалисту; своевременное ознакомление с новейшими достижениями науки и техники; установление контактов с зарубежными специалистами.

Исследование проводилось путем экспертного опроса, а также изучения и анализа литературы по поставленной проблеме. Опрос проводился как в устной, так и в письменной форме с использованием современных интернет-технологий соотечественников и зарубежных представителей специалистов в сфере авиации. Суть опроса заключалась в выявлении и анализе особенностей английской авиационной терминологии.

Так, одной из особенностей авиационной терминосистемы можно отметить ее технический характер, который часто включает в себя сложные и точные термины, используемые для передачи важной информации в ясной и краткой форме. Множество авиационных терминов было заимствовано с французского языка, которые, в свою очередь, имеют греческое или латинское происхождение, что отражает международный и технический характер авиационной отрасли. Например, термин “aerodynamics” состоит из двух частей: из префикса греческого происхождения aero-, “air” воздух и корня “dynamics”, произошедшего от греческого “dynamikós” сильный [8]. Термин “altimeter” – латинского происхождения, состоящего из латинских корней “altus” высокий и “meter” измерение [8]. Вышеперечисленные слова имеют конкретные значения и функции в контексте авиации. Так, термин

“aerodynamics” (аэродинамика) обозначает науку, занимающуюся изучением движения воздушных потоков относительно движущегося тела, а “altimeter” (высотомер) – прибор, предназначенный для измерения высоты. Стоит отметить, что одной из причин наличия множества французских заимствований в английской авиационной терминологии кроется в исторических аспектах. Так, в начале XX века французская авиация имела сильную авиационную базу и таким образом вызывала опасения не только у врагов государства, но и у его союзников. Так, Англия отмечала, что развитие французских ВВС представляет для страны огромную (formidable) опасность [5, с. 21].

Однако, как показывают исследования, в авиации помимо «однозначных» терминов, зачастую встречаются и те, что имеют несколько значений. Это вызывает трудности в переводе, усвоении и употреблении термина: “bolt” – 1) винт, шуруп, 2) запор, затвор, 3) молния, разряд [1, с. 71]; “blade” – 1) лопасть, 2) лезвие, нож, режущая пластина, 3) лопатка вентилятора, лопатка компрессора, 4) ребро, 5) резак [1, с. 67]; “latch” – 1) люк [7, с. 11], 2) фиксатор, защелка [1, с. 186].

С развитием авиационной техники, технологий и процессов, с каждым новым достижением в авиации появляются новые термины, которые описывают новые семантические концепции и технические характеристики. Данные концепции можно разделить на два типа: 1) семантические изменения, связанные с новыми открытиями. Так, термин “aeronaut”, первоначальное значение которого трактовалось как «воздухоплаватель», с развитием новых воздушных средств передвижения приобрел несколько новых значений, такие как «летчик», а с началом освоения космического пространства «космонавт»; 2) семантические изменения, вызванные изменениями в самих предметах и явлениях. Например, термин “aeroplane” уже не имеет того значения, которое он имел не только в XIX, но даже в XX веке, когда воздушный транспорт представлял собой, по большому счету, набор деревянных палок и конструкций. Сегодня данный термин обозначает аппарат совершенной и сложной конструкции. Таким образом, значение наполнилось новым содержанием, поскольку оно здесь связано с реальным объектом, а не с понятием [3, с. 546].

На сегодняшний день основными способами образования авиационных терминов в английском языке являются: лексико-семантический, морфологический и лексико-синтетический [3].

Лексико-семантический способ образования авиационной терминологии подразумевает собой приобретение или изменение значения уже существующих слов относительно авиационной сферы. Так, слово “skin” в обычном контексте может означать кожу человека или животного, в сфере авиации оно приобретает уже новый смысл и обозначает обшивку воздушного судна. Еще один пример, слово “head”, которое часто используется в бытовой речи в значении «голова». В авиации данный термин обозначает деталь

авиатранспорта под названием «втулка», которая используется в качестве переходного изделия, закрепляющего инструмент в местах, подверженных активному механическому воздействию.

Образование терминов морфологическим способом подразумевает собой изменение состава слова. Например, термин “defogging” (устранение запотевания) было образовано путем слияния с корнем “fog” (туман) отрицательного префикса “de-” и суффикса “-ing”. Также в авиационной терминосистеме можно встретить слова, образованные путем слияния уже двух существующих слов-корней. Так, термин “sound-proof” (звуконепроницаемый), зачастую используемый для описания структур, уменьшающих проникновение низкочастотного шума в салон самолета, был образован путем слияния “sound” (звук) и “proof” (непроницаемый). Специфической особенностью морфологического образования авиационных терминов можно считать их сочетание с предлогами. В качестве примера возьмем базовые авиационные команды, такие как “take off” (взлет) – сочетание слова с предлогом “off”, stand by (ждите) – в сочетании с “by”, start up at (запускайтесь) – в сочетании с двумя предлогами “up” и “by”. Стоит отметить роль предлогов в авиационной терминологии как связующего звена между двумя и более словами. Например, “pilot-in-command” (командир воздушного судна), получаемый сочетанием двух слов посредством предлога “in”, который служит связующим звеном в данном термине, belt for operator (спасательный пояс оператора), built-to-spec (изготовление по спецификации).

В связи с внедрением новых аэродинамических решений и автоматизированных систем, а также использованием более эффективных и мощных двигателей, можно отметить тенденцию роста разного рода двух- и многокомпонентных авиационных терминов. Данные термины образуются при использовании лексико-синтетического способа.

Если с начала появления авиации словарный запас отличался своей простотой и однозначностью, то в связи с ростом технического прогресса, стали появляться новые и усложняться старые термины. Для сравнения возьмем слово «элерон». Впервые данный термин применительно к аэродинамическому крылу, используемому для управления креном, был употреблен французским журналистом по авионавтике Огюстом Николя в описании новейшего самолета Луи Блерио – Blériot VIII [8]. На сегодняшний день в авиационном английском языке для отражения современных реалий данный термин широко используется в сочетании с другими структурами: “aileron angle” – угол отклонения элерона (двухкомпонентный термин), “aileron command gain” (многокомпонентный термин) – коэффициент усиления в канале управления элеронами, “aileron perturbation” (двухкомпонентный термин) – возмущение в виде отклонения элеронов, “aileron control power” (многокомпонентный термин) – эффективность элеронов, “aileron-to-rudder system” (многокомпонентный термин) – система связи между отклонениями

элэронов и руля направления. Согласно исследованиям, двух- и многокомпонентные термины образуются, в основном, при сочетании двух или более имен существительных, либо существительных с причастиями. При изучении данного типа термина были выявлены следующие модели двух- и многокомпонентных терминов:

1. Сущ. ₁. + Сущ.₂...+Сущ. _n

Данные термины образуются путем сочетания двух и более имен существительных. Например, air traffic control – управление воздушным движением, swash plate – автомат перекоса, tail rotor – рулевой винт.

2. Сущ. + Причастие I (+Сущ.)

Термины этой модели образуются путем сочетания существительного и причастия I типа, с характерным окончанием -ing. Например, fire-fighting components – агрегаты системы пожаротушения, distance measuring equipment – дальномер, air-retaining – воздухонепроницаемый.

3. Сущ. + Причастие II (+Сущ.)

Сочетание существительного и причастия 2 типа со свойственным ему окончанием -ed образует термины данного типа: battery-powered – имеющий аккумуляторное питание, crystal controlled – с кварцевым управлением, cruise matched aircraft – летательный аппарат с крейсерскими характеристиками.

4. Прил. + Причастие I (+Сущ.)

Для данной модели терминов характерно сочетание прилагательного с причастием I типа: low-flying chart – карта полетов на малых высотах, карта маловысотных полетов

5. Прил. + Причастие II (+Сущ.)

Сочетание прилагательного со 2 типом причастия может выглядеть следующим образом: long-winged aircraft – летательный аппарат с крылом большого размаха, short-coupled flying wing aircraft – летательный аппарат схемы «летающее» крыло с малым плечом органов управления тангажом.

Стоит также отметить, что для авиационного английского языка характерно использование аббревиатур и сокращений. Например, наиболее известная как в профессиональной сфере, так и за ее пределами аббревиатура ATC – air traffic controller (Управление воздушным движением). Также в данную категорию терминов можно отнести аббревиатуру VFR – visual flight rules (правила визуального полета), ALT – altitude (абсолютная высота полета), ICAO – International Civil Aviation Organization (Международная организация гражданской авиации), IATA – International Air Transport Association (международная ассоциация воздушного транспорта) и другие.

Современные английские авиационные термины можно условно разделить и отнести к макросистемам и микросистемам. Макросистема в авиационной терминологии это система, охватывающая стандарты и правила, регламентирующие авиационную систему в целом. В свою очередь, микросистемы используют языковые единицы, используемые для обозначения

конкретных процессов, действий или понятий в авиации. Вернемся к вышеупомянутым примерам аббревиатур и сокращений. Так, ATC и VFR можно отнести к микросистемам так как они описывают конкретные процессы авиационной деятельности. Сюда же мы можем отнести и такие фразы, как “Roger”, “Wilco”, “Mayday”, которые стали стандартными в авиационной фразеологии для передачи признания, соблюдения правил и чрезвычайных ситуаций соответственно.

Аббревиатуры ICAO и IATA мы отнесем к макросистемам, так как они содержат в себе регламенты и правила, используемые в международном сообществе в целом.

Отдельным подпунктом хотелось бы отметить специфику английской авиационной грамматики с использованием авиационной терминологии. Согласно проведенному исследованию, наиболее употребляемые грамматические структуры имеют формы простых времен (simple tenses), зачастую в сочетании с повелительным наклонением (imperative mood), условными предложениями (conditional sentences) и пассивным залогом (passive voice). Например, Heading is good (направление правильное) – настоящее простое время с глаголом “to be”; if practicable, expedite taxi (по возможности ускорьте руление) – условное предложение; we have just flown through heavy hail, I think the radome is damaged (мы только что прошли сквозь сильный град, мне кажется, поврежден обтекатель локатора) – предложение с использованием пассивного залога [6].

Подводя итог, стоит подчеркнуть, что авиационная английская терминология служит универсальным языком в авиационной отрасли, обеспечивая эффективное общение между пилотами, авиадиспетчерами и авиационными специалистами со всего мира. Ее изучение позволяет лингвистам проанализировать структуру, происхождение и эволюцию авиационных терминов, получив, таким образом, ценные сведения о специализированном языке и его роли в облегчении коммуникации, а также в обеспечении безопасности авиаперевозок. Кроме того, продолжение исследований и анализ английской авиационной терминологии способствуют нашему пониманию использования языка в профессиональных контекстах и подчеркивают важность лингвистических исследований в специализированных областях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Девнина Е. Н. Большой англо-русский и русско-английский авиационный словарь. – Москва : «Живой язык», 2011. – 512 с.
2. Денисова О. И. Особенности формирования и перевода авиационной терминосистемы с английского языка на русский // Вестник МГОУ. Серия Лингвистика. – 2015. – № 5. – С. 79–83.
3. Ковутн Е. В. Английская авиационная терминосистема: лингвистический и переводческий анализ // Язык и социальная динамика : специальный выпуск. Ценности социума : сб. науч. тр. Красноярск, 2013. – С. 536–545 [Электронный ресурс]. – URL : https://www.researchgate.net/publication/345258275_ANGLIJSKAA_AVIACIONNAA_TE

RMINOSISTEMA_LINGVISTICESKIJ_I_PEREVODOVEDCESKIJ_ANALIZ (дата обращения: 14.04.2024). Режим доступа: свободный.

4. Левандровская Н. В. Основные направления и методы в обучении авиационному английскому языку (ААЯ) как языку для специальных целей (LSP) // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 18. – С. 167–170.

5. Магадеев И. Э. Опыт победы: французская армия в начале 1920-х годов // Boston Globe. – 2005. – С. 20–27.

6. Мельниченко С. А., Ключников Ю. И., Савицкая Н. Б. Правила и фразеология радиообмена на английском языке: учебное пособие. – Москва, 2001. – 200 с. [Электронный ресурс]. – URL : https://psv4.userapi.com/c235131/u229247796/docs/d42/b07cb8f2c809/melnichenko_sa_kliuchnikov_iui_savitskaia_nb_pravila_i_fraze.pdf?extra=4B6TGIOHMn77YFdhPVozoNS0S3GV4nh2SVF4j3MwEjHsjb0q1-kNpAuxxgqgR53nVKIxFwoDLdoW-_DnXyJKDf-m4k93KR2-d1KHIBw6GhECnUxU40ACNJhSHWLINcmahhhUVPPhsZwzVP-IoBXyUNs

7. Объединенная промышленная корпорация «Оборонпром»: русско-английский словарь авиационных терминов, 2022. – 56 с.

8. Merriam-Webster: America's Most Trusted Dictionary. [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.merriam-webster.com/>, free.

УДК 811.1/.8

Чалова О. Н.

ЭПИСТЕМИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ НАУЧНОГО ДИАЛОГА

*Минский государственный лингвистический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Аннотация. В статье рассматриваются эпистемические параметры англо- и русскоязычного научного диалога в тесной связи с его прагматическими характеристиками. Выявляется диапазон прагматических функций высказываний с различными эксплицитными модусами (знания, незнания, понимания, мнения, веры и неверия), способы выражения эпистемических оценок. Определяются различные комбинации эпистемических оценок в составе одного высказывания.

Ключевые слова: научный дискурс, научный диалог, эпистемическая оценка, эпистемический предикат, модус, пропозициональная установка, пропозициональное дополнение.

Несмотря на то что научный диалог рассматривается в современной науке о языке весьма активно [1–4 и др.], его эпистемические характеристики редко становятся объектом лингвистического анализа [5; 6 и др.], в то время как обращение к эпистемическому плану диалогической научной речи является актуальным в свете изучения проблемы адекватной интерпретации эпистемической оценки содержания высказывания.

Эпистемическими доминантами научного дискурса признаются знание и мнение [5; 6], которые имеют более или менее постоянные формы выражения: знание – обычно нулевую / имплицитную форму, а мнение – эксплицитную. Однако под влиянием диалогического формата общения в эпистемическом пространстве научного дискурса происходят различные изменения. Во-первых, в научный диалог проникают эпистемические компоненты других дискурсивных систем. Во-вторых, в научной диалогической коммуникации используются специфические способы выражения традиционных эпистемических значений, отличающиеся (способы) от тех, которые представлены в ядерных жанрах научного общения. В-третьих, в условиях диалога расширяется диапазон прагматических задач, выполняемых высказываниями с эксплицитным эпистемическим модусом. В-четвертых, в рамках одного высказывания совмещаются несколько модусных рамок.

Остановимся на каждом из этих аспектов подробнее.

Материалом нашего исследования послужили стенограммы современных англо- и русскоязычных научных дискуссий из разных областей научного знания. Основные методы исследования – контекстуальный и лингвопрагматический анализ.

1. Проникновение в научный диалог эпистемических компонентов других дискурсивных систем.

Спонтанный и экспрессивный характер научного диалога активизирует в последнем периферийные эпистемические зоны, в частности зону **веры** и **незнания**, что, в частности, обуславливает использование в научной дискуссии высказываний с соответствующими экспонированными модусами (*Я верю / He believes ... Мы не знаем / Nobody knows ...*).

Несмотря на периферийный статус в научном диалоге, ссылки на веру / неверие и незнание отличаются вариативностью, в том числе и с точки зрения своих субъектно-объектных характеристик. Так, **объектом** веры / неверия и незнания могут стать

– **степень успешности проекта** (*Нет места от Страсбурга до польской границы, откуда вы бы не видели двух-трех ветряков. Все меняется. Думаю, что каждый постарается уменьшить зависимость от ресурсов вне пределов своей страны. Не знаю, насколько это будет успешным, но думаю, что снижение потребления на 20 % будет достигнуто*),

– **третье лицо** (*Now, before you think this is a trivial matter, remember, in many cases these therapists or researchers do not know who is behind the avatar*),

– **проблема зависимости кого-либо или чего-либо от определенных факторов и обстоятельств** (*Конечно, трудно поверить, что все мы находимся (пока) во власти традиционной цикличности, хотя ее внешние проявления различны*),

– **вопросы этики** (*Physicians also refuse practices that they believe are ethical in some cases but not in the case at hand*),

– **количественные показатели** (*How about a million proteins, maybe a million and a half, **nobody knows for sure** and let's include in that number also the proteolytic fragment that comes from the degradation of the proteins that tell us about the disease process*) и мн. др.

В свою очередь, **субъект** веры и **субъект** незнания принципиально отличаются друг от друга степенью широты. Если в качестве субъекта веры в научном диалоге может быть задействован как сам говорящий (*мы верим, I used to believe* и др.), так и любое другое лицо (*россиянин не верит, the teacher truly believes* и др.), то субъектом незнания обычно является говорящий или сообщество, к которому он принадлежит (*Я не знаю..., We don't know...*), при этом признание в собственном неведении обычно не дискредитирует аргументатора как оратора или ученого, поскольку такое незнание часто обусловлено объективными причинами (*И ВТО является важным инструментом борьбы с протекционизмом. Не знаю, насколько активно она будет вестись дальше, но уверен, что серьезного отката назад не случится*).

Таким образом, в научном диалоге высказывания со специфическими модусами отличаются видовым разнообразием, что свидетельствует о степени их важности в научной дискуссии и позволяет охарактеризовать как достаточно устойчивый элемент рассматриваемого типа общения.

2. Расширение числа способов выражения эпистемических значений.

Как отмечалось выше, эпистемическое своеобразие научного диалога проявляется и в том, что наиболее типичные для научного дискурса эпистемические категории имеют в научной дискуссии нестандартную актуализацию.

Проиллюстрируем сказанное на примере категории знания, которое является ментальной доминантой научного общения.

Если в монологических научных жанрах ядерными предикатами знания являются лексемы *известный / известно* и *known*, то в научной дискуссии знание чаще всего репрезентируется посредством глаголов *know*, *understand* и *понимать*, а высказывания с этими глаголами носят субъективированный характер (имеют эксплицитный субъект оценки), в отличие от высказываний с предикатами *известный / известно* и *known*: *I know, you know, the conclusions are still very preliminary. Как историк науки я знаю, что надо проделать много ходов, чтобы понять, чем она была вызвана и так далее. But there is, as far as I understand, no statutory limitation on the number that you can implant, which is why we're having an increased number of triplets, quadruplets, quintuplets and beyond. Я понимаю всю уязвимость западноевропейского языка, но в нем все-таки есть рациональность*. Такая субъектноориентированная манифестация знания обусловлена спецификой диалогической научной речи, стремлением коммуникантов подчеркнуть

субъективное отношение аргументатора или оппонента к определенной информации, а также единство субъективного и объективного.

Конечно, в научном диалоге используется и способы выражения знания, характерные для монологических научных жанров – посредством предиката *известный / известно* и *known* (*One of the exciting areas, if you will, is known as sort of brain/computer interface. Деятельность над деятельностью. Это известная схема*). Однако субъективированные эпистемические оценки встречаются в научной речи в несколько раз чаще, чем оценки с имплицитным субъектом.

3. Расширение диапазона прагматических задач высказываний с эксплицитными модусами.

По нашим наблюдениям, в научном диалоге высказывания с эксплицитными модусами помимо репрезентации знания / незнания, веры / неверия и т.д. ориентированы на выполнение целого ряда прагматических функций: от выражения согласия (*Я понимаю, о чем Вы говорите: конечно, ведомственность жива и живуча во Франции*) до негативно-оценочной (*Русский человек знает какую-либо одну из этих двух крайностей, середина же между ними не интересует его, и потому он обыкновенно не знает ничего или очень мало*), от интеррогативной, то есть связанной с передачей коммуникативной инициативы (*А как докладчик мыслил: управление – объемлющая... категория или сфера (не знаю)?*) до директивной (*Believe me, I don't think it is the air*), от акцентуирующей и контактоустанавливающей (*I never learned to pronounce the word maleficence, and probably spell it, but you know what I mean*) до эмоционально-экспрессивной (*Хочется сказать: «Я уж не знаю, кому и верить-то»* (Смех)). Таким образом, в диалогических формах научной коммуникации роль модусных конструкций не ограничиваются исключительно эпистемическими задачами – в контексте они развивают и дополнительные прагматические смыслы, превращаясь в эффективное средство речевого воздействия.

4. Комбинирование эпистемических оценок в рамках одного высказывания.

В научном диалоге в составе одного высказывания может быть представлено несколько эпистемических оценок, что обычно несвойственно монологическим / письменным жанрам научной речи. Выделяются следующие основные варианты эпистемических комбинаций:

– актуализация сразу нескольких (синонимичных) пропозициональных установок при описании одной и той же ситуации:

И именно потому, что я всё это знаю и понимаю;

– повтор эпистемической оценки (для описания одной ситуации) при смене ее субъекта:

I know, you know, the conclusions are still very preliminary;

– использование двух односубъектных эпистемических оценок, описывающих две разные ситуации (то есть вводящих две разные пропозиции):

Я спрашиваю Сазонова, и думаю, что он понимает, о чём я его спрашиваю;

– использование двух разносубъектных эпистемических оценок, описывающих две разные ситуации (то есть вводящих две разные пропозиции):

I think I know how they would judge the accuracy of students' beliefs, which is go out and ask students, to probe students.

Подобные комбинации обусловлены спонтанным и экспрессивным характером научного диалога.

Таким образом, по сравнению с ядерными жанрами научной коммуникации научный диалог отличается не только бóльшим разнообразием эпистемических смыслов, субъектных характеристик эпистемических оценок и способов их выражения, но и функциональной вариативностью высказываний с вербализованным эпистемическим модусом.

Более детальное рассмотрение содержательных и функциональных характеристик модусных конструкций с различной эпистемической семантикой будет способствовать расширению наших представлений об эпистемической и прагматической организации научного диалога в частности и научного дискурса в целом, эпистемика которых до сих пор не получила должного описания в лингвистике.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Маслова Л. Н.* Выражение согласия / несогласия в устной научной коммуникации : гендерный аспект : дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007. [Электронный ресурс]. – 192 л.

2. *Абреу-Фамлюк В. Р.* Интерпретирующие речевые акты в структуре диалогического дискурса (на материале русского, английского и французского языков) : дис. ... канд. филол. наук. – Минск, 2022. – 198 л.

3. *Соловьева Н. В.* Толерантность в научной дискуссии : лингвостилистический аспект : на материале текстов научных дискуссий 1950–2000 гг. : дис. ... канд. филол. наук. – Пермь, 2007. – 244 л.

4. *Соловьева Н. В.* Типы речевого поведения в научном дискуссионном тексте // Вест. КемГУ. – 2011. – С. 180–184.

5. *Задворная Е. Г.* Коммуникативно-эпистемические параметры высказывания и дискурса : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. – Минск, 2001. – 36 с.

6. *Задворная Е. Г.* Эпистемическая зона веры в научном диалоге // От слова к дискурсу: разнообразие форм и (не)предсказуемость смыслов. – Минск, 2023. – 288с.

ФОНЕТИЧЕСКАЯ МОДИФИКАЦИЯ ЗАИМСТВОВАННЫХ СЛОВ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ ПЕТРОВСКОЙ ЭПОХИ)

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация*

Аннотация. В статье анализируется фонетическая модификация заимствованных слов на материале мемуарных текстов кн. Б. И. Куракина, представляющих интерес для исследования формальной адаптации заимствованных слов Петровской эпохи; анализируются причины возникновения фонетической модификации, связанной с влиянием на заимствованные слова языка-источника.

Ключевые слова: лексическое заимствование, многоконтактность, прототип, фонетическая модификация, фонетическое варьирование.

В теоретическом плане вопрос о фонетическом освоении заимствованных слов самым непосредственным образом связан с вопросами о вариантах одного и того же слова. Понятие же варианта слова находится в зависимости от понятия тождества слова [6, с. 181]. Так, академик В. В. Виноградов считает, что «единство слова организуется, прежде всего, его лексико-грамматическим стержнем, который является общим у всех слов» [4, с. 40]. Фонетическое варьирование слова, по мнению О. С. Ахмановой, это «видоизменение его звуковой оболочки без утраты им его тождества» [2, с. 195].

Под вариантом мы понимаем семантически взаимомотивированную фонетическую и морфологическую модификацию одного и того же слова. Например, галянтерія – галентерія – галантірія – галантерія, гвардія – гардія – квардія, естиме – естима – остима и т. п. При этом учитывается, что слово сохраняется как лексическая единица при наличии вариантов значения в одну и ту же эпоху [7, с. 316].

Петровская эпоха в отношении варьирования в пределах одного слова представляет особый интерес в связи с исключительно интенсивным процессом лексического заимствования из других языков, прежде всего – западноевропейских. Без изучения фонетических и морфологических вариантов слов данного этимологического пласта неполным представляется процесс становления лексических норм вообще в Петровскую эпоху [7, с. 317].

Следует отметить, что «характерные особенности формального освоения иноязычного материала в русской лексической системе XVIII в., связанные со спецификой языкового развития на этом историческом этапе, специального освещения не получили» [3, с. 20].

Варьирование, связанное с изменением звукового комплекса заимствованных слов и служащее постепенному освоению их, вызывается рядом причин, выяснение которых и входит в нашу основную задачу. При анализе фактического материала текстов князя Б. И. Куракина, сподвижника Петра I, обнаруживается, что варьирование в ряду вызывается двусторонним влиянием, т. е. влиянием, как языка-источника, так и заимствующего языка.

При изучении лексической системы конца XVII–начала XVIII вв. прежде всего, возникает вопрос, чем вызвано обилие вариантов в этот период? Причина варьирования, по мнению большинства исследователей, лежит в различной фонетической и грамматической организации отдельных языков. Попадая из одного языка в другой, слово в момент заимствования подвергается, в первую очередь, внешней обработке, которая и заключается в звуковом и грамматическом оформлении по законам заимствующего его языка.

Представляется, что уточнение причин возникновения фонетической модификации, позволит определить и языковые явления, связанные с влиянием на заимствованные слова языка-источника.

Варианты, явившиеся результатом заимствования одного и того же слова из разных языков, в мемуарных текстах кн. Б. И. Куракина представляет собой обширный материал, формирующий ряды фонетических модификаций в пределах одного слова и является весьма значительной по количеству (из 113 с лишним вариантных рядов, без учета орфографических, почти половина приходится на фонетические варианты, появившиеся под влиянием функционирования слова в ряде западноевропейских языков) [7, с. 317]. Объясняется это тем, что в силу контактов со многими народами Западной Европы то или иное слово могло проникнуть в русский язык из нескольких источников. В результате акт заимствования как бы повторялся заново, передавая при этом в материальной оболочке отдельные особенности прототипа, что находило, в свою очередь, выражение в виде вариантов одного и того же слова. При этом, подобное явление наблюдалось, прежде всего, в сфере слов специального назначения, в частности – в терминологии.

Вариантные ряды кориспондентъ – корришпондентъ – корришпонденція – кориспондовать; костель – коштель; курфистръ – курфирсть – курфиштръ, пашпортъ – пашпуртъ – пашупуртъ – пасъ – пассъ – пасаруртъ и подобные с чередованием С – Ш в середине слова связаны также с различными источниками заимствования, а именно: Ш-варианты, как правило, фонетические полонизмы, тогда как С-варианты явились результатом заимствования этих же слов из французского языка. Например: «... отдалъ я [князь Б. И. Куракин] въ Амстрадамѣ Тезеньку, того попа Гамбургскаго кориспонденту...» [1, с. 146]; «...и въ домѣ своемъ чествовалъ [князь Б. И. Куракин], желая себѣ добраго корришпондента имѣть въ Польшѣ...» [1, с. 283]; «И такимъ образомъ возставила [царевна София Алексеевна] корришпонденцію со всѣми дворами в Европѣ» [1, с. 51]; «А кто торговыхъ здѣсь

богатыхъ, которые имѣють купечество большое и вексель – кориспондуютъ съ московскими...» [1, с. 125]; «...а оба тѣ фальсъ-графы меньшіе братьи фальсъ-графу и курфистру Палатинскому...» [1, с. 167]; «Купечество имѣють до Кролевца и путь свой проводятъ водою, рѣкою Вилею и въ рѣку Мемль, Мемлемъ въ Кролевць, которой по нѣмецки называется Кенекс-бергъ, то-есть самая столица прусскаго, по чемъ сталъ король прусской и курфирсть брандебургской» [1, с. 110]; «Съ Целя ѣхали прямо до Гамбурга; мѣсто и каштель при рѣкѣ курфиштра ганOVERскаго» [1, с. 228]; «...туть же въ костелѣ образъ Богородицынъ съ Предвечнымъ Младенцемъ на рукѣ...» [1, с. 111]; «...на одной горкѣ – вельми высокой, былъ коштель каменной...» [1, с. 110] и др.

Употребление С- и Ш-вариантов в данной группе слов оказывается практически одинаковым. Количественные подсчеты, сделанные нами на основе сплошной выборки случаев употребления заимствований кориспонтъ – корришпонтъ – корришпонтенция – кориспонтовать; костель – коштель; курфирсть – курфиштръ, выявляют в целом ведущее влияние французского языка, а не польского, как считают, например, авторы монографии «Очерков», которые пишут: «Для первой трети века Ш-варианты принадлежат к числу сильных и являются ведущими (или, по крайней мере, равноценными вариантами)» [3, с. 218]. Так, из 62 случаев употребления этих слов в исследуемом памятнике 44 приходится на С-варианты и только 18 на Ш-варианты. Это несомненный показатель того, что фонетические полонизмы не вытесняются постепенно французскими формами в связи с усилением влияния последнего на русский язык, а самого начала это влияние было ведущим при заимствовании, по крайней мере, данной группы слов.

Различные источники заимствований явились причиной варьирования и в таком варианном ряду пашпортъ – пашпуртъ – пашупуртъ – пасъ – пасъ – pasaporta, где очевидно влияние польско-немецко-итальянских прототипов, ср. нем. Pass, ит. passo или ит. passaporto (что означало «письменное разрешение на проезд через порт») [5, с. 213], пол. paszport и фр. passeport. Например: «... не взявъ ни галанскаго, ни французскаго пашпорта, и ѣхалъ [князь Б. И. Куракин] на Ротрадамъ» [1, с. 254]; «... и дань имъ [4 солдатам] отсель пашпуртъ на нѣмецкомъ языкѣ и на русскомъ...» [1, с. 204]; «... французской король съ господами статами учинилъ такъ, что съ обоихъ сторонъ давать пашупурты...» [1, с.133]; «... изъ Галандіи великія деньги тѣми пассами достаютъ [французы]» [1, с.133]; «...одинъ пасъ служилъ не только долгаго времени одинъ...» [1, с. 133]; «... и ѣхали до Дрездня три дни, взявъ два pasaporta...» [1, с. 228] и др.

Вариантный ряд гарнизонъ – гарнизонтъ – горнизонтъ – гварнизонтъ – гварнизонтъ – кварнизонтъ. Стабилизовавшаяся со временем форма гарнизон могла иметь своим источником ряд прототипов западноевропейских языков: нем. Garnison, фр. garnison, шв. garnison, (ср. также дат. garnison,

гол. *garnisoen*). Однако в ряде этих языков имелась параллельная фонетическая оболочка – с начальным *gu- gua-*: нем. *Guarnison*, ит. *guarnigione*, шв. *guarnisen*, (ср. также дат. *guarnisen*), которая в русской речевой практике дала вариант с начальным *гв-, кв-*. Например: «И по взятіи того города на окортъ, начали дѣлать Санктъ-Петербургъ, и того же лѣта, къ осени сдѣлали, и сдѣлавъ, тутъ оставя гарнизонъ, а сами всѣ пошли къ Москвѣ» [1, с. 265]; «Горнизонту солдатъ – ни кавалеріи, ничего нѣтъ» [1, с. 103]; «Chirlemur – голанской гарнизонтъ» [1, с. 237]; «И по нѣкоторыхъ недѣляхъ не могли взять того города, для того царь Семеновской былъ при томъ съ войски своими и всегда перемѣнялъ гварнизоны» [1, с. 67]; «Гварнизонту солдатъ 2 кумпаніи...» [1, с. 160]; «Солдатъ держать кварнизонту 1000 челоуѣк...» [1, с. 230] и др.

Аналогичная причина лежит в основе варьирования начального *г-, гв-, кв-* в следующих случаях: гвардія – квардія – гардія (ит. *guardia*, пол. *guardja*, фр. *garde*, нем. *Guarde*).

Галстукъ (нем. *Halstuch*) – галздукъ (гол. *halsdoeg*): «6 рубашекъ верхнихъ, 7 галстуковъ» [1, с. 238]; «Галздуковъ и маншетъ на 12 гульденовъ» [1, с. 151].

Консилія (консилья) (лат. *consultatio*) с вариантом консиль под воздействием фр. прототипа *conseil*. Например, «И при тѣхъ статахъ-генералахъ сидятъ многіе другіе въ томъ соединенномъ консилиі...» [1, с. 135]; «...сходятся сенатомъ дѣлать консиль...» [1, с. 231] и др.

Куріезите (коріузита), курьезный (лат. *curiosus*). Ср. нем. *curios*, англ. *curiosity*. Например, «И по такой своей склонности къ морскому ходу и по своей куріезите обыкновенной...» [1, с. 69]; «... надобно быть в Лейденѣ, и в той академіи тѣ коріузита видѣтъ...» [1, с. 143]; «Знать за куріезиту: Брюсель считаютъ высотой положеніемъ мѣста выше отъ Амверса 400 педей...» [1, с. 237]; «И одна авантура курьезная сдѣлалась...» [1, с. 45] и др.

Приведем еще некоторые фонетические модификации заимствованных слов данной анализируемой группы без текстологических комментариев: ауторія (лат. *autor*) – ауторита (авторита, аувторита) (ит. *autorità*, фр. *autorité*); ливерія (леверія) (нем. *Livrée*, фр. *livrée*, ит. *livrea*) – либерія (либярія) (лат. *liberata*, пол. *liberia*); машкараты (ит. *mascarata*, *mascherata*, нем. *Mascerade*) – машкары (произв. от ит. *maschera*); музыка (пол. *muzyka*, фр. *Musique*, нем. *Musik*, ит. *música*) – мусыка (греч. *Μουσική*, лат. *mūsica*) и др.

Рассмотренные вариантные ряды, в основном, касались грамматического класса имен существительных, которые, как известно, при заимствовании передают в заимствующий язык свой звуковой комплекс в целом. При этом, как правило, исходной формой выступает им. падежа ед. числа.

Нами не отмечено ни одного факта фонетического варьирования заимствованных слов, вызванные влиянием различных исходных грамматических форм, например, морфологической формой числа в языке-источнике.

Таким образом, фонетическое варьирование, вызванное двусторонним влиянием, т. е. влиянием, как языка-источника, так и заимствующего языка связано с фонетической адаптацией заимствованных слов в языке-реципиенте.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Архив князя Ф. А. Куракина*. Т. I – III (1676 – 1727) / Под ред. М. И. Семевского и В. Н. Смольянинова. – СПб., 1890–1892.
2. *Ахманова О. С.* Очерки по общей и русской лексикологии. – М. : Учпедгиз, 1957. – С. 195.
3. *Биржакова Е. Э., Войнова Л. А., Кутина Л. Л.* Очерки по исторической лексикологии русского языка XVIII века. Языковые контакты и заимствования. – Л. : Наука, 1972. – 428 с.
4. *Виноградов В. В.* Очерки по истории русского литературного языка XVII–XIX вв. Изд. 2-е, перераб. и доп. – М. : Государственное учебно-педагогическое издательство, 1938. – С. 40.
5. *Фасмер М.* Этимологический словарь русского языка в 4 томах / Под ред. Б. А. Ларина. – М. : Прогресс, 1964-1973. – С. 213.
6. *Ясинская М. Б.* Языковая личность князя Б. И. Куракина и мотивированность лексических заимствований (на материале историко-биографической прозы) // Знание. Понимание. Умение. – 2010. – № 4. – С. 181–186.
7. *Ясинская М. Б.* Фонетическая адаптация заимствованных слов и причины фонетического варьирования в Петровскую эпоху // Вопросы филологии и переводоведения в контексте межкультурного взаимодействия : сб. науч. ст. XXXV Междунар. науч.-практ. конф., посвященная 200-летию со дня рождения К.Д. Ушинского, Чебоксары, 19–20 октября 2023 года. – Чебоксары : Чуваш. гос. пед. ун-т, 2023. – С. 316–320.

ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА

УДК 8.81:81-2

Арепьева Н. Г., Аманбаева А. Р., Холстинина К. А.

ИНКЛЮЗИВНЫЙ ЯЗЫК КАК ИНСТРУМЕНТ УСТРАНЕНИЯ СТЕРЕОТИПОВ И ПРЕДУБЕЖДЕНИЙ В ОТНОШЕНИИ ГЕНДЕРНОЙ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ

*Карагандинский университет им. Е.А. Букетова,
г. Караганда, Республика Казахстан*

Аннотация. В последние годы гендерная нейтральность в языке и политкорректность (гендерно-нейтральная лексика) обсуждаются все чаще. В данной статье подробно анализируется данная тема, представляются различные точки зрения, исторические аспекты и конкретные примеры.

В ней даны точные определения политкорректности и инклюзивного языка и приведены многочисленные примеры их использования в различных контекстах. Показано, как использование инклюзивного языка может помочь в борьбе с дискриминацией и создании более равного и уважительного общества.

Основное внимание уделяется гендерно-нейтральному языку: истории, принципам и практическому использованию гендерно-нейтральных выражений, с особым акцентом на гендерно-нейтральных выражениях. Подробно описывается эволюцию гендерно-нейтральных местоимений, существительных и обращений, а также рассматривает различные подходы к их использованию.

В статье также приводятся примеры дискриминационных выражений, с которыми приходится сталкиваться людям. Подчеркивается, что инклюзивный язык не ограничивается гендерной нейтральностью, а предполагает использование недискриминационных языковых форм по отношению ко всем группам людей, включая людей с ограниченными возможностями, представителей разных рас, этносов и т. д.

Подробно анализируются изменения в английском языке в результате инклюзии. Рассмотрены примеры использования различных форм гендерно-нейтрального языка, проанализированы аргументы за и против их использования.

Также рассматриваются негативные реакции на гендерно-нейтральный язык, связанные с его ассоциацией с политической корректностью, а также с непониманием причин использования понятия "гендер".

В работе рассматриваются результаты исследования отношения пользователей YouTube к гендерной нейтральности и инклюзивности в языке. Результаты показывают, что существует широкий спектр мнений по этой

теме и что многие люди не до конца понимают концепцию инклюзивности.

В статье подчеркивается, что для дальнейшего изучения этой темы и поиска путей ее решения таким образом, чтобы она была интересна людям из всех слоев общества, необходимы дополнительные исследования.

Ключевые слова: политическая корректность; инклюзивный язык; гендерно-нейтральный язык; лингвистический активизм; феминизм; гендер; идентичность.

В настоящее время одним из наиболее заметных явлений в языковой политике англоговорящих стран является развитие и широкое распространение принципов политической корректности и инклюзивности языка (гендерно-нейтральные языковые единицы).

Политическая корректность (далее ПК) проявляется в исключении терминов и выражений из словарного состава, которые считаются дискриминационными или оскорбительными для представителей определенных групп [1].

Согласно цифровым базам данных американских газет и журналов ProQuest до 1990-х годов «политкорректность» редко использовалась в прессе. Но уже в 1990 г. выходили в печати более 700 раз, в 1991 г. – более 2500 раз, в 1992 г. – более 2800 раз. На рубеже XX-XXI вв. было опубликовано значительное количество научных статей, посвященных политической корректности (Ayim 1998, Fairclough 2003, Hall 1994, Kimball 1998, Kuran 1995, Ruth 1992, Иванова 2002, Палажченко 2004, Рубина 2011, Савватеева 2008, Цурикова 2001, Швейцер 1996).

Применение инклюзивного языка может восприниматься как форма политической корректности; иногда эти термины интерпретируются как синонимы и являются взаимозаменяемыми [2; 3; 4]. Надо отметить, что данный феномен имеет обширную сферу применения.

Гендерно-нейтральный язык приобрел популярность в результате лингвистического активизма и научной работы 1970-х и 1980-х годов. Так называемая Вторая волна феминистического движения, которая приходится на 1960-е и 1990-е годы, начала связывать порабощение женщин с более широкой критикой патриархата, капитализма, нормативной гетеросексуальности и роли женщины как жены и матери [5].

В результате, в рамках более широкого движения за права женщин, феминистки бросили вызов мужской власти в языковом регулировании, утверждая, что нормативный язык имеет асексистскую и андроцентрическую природу. С тех пор гендерно-нейтральный язык завоевал значительное признание и социальную поддержку [6, с. 550–572].

Именно во время Второй волны феминистского движения стали различать понятия *sex* / пол и *gender* / гендер. Первое включает в себя характеристики, присваиваемые человеку при рождении, а последнее является социальной идентификацией личности. Благодаря увеличению популярности

данных понятий, из языка извлекаются бинарные термины, ущемляющие достоинство человека. К примеру, наблюдается отказ от использования гендерных местоимений *he/she / он/она*, *he / он* или *she/она*, *she/она* или *he/он*, когда лицо не идентифицирует себя таковым, либо при обращении к лицам, чьи гендеры неизвестны.

Согласно книге «Grammar and Gender» Денниса Барона 1986 года, поиск общего, гендерно-нейтрального местоимения в английском языке является не нововведением, а обсуждалось филологами около 200 лет. Более того, он утверждает, что первые местоимения общего рода в английском языке были созданы не из-за какого-либо политического движения за права женщин. Филологи стремились создать такое местоимение, которое было бы лингвистически эффективным и грамматически правильным без указания пола. Предоставляя обширный список, Барон отмечает, что более 80 вариантов гендерно-нейтральных местоимений, «little words such as *ne, ter, thon, heer, et, and ip*» or blends such as “*hesh, himer, and hiser*» предлагались с 18 века. Однако, автор предполагает, что ни одно из данных местоимений не получило и не получит широкого распространения [7].

Политкорректность и инклюзивность языка являются близкими, но не тождественными понятиями. Политкорректность предполагает исключение из языка слов и выражений, которые могут быть оскорбительными и унижительными для представителей определенных групп, а инклюзивность языка – использование языковых форм, которые не дискриминируют ни одну из групп.

Исследование, которое было проведено в январе 2024 года и где приняли участие 60 человек (49 женщин и 11 мужчин), показало, что по меньшей мере 58,3 % респондентов стали жертвами гендерного неравенства, в то время, как только 41,7 % не сталкивались с такими негативными последствиями дискриминации. Данная цифра показывает, что дискриминация по признаку пола все еще преобладает в обществе в наши дни.

Респонденты привели ряд примеров действий, которые квалифицируются как дискриминация по отношению к ним:

1. Ограничения: «Часто сталкиваюсь с ограничениями в выборе одежды, в поведении и времяпрепровождении».

2. В рабочей сфере: «В интернете слышала про огромное количество случаев дискриминации в рабочей сфере, когда женщины зарабатывают меньше/не получают повышение».

3. В семье: «В семье женщины имеют меньше прав, но больше обязанностей. Нет ценности женщины!».

4. В транспорте: «Я часто сталкиваюсь с грубостью и непристойностями в общественном транспорте. Особенно это заметно, когда я еду одна».

5. Высказывания в интернете, в комментариях: «В комментариях к моим фотографиям в интернете часто пишут оскорбительные комментарии о моем теле и внешности».

6. Дискриминационные, оскорбительные высказывания: «Меня часто называют “бабой” или “женщиной” в унижительном контексте».

7. Навязывание начальником и коллегой идеи о том, что нужно женщинам: «Мой начальник постоянно спрашивает, когда я собираюсь завести детей. Он считает, что это единственная цель женщины в жизни».

8. Сексистский юмор: «Мне часто рассказывают сексистские анекдоты и шутки. Это неприятно и обидно».

9. Стереотипы по отношению к женщинам и мужчинам: «Довольно часто сталкиваюсь с распространенным на дорогах стереотипом “Женщина за рулем”, сказанное с большим пренебрежением», «Учитель сказал: “Вы мужчины ни на что не годитесь, кроме того как жрать и спать”».

Эти примеры показывают, что гендерная дискриминация может проявляться в различных сферах жизни. Она может быть явной, например, в виде ограничения прав и возможностей женщин и мужчин, или скрытой, например, в виде гендерных стереотипов и предрассудков.

Применение инклюзивного языка является одним из способов борьбы с гендерной дискриминацией. Инклюзивный язык отражает принципы равенства и уважения к людям всех гендеров. Он помогает сократить языковые барьеры и способствует более эффективному общению в рамках разнообразных культурных и социальных контекстов.

Являясь новой, малоизученной практикой, инклюзивный язык не имеет единого определения. Термины «гендерно-нейтральный язык», «гендерно-инклюзивный», «гендерно-неориентированный язык» часто используются взаимозаменяемо с понятием инклюзивности. На самом деле, «inclusive language» намного обширнее и предполагает использование недискриминационных языковых форм не только по отношению к гендеру, но и ко всем группам людей. Анализ научных источников, журнальных статей и интернет-сайтов позволяет заключить, что инклюзивность определяется как коммуникативная практика, направленная на принятие и равноправие социальных групп: индивидов, людей, различающихся по расовому, этническому, социальному положению, религиозным убеждениям, полу, семейному положению, возрасту, социально-экономическому положению.

Так как большинство синонимов инклюзивного языка касаются гендера, основные изменения в структуре английского языка произошли именно в этом направлении.

Одним из таких преобразований является использование местоимения *they/они (their, themselves/themselves)* не только во множественном, но и в единственном числе является доминирующим в современном английском языке.

(1) *A person should enjoy **their** vacation.* / Человек должен наслаждаться **своим** (в значении среднего рода) отпуском.

(2) *Each child played with **their** parent.* / Каждый ребенок играл со **своим** (в значении среднего рода) родителем.

(3) *The cup of coffee is theirs.* / Чашка кофе принадлежит им (в значении единственного числа среднего рода).

Несмотря на популярность, singular they был одобрен институтами английского языка, такими как словарь Merriam-Webster и руководство по стилю Американской Психологической Ассоциации (American Psychological Association) лишь в 2019 году [8; 9].

Кроме того, гендерная дискриминация возникает при пренебрежительном употреблении местоимений. К примеру, как известно, в английском языке местоимение *he/он* использовалось как обобщающий термин для всех родов (*doctor ... he*) / (доктор ... он). Согласно одному исследованию [10], использование дискриминирующего языка, в частности обобщающего местоимения *he* приводит к тому, что представители женского пола реагируют на использование гендерно-предвзятой лексики (*he*)/(он) в профессиональной сфере с более низким чувством принадлежности, меньшей мотивацией и меньшей ожидаемой идентификацией с работой. Вследствие этого, гендерная дискриминация недопустима в современном обществе, так как разрушает социальную структуру человечества, сея предрассудки и непонимание.

Также, дискриминация проявляется при использовании *she/она* исключительно для определения роли по полу (*babysitter ... she*)/(няня... она). В результате, основной целью инклюзивного языка является устранение предвзятости по любым признакам и создание благоприятной атмосферы для взаимодействий в социуме.

Согласно инклюзивности существительные *man/woman* /мужчина/женщина, *male/female* / мужской пол/женский пол должны употребляться только по отношению к лицам идентифицирующими себя таковыми. При этом, *male/female* / мужской пол/женский пол стоит использовать лишь как имя прилагательное (*a male participant* – участник мужского пола, *female candidate* – кандидат женского пола). Также, *male/female* / мужской пол/женский пол в качестве существительного используется только в том случае, если возрастной диапазон является широким, неоднозначным или для определения пола трансгендера при рождении.

Неправильно: “*person assigned girl at birth*”/“человек, родившийся девочкой”

Правильно: “*person assigned female at birth*”/Человек, которому при рождении присвоен женский пол”

Более того, инклюзивный язык предполагает отказ от гендерных обращений *Ladies and Gentlemen*/ Леди и Джентльмены или *Sir/Madam*/ Сэр/Мадам. Следовательно, наблюдается тенденция среди авиакомпаний, при которой они включают новые гендерные обращения для небинарных пассажиров. Так, *AirCanada* вместо “*ladies and gentlemen*”/“леди и джентльмены” используют “*everyone*”/“все”; *Japan Airlines* также отказалась от гендерного приветствия в пользу “*good morning*”/“доброе утро” и “*good*

evening”/ “добрый вечер”. В 2019 году, Авиакомпания United ввела возможность выбора не бинарного гендера при бронировании билетов. Теперь клиенты могут выбрать M (male)/(мужской), F (female)/(женский), U (undisclosed)/(неуказанный) или X (unspecified)/(неопределенный) [11; 12; 13].

Наблюдается рост гендерно-нейтрального обращения Mx (микс), используемое лицами, не идентифицирующими себя как Ms./мисс, Mrs./миссис или Mr/мистер. Первое использование термина Mx/микс зарегистрировано в журнале *The Single Parent*, в 1977 году [14].

В 2015 году словарь *Oxford English Dictionary* включил гендерно-нейтральное обращение Mx в свой лексикон: «обращение, используемое перед фамилией или полным именем человека, используемое теми, кто не желает указывать свою половую принадлежность или предпочитает не идентифицировать себя как мужчину или женщину». В 2016 году, словарь Merriam-Webster также зафиксировал данное обращение [15; 16].

Следовательно, при обращении к женщине, предпочтение отдается Ms./мисс нежели Mrs./миссис, поскольку первое является более инклюзивным и относится к любой женщине, независимо от ее семейного статуса. Первое упоминание обращения, не указывающего на семейное положение женщины появляется в газете «Springfield (Massachusetts) Republican», 10 ноября, 1901 года [17].

Помимо этого, неприемлемым становится использование гендерно-асимметричных терминов, а именно отказ от мужских обобщающих форм man. Например, firefighter вместо fireman, police officer вместо policeman, humanity вместо mankind. Причиной этому является, что наименования профессий с суффиксом man (chairman), приводят людей к интерпретации личности социального объекта как мужчину, чем наименования профессий без суффикса (chairperson) [18]. Также, наблюдается отказ стереотипных терминов, выделяющих гендерную принадлежность человека. К примеру, не housewife, a housekeeper; не ballerina, a ballet dancer.

Под воздействием инклюзивности в английский язык регулярно добавляются новые слова. К примеру, вместо “niece”/“племянница” или “nephew”/“племянник”, предлагается использование гендерно-нейтральных терминов “nibling”, “chibling”, “sibkid”. Также, вместо “grandparent”/ “бабушка или дедушка” – “grandy” и вместо “aunt” или “uncle”/“тетя” или “дядя” – “titi”, “zaza” или “nini” [19].

Современные социальные сети играют огромную роль в формировании общественного мнения, а также они оказывают значительное влияние на язык. В связи с этим, целью данного исследования является анализ отношения англоязычной аудитории YouTube, одной из наиболее масштабных онлайн-платформ, к инклюзивному и гендерно-нейтральному языку.

Для исследования были проанализированы 95 комментариев из ви-

деороликов на английском языке. Временной диапазон исследованных комментариев составляет от 2 месяцев до 8 лет. В результате, анализ показывает сложность внедрения новых языковых норм и преодоления сопротивления со стороны определенной части аудитории.

Среди 95 проанализированных комментариев 32 % продемонстрировали позитивное отношение к гендерно-нейтральному и инклюзивному языку в целом, тогда как 68 % проявили негативное отношение.

15 % комментариев выразили признательность авторам обучающих видеороликов. Они благодарили их за предоставление новой информации и поддерживали использование гендерно-нейтральных терминов: *“I'm excited to share this with people! Thank you for creating this”/“Я буду рад поделиться этим с людьми! Спасибо”*; *“This is an incredibly important watch! Especially for business owners and community leaders who want to better understand gender-inclusive language. Thank you for sharing, Archie”/ “Рекомендую для просмотра! Особенно владельцев бизнеса и общественных лидеров, которые хотят лучше понимать язык, учитывающий гендерные аспекты. Спасибо, что поделились, Арчи”*.

Также, 15 % отметили использование формы единственного числа *“they”* / *“они”* как способа поддержания гендерной нейтральности в языке: *“It seems, to me, the singular use of “they” is more commonly used by people than they may even think <...>”/“Мне кажется, что слово “они” употребляется людьми в единственном числе чаще, чем они могут даже подумать <...>”*; *“We already use it in singular form when talking about someone whose gender we do not know, so it's not a big leap to use it for a specific person”/ “Мы уже используем его в единственном числе, когда говорим о ком-то, чей пол нам неизвестен, так что нет ничего сложного в том, чтобы использовать его для конкретного человека”*; *“Wow, that's interesting! I have been using “they” as a gender neutral term for ages and have thought it was weird”/“Ого, это интересно! Я уже давно использую “они” как гендерно нейтральный термин и считал это странным”*.

Касаемо негативных реакций, 9 % людей верят, что инклюзивный язык является навязанным и тем самым отрицательно влияет на английский язык.

Инклюзивный язык был ассоциирован с политической корректностью, а также с фашистскими и авторитарными практиками. Эти ассоциации присутствовали в 9 % комментариев. Кроме того, инклюзивность была описана как *“garbage”/“мусор”*, *“trash”/“отстой”*, *“stupid”/“глупость”*, *“lying(4%)”/“ложь (4 %)”*, *“self-obsession”/“самолюбие”*, *“controlled speech/language (3 %)”*, *“контролируемая речь/язык (3 %)”*, *“delusional language”/“бредовый язык”*.

Более того, отмечается негативная реакция на термин *“gender”* (гендер). Большинство комментаторов не понимают смысла использования данного понятия: *“I wonder if Gender is actually such a thing<...>”/“Интересно,*

действительно ли гендер – это такая вещь<...>”; “<...>is gender even necessary?<...>”/ “<...>нужен ли вообще гендер?<...>”.

5 % утверждают, что гендер – это то же самое, что и личность: “*At this point gender is just a term to identify personality traits<...>*”/“*На данный момент гендер - это просто термин, обозначающий черты личности<...>*”; “*Gender = personality*”/“*Гендер = личность*”.

Термин “гендер” был охарактеризован как “useless category”/“бесплезная категория”, “pointless”/“бессмысленная”, “stupid”/“глупая”, “confusing ideology”/“сбивающая с толку идеология”.

Из представленных данных видно, что мнения пользователей YouTube относительно гендерно-инклюзивного языка значительно различаются. Некоторые поддерживают эти изменения, считая их шагом к более справедливому и инклюзивному обществу.

Однако большинство англоязычной аудитории высказывает опасения и критику по поводу внедрения гендерно-инклюзивного языка. Они воспринимают его бессмысленным и даже вредоносным, оспаривая необходимость внедрения каких-либо изменений в язык. Более того, гендерно-нейтральный и инклюзивный язык ассоциируется с политической корректностью, который, в данном анализе, имеет явную отрицательную коннотацию. Наряду с этим, некоторые комментаторы настаивают на свободе слова и отвергают любые попытки изменить традиционные языковые конструкции.

На онлайн-платформе YouTube также выявлены различные точки зрения на природу гендера и его связь с биологическим полом. Часть пользователей считают, что гендер является независимым от биологии аспектом личности, в то время как другие отрицают его необходимость. Они убеждены в том, что биологический пол является единственно значимым фактором.

В целом, обсуждение гендерно-инклюзивного языка на YouTube отражает сложность и актуальность дискуссии в современном обществе о языке, идентичности и социальной справедливости.

Заключение

1. В течение почти столетий понятия политическая корректность и инклюзивный язык эволюционировали, сопровождаясь как положительными, так и отрицательными коннотациями;

2. Инклюзивность языка, пришедшая на смену ПК, основана на сходных языковых механизмах: устранение дискриминации, связанной с различными аспектами личности человека. Отказ от слов, которые приобрели нежелательные коннотации и ассоциации в процессе их употребления.

3. Применение принципов ПК приводит к появлению новой речевой коммуникации, оказывающей глубокое влияние на многие аспекты социальной жизни.

4. Гендерно-нейтральный язык является самым масштабным ответв-

лением инклюзивного языка. Были исследованы тенденции изменения английского языка в связи с устранением дискриминации по половому/гендерному признаку.

5. Анализ социальной сети YouTube, подчеркивает сложности внедрения новых языковых норм и преодоления сопротивления со стороны части аудитории отражает глубину и актуальность дискуссии о гендерно-инклюзивном языке. Введение новых терминов и конструкций требует не только лингвистического изменения, но и пересмотра устоявшихся представлений о языке, обществе и идентичности.

Описанные в статье явления – это реальность сегодняшнего дня. Инклюзивный язык – совершенно новое и актуальное на сегодняшний день понятие. В ходе работы выяснилось, что его зачатки начали проявляться в начале XX века. Инклюзивность – требование современности, где каждый имеет свое право выбора, свободного от стереотипов и предрассудков. Тенденция к единству и признанию разных взглядов, мыслей, к уважению чувств людей нашла свое отражение в английском языке, что проявляется в феномене инклюзивности. Инклюзивный язык – будущее лингвистики, где каждый человек должен быть осведомлен, что слова и выражения, подразумевающие предвзятость, неприемлемы.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Словарь The Oxford Dictionary Thesaurus and Wordpower Guide*. P. 90/
2. *American Psychological Association et al. Publication manual of the american psychological association (2020)* // American Psychological Association. – 2019. – Т. 428.
3. *Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary*. – Harper Collins UK. Ninth Edition, 2018. – 1968 p.
4. *Майба В. В.* О структуре языка политкорректности (на примере английского и русского языков) // *Политическая лингвистика*. – 2012. – № 2 (40). – С. 102–108.
5. *Rampton, M. Four waves of feminism* // Pacific University Oregon. – 2015. – Т. 25. – Pp. 1–10.
6. *Holmes, J., Meyerhoff, M. (ed.)*. The handbook of language and gender. John Wiley & Sons, 2008.
7. *Baron, D. E.* Grammar and gender. – Yale University Press, 1986. – Т. 658.
8. *Шляхтина Е. В.* Особенности перевода политкорректной терминологии с английского на русский язык // *Вестник Костромского государственного университета*. – 2014. – Т. 20. – № 5. – С. 171–174.
9. *Леонтович О. А.* Методы коммуникативных исследований. – М.: Гнозис, 2011.
10. *Lee, C.* (2019) Welcome, singular “they” [Электронный ресурс]. – URL : <https://apastyle.apa.org/blog/singular-they> (дата обращения: 18.01.2023)
11. *Rude, M.* (2019) Merriam-Webster Adds Nonbinary ‘They’ to Dictionary [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.out.com/transgender/2019/9/17/merriam-webster-adds-nonbinary-they-dictionary> (дата обращения: 18.01.2023)
12. *Stout, J. G., Dasgupta, N.* (2011) When He Doesn't Mean You: Gender-Exclusive Language as Ostracism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, volume 37, issue 6 [Электронный ресурс]. – URL : <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0146167211406434> (дата обращения: 11.01.2023)
13. *Jackson, A.* (2019) Air Canada will use gender-neutral terms instead of saying

'ladies and gentlemen' on flights [Электронный ресурс]. – URL : <https://edition.cnn.com/travel/article/air-canada-gender-neutral-trnd/index.html> (дата обращения: 18.01.2023)

14. Coffey, H. (2020) Japan Airlines to use gender-neutral language on flights [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/japan-airlines-gender-neutral-greetings-language-flights-b669650.html> (дата обращения: 06.01.2023)

15. Wilson, A. (2019) United becomes the first airline to introduce non-binary gender options on bookings [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.theguardian.com/travel/2019/mar/27/united-becomes-first-airline-to-introduce-non-binary-gender-option-on-bookings> (дата обращения: 18.01.2023)

16. Henry, R. (2015) Now pick Mr, Mrs, Miss, Ms ... or Mx for no specific gender [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.thetimes.co.uk/article/now-pick-mr-mrs-miss-ms-or-mx-for-no-specific-gender-t2rb5bh62rs> (дата обращения: 16.01.2023)

17. McDonald, J. (2015) Gender-Neutral Title Mx Added to Oxford English Dictionary [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.out.com/news-opinion/2015/8/27/gender-neutral-title-mx-added-oxford-english-dictionary> (дата обращения: 16.01.2023)

18. Merriam-Webster (2016) 'Mx.' is a gender-neutral honorific for those who don't wish to be identified by gender [Электронный ресурс]. It's now in the Unabridged. – URL: <https://twitter.com/MerriamWebster/status/742142714167332864> (дата обращения: 18.01.2023)

19. Zimmer, B. (2009) Hunting the Elusive First 'Ms.' [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.visualthesaurus.com/cm/wordroutes/hunting-the-elusive-first-ms/> (дата обращения: 17.01.2023)

УДК 80

Бадулина В. В.

ВОЛШЕБСТВО РЕКИ РЕЙН И РУССКИХ ПОЛЕЙ: ГАРМОНИЯ И ДИССОНАНС В ОБРАЗАХ ЛОРЕЛЕЙ И РУСАЛОК

*Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет,
г. Комсомольск-на-Амуре, Российская Федерация*

Аннотация. Исследование основано на сравнительном анализе культурных и литературных аспектов образов Лорелеи и русалок в германской и славянской мифологии, а также немецкой и русской литературе. Результаты исследования позволяют понять, каким образом эти героини взаимодействуют с культурными представлениями и восприятием окружающего мира в разных культурах. Анализ гармонии и диссонанса в образах Лорелей и русалок помогает раскрыть глубинные культурные и символические значения этих фольклорных персонажей и их отражение в литературе и искусстве.

Ключевые слова: Лорелея, русалки, мифология, взаимодействие культур, фольклор.

В мире искусства существует множество различных образов, которые вызывают у нас самые разнообразные эмоции и ассоциации. Одни из таких образов – образы Лорелеи и русалок. Лорелея, сводящая с ума моряков своим волшебным пением, и русалки, воплощение загадочности и соблазна, долгое время вдохновляли художников, поэтов и музыкантов.

На первый взгляд, образы Лорелеи и русалок гармонизируют между собой, имеют практически идентичные легенды. Они представлены как прекрасные и обольстительные представительницы женского пола, способные перенести нас в мир фантазий и мечтаний. Однако, задумывались ли мы о том, что под этими привлекательными образами скрывается также диссонанс – несоответствие между иллюзией и истиной?

Цель данной научной статьи состоит в том, чтобы исследовать сходства и различия в образах Лорелеи и русалок, а также проанализировать их значение и влияние в искусстве и культуре. Мы сосредоточимся на изучении литературных и фольклорных произведений, в которых эти образы были представлены, и проанализируем их между собой.

Образ Лорелеи наиболее известен читателям, благодаря стихотворению Генриха Гейне «Лорелея» [11]. В данном произведении она описывается как прекраснейшая девушка с золотыми волосами, которые расчесывает гребнем цвета золота. Дева сидит на скале и напевает песню, тем самым отвлекая моряка. Моряк, будучи очарованным голосом девушки, не замечает скалистых рифов, навлекая на себя смерть.

Однако изначально образ Лорелеи был создан Клеменсом Brentано в 1801 году [9]. Описание, которое дал Лорелее Генрих Гейне, полностью совпадает с описанием девушки, данным Клеменсом Brentано. Тем не менее, в отличие от Генриха Гейне, Brentано в своем стихотворении рассказывает читателю прошлое загадочной девушки. Героиня произведения, некая Лора Лэй, была предана своим возлюбленным и обвинена в колдовстве. Вместо смертной казни девушку ожидало размещение в женском монастыре. По пути в него она подходит к скале Лорелея с желанием взглянуть на реку Рейн в последний раз. К несчастью, девушка разбивается насмерть, а скала с тех пор хранит эхо ее имени.

Ошибочно большинство людей считают, что образ Лорелеи возник из народной сказки, но это не так. Образ Лорелеи был плодом воображения Клеменса Brentано, вдохновленного мистической аурой скалы. Так или иначе, связанные со скалой поверья действительно есть, но их героями являются не девушки, а гномы. Но нельзя не заметить связь Лорелеи с ундинами из германо-скандинавской мифологии.

Ундины неизменно изображаются как смертельно опасные представительницы женского пола без души. Они могут обитать как в водоемах, так и в лесах. Они любят расчесывать свои волосы и обладают чудесным голосом. Добровольный союз с мужчиной способен сократить их жизнь, но также и обрести душу [10]. Связь с Лорелеей у ундины не прямая, однако имеется ряд

сходств, такие как мелодичный голос, способный заставить мужчин забыть обо всем, что происходит вокруг, привычка пользоваться гребнем и нахождение рядом с водным пространством. Ундины, в свою очередь, являются неким аналогом славянских русалок [8].

Как правило, люди под русалками понимают красивую девушку с рыбьим хвостом, местом обитания которой являются океанические просторы и чей голос одурманивает всех, кто встанет на ее пути. Но в действительности этот образ имеет мало чего общего с русалкой. Под влиянием западной культуры образ русалки слился с образом морской девы и даже сирены. Некоторые ученые разграничивают эти понятия и для славянских русалок употребляют слово *rusalka* [2], а для морских дев – *mermaid* [1].

Славянский образ русалок самобытен и многогранен. Русалка в каждом регионе имела свою интерпретацию и, соответственно, у нее не было единого «портрета». Так или иначе, чем южнее область, тем милевиднее был облик русалки в представлениях людей. Чаще всего они описывались как красивые девушки в белых одеждах или нагие [5]. У них были длинные волосы, которые они расчесывали гребнем. Но есть и противоположное описание русалки – уродливая женщина в лохмотьях с большой отвисшей грудью, которую она имела привычку закидывать за спину [7]. Удар одной из ее грудей мог оказаться смертельным для обычного человека. Стоит также отметить, что ни одна из вариаций не приписывает русалке рыбий хвост. Наоборот, они любили танцевать и лазить по деревьям.

Существует несколько теорий относительно того, как появлялись русалки. Согласно одной из них, русалкой становились умершие в младенчестве дети или совсем молодые девушки. Нередко в поверьях говорилось о том, что русалками становились девушки, утопившиеся из-за неразделённой любви, либо же дети, погибшие во время Русальной недели. В некоторых представлениях русалки были духами девушек, умерших до свадьбы, или детей, которых прокляла мать. В некоторых местах также верили, что русалкой становится любая утопленница. Также, по мнению исследователей, место обитания русалки находится именно там, где она умерла или обрела могилу. От этого же, как считают фольклористы, зависел и цвет волос русалок. У водных они были с зеленым оттенком, у лесных и полевых – русые или рыжие.

Русальная неделя или Троицкая неделя считалась временем, когда умершие души возвращались на землю, в том числе и русалок. Это было опасное время для славян. Для защиты от воздействий русалок они использовали полынь (в этом мы находим параллель с ундинами, от которых защищались цветком папоротника [3]). В это время, как правило, русалки ходили гурьбой. Они веселились, танцевали и водили хороводы. Над простыми людьми они подшучивали, пугали и щекотали до смерти. Кроме того, они, согласно некоторым поверьям, возвращались в отчий дом, где им родственники оставляли пищу и одежду. Женщины в это время не пряли и не шили,

иначе все работы крали русалки.

После данной недели русалки, по идее, должны были вернуться на свои места обитания, однако, чтобы это точно произошло, славяне устраивали проводы русалок. Они мастерили чучело из соломы или тряпок и наряжали его в женский традиционный костюм. Чучело всем поселением носят по селу с пением и оставляют за пределами под березой. На следующий день его возвращают обратно и сжигают. Это сопровождается трапезой.

Другой вариант проводов русалок представлял собой практически тоже самое, но на месте чучела оказывалась молодая девушка, которую одевали русалкой и не сжигали после проведения какого-то времени за пределами поселения.

В народной традиции довольно слабо проявляется желание русалок соблазнять мужчин и уводить под воду. Редкие случаи, где упоминаются подобные сюжеты, по мнению исследователей, спровоцированы книжностью и западным влиянием.

Связь русалок с образом Лорелеи не столь очевидна на первый взгляд, как и связь Лорелеи с ундидами. Однако, имеется целый ряд сходств этих образов.

Во-первых, русалки и Лорелея обладают схожим внешним видом. Они зачастую описываются как молодые девушки с длинными русыми волосами. Также они наделены необыкновенной красотой. Но это если мы говорим о южнославянских представлениях о русалках. Северные и западные славяне видели русалок уродливыми и старыми. Общими чертами у русалок со всех регионов являются распущенные светлые волосы [5], белая одежда и венки на голове.

Далее, мы наблюдаем их общее пристрастие к расчесыванию волос. Тем не менее, здесь же мы сталкиваемся с одним из отличий в образах – как правило, русалки расчесывались рыбьими костями [5]. Если отобрать гребень у русалки, то та будет всячески мешать вору жить. Упоминаний о том, что будет, если украсть гребень у Лорелеи – нет.

Любовь к пению также является общей чертой русалок и Лорелеи. Они все поют ради собственного удовольствия. В свою очередь Лорелея своим пением вольно или невольно (в зависимости от выбранной интерпретации образа) обрекает моряков на смерть. Русалки наносят вред людям намеренно, но они также не лишены благородных черт. Есть несколько позитивных народных поверий, связанных с русалками (например, славяне считали, что там, где русалки устраивали веселье, будет хороший урожай [6]).

Русалки и Лорелея обитают у водоемов. Однако, если Лорелея привязана к скале и реке Рейн, то русалки могли также обитать на полях, кладбищах и в лесах. Существовали также поверья, что зимой русалки обитали исключительно в воде, а на Русальной неделе они возвращаются на сушу, где и проводят все лето [4].

Более того, что русалки, что Лорелея по некоторым версиям были утопленницами. Но на данный аспект есть множество других теорий. Лорелея изначально описывается, как девушка, умершая не по собственному желанию. Есть также вариации, где она самовольно убивает своего возлюбленного, или где она намеренно бросается со скалы и возвращается в общеизвестном образе ради мести. Русалками же, согласно верованиям, могли быть также и младенцы, и девушки, умершие во время Русальной недели. Также русалками могли стать девушки, которые погибли до замужества.

Подводя итоги, нужно отметить, что в ходе исследования мы обнаружили, что образы русалок и Лорелеи, характеризующихся привлекательностью и опасностью, имеют некоторые значительные сходства и отличия.

Одно из главных сходств между образами русалки и Лорелеи заключается в их связи с водой и природой. Оба персонажа ассоциируются с морскими глубинами, реками и ручьями, отражая человеческую зависимость от природы и ее силы. Этот аспект подчеркивает уникальное и неразрывное взаимодействие человека с окружающей средой.

Также оба образа имеют символическую значимость, связанную с сочетанием привлекательности и опасности. Русалки и Лорелея в некоторых вариациях обладают необыкновенной красотой, способной очаровать людей, но в то же время несут угрозу для жизни и безопасности. Это отражение двойственности и сложности женской природы и влияние мифологических убеждений на представления об опасности и соблазне.

Тем не менее, образы русалки и Лорелеи имеют и свои уникальные черты. Русалка с более древними корнями ассоциируется не только с водным пространством, но и с полями и лесами. Она воплощает идеи смерти, возрождения и силы природы. Лорелея, с другой стороны, является персонализацией Рейна, реки в Германии. Ее историческая легенда стала символом опасности, беспокойства и смерти. Эти различия отражают культурные контексты, в которых эти образы возникли и развились.

Стоит отметить, что образы русалки и Лорелеи оказали значительное влияние на культурное наследие своих стран. В искусстве, литературе, музыке и кино мы видим множество представлений о русалках и Лорелеях, которые продолжают оказывать влияние на современное творчество и всю культуру. Эти образы стали источником вдохновения для художников, писателей и композиторов, способствуя развитию и расширению художественного и культурного наследия. Яркими примерами влияния Лорелеи могут стать стихотворение Генриха Гейне «Лорелея» и посвященная ей статуя, которая находится на вершине дамбы на реке Рейн. Русалки же являются более популярными в искусстве, одними из примеров влияния образа могут стать опера Антонина Дворжака «Русалка» и картина русского художника Ивана Крамского под названием «Русалки».

Таким образом, гармония и диссонанс между образами русалок и Ло-

релеи не только отражают глубинные символические значения, но и оказывают значительное влияние на культурное наследие своих стран.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Англо-русский* словарь Онлайн : Meaning of MERMAID in English [Электронный ресурс]. – URL : <https://slovar-vocab.com/english/britannica-vocab/mermaid-7144405.html> (дата обращения: 14.02.2024).

2. *Англо-русский* словарь Онлайн : Meaning of RUSALKA in English [Электронный ресурс]. – URL : <https://slovar-vocab.com/english/britannica-vocab/rusalka-7148006.html> (дата обращения: 14.02.2024).

3. *Афанасьев А. Н.* Поэтические воззрения славян на природу [Электронный ресурс]. – URL : <https://archive.org/details/3-1869> (дата обращения: 15.02.2024).

4. *Виноградова Л. Н.* Что мы знаем о русалках? [Электронный ресурс]. – URL : <http://Annales.info/rus/etnografia/rusal.htm?ysclid=lt5uo0n2o0982581799> (дата обращения: 16.02.2024).

5. *Зеленин Д. К.* Очерки русской мифологии [Электронный ресурс]. – URL : https://books.google.ru/books?id=3d9LAAAAyAAJ&hl=ru&source=gbs_navlinks_s (дата обращения: 15.02.2024).

6. *Некрылова А. Ф.* Круглый год. Русский земледельческий календарь [Электронный ресурс]. – URL : <https://djvu.online/file/y39WPJlzogheg?ysclid=lt5uljn1bt276947566> (дата обращения: 15.02.2024).

7. *Романов Е. Р.* Белорусский сборник [Электронный ресурс]. – URL : <https://drive.google.com/file/d/0B6jRQomRfHjZeDZQNV9xMm9OZU0/view?resourcekey=0-NK0Lk-EB05-siXfuTJ7V2Q> (дата обращения: 15.02.2024).

8. *Юсим М. А.* Ундины // Мифологический словарь / Гл. ред. Е. М. Мелетинский. [Электронный ресурс]. – URL : https://archive.org/details/1990_20230523 (дата обращения: 15.02.2024).

9. *Clemens Brentano.* Die Lore Lay [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.tania-soleil.com/clemens-brentano-di-lore-lay/?ysclid=lt5uqdpib3886655542> (дата обращения: 14.02.2024).

10. *Fass, Barbara F.* The Little Mermaid and the Artist's Quest for a Soul. // Comparative Literature Studies. [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.jstor.org/stable/i40009442> (дата обращения: 14.02.2024).

11. *Heine, Heinrich* Ich weiß nicht, was soll es bedeuten... [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.tania-soleil.com/heine-ich-weis-nicht-was-soll-es-bedeuten/?ysclid=lt5uptwt2m151974935> (дата обращения: 14.02.2024).

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ ЧЕРЕЗ МЕДИА НА ПРИМЕРЕ АМЕРИКАНСКИХ СЕРИАЛОВ

*Арзамасский филиал, Национальный исследовательский Нижегородский
государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
г. Арзамас, Российская Федерация*

Аннотация. Целью данного исследования является установления основных пунктов, на которые следует обратить внимание при изучении англоязычной страны через медиа, в том числе-сериалы. Сериалы, произведенные в этих странах на родном языке особенно интересны для рассмотрения, так как имеют большой потенциал в отображении культурных ценностей и особенностей.

Ключевые слова: культурология; американские сериалы; культура англоязычных стран; медиа.

Сериалы как единицы коммуникации отражают действительность и передают культуру, они ориентированы на максимальное воздействие на аудиторию и характеризуются заимствованием черт из других стилей, включая лексику (научные термины, клише официально-делового стиля), а также добавлением выразительности и эмоциональности для лучшего восприятия. Этот тип медиа представляет собой связанный символический комплекс, ориентированный на взаимодействие между его автором и массовой аудиторией для обмена актуальной социальной информацией, идеями, мнениями и максимальной актуализации потенциала такого вида медиа, как сериал.

Американские сериалы смотрят люди по всему миру, поэтому люди ответственные за создание сериалов вкладывают самые значимые культурные коды в свои произведения, чтобы у зрителей из других стран сложилось нужное им впечатление, или стереотипы [5].

Массовая культура является неотъемлемой частью культуры в современном мире, частью имеющей широкое распространение. Телевизионные сериалы представляют собой феномен массовой культуры возникший в 20 веке, занимающий значительное место по содержательным, временными и функциональным позициям. Такая их значимость в массовой культуре связана с позволяют проводить определённые мировоззренческие ориентиры, постулаты и тем самым воздействовать на сознание телезрителей [4]. Теле-сериалы объективно полифункциональны. Позволяют донести квазикоммуникационные ценности, а модели поведения, визуальные образы фразеологически переносятся в обыденную жизнь.

С момента своего появления в 1950-х годах как неотъемлемая часть американской жизни телевидение отражало и развивало культурные нравы

и ценности. Но отношения между социальными установками и телевидением взаимны; вещательные компании часто демонстрировали свою способность влиять на зрителей, либо сознательно посредством предвзятых политических комментариев, либо скрытно, изображая противоречивые отношения как социально приемлемые. Симбиотическая природа телевидения и культуры проявляется в каждой передаче, от семейных ситкомов до серьезных новостных репортажей [2].

Исторический фон очень сильно влияет на содержание сериала. Это первое, на что следует обращать внимание, при исследовании Американской культуры. Во времена национальных кризисов сериалы взяли на себя роль зеркала, отражая и анализируя важные для страны события. Когда в 2001 году террористы врезались самолетами в башни Всемирного торгового центра, сетевые блокбастеры, такие как «Остаться в живых», объединили зрителей в общем ожидании, породив многочисленные блоги, фан-сайты и спекулятивные дискуссии на рабочем месте о судьбах персонажей. Они нашли отклик в зрителях, потому что резонировали с недавними событиями [3, с. 154].

Предоставляя зрителям кадры самых ярких человеческих переживаний, телевизионные сериалы смогли достучаться до людей так, как радио и газеты не смогли этого сделать.

Социальные противоречия, отраженные в том или ином сериале, так же заслуживают внимания. Они могут быть связаны с социальной и религиозной политикой Америки.

Вопрос о том, несут ли телевизионные продюсеры ответственность за продвижение определенных социальных ценностей, продолжает вызывать горячие дискуссии. Аналогичные разногласия возникли с изображением открытых геев в телешоу в прайм-тайм. Когда в 1997 году появилась главная героиня ситкома «Эллен» (через две недели после того, как Эллен ДеДженерес, актриса, сыгравшая эту роль, объявила, что она представитель людей с нетрадиционной ориентацией), она стала первым таким персонажем как на телевидении, так и на кабельных сетях. Шоу оказалось проверкой терпимости страны к таким персонажам на телевидении и стало предметом многочисленных споров. Поддержанная либеральными сторонниками и подвергшаяся критике со стороны консервативных противников, актриса и сериал способствовали стремлению сделать гомосексуальность приемлемым для основной аудитории. Хотя в следующем году сериал «Эллен» был отменен [2].

Примером, почему временной промежуток, в который был снят сериал, это еще один важный аспект является то, что Европа тратила огромные усилия и средства на восстановление после войны, а США 50-ых годов переживали экономический подъем. У широких масс появился достаток, и тут же началась эпоха потребления. Тогда появились огромные машины,

мода на яркую одежду, множество новых бытовых приборов весьма стильных по дизайну. А также пресловутый набор «секс-наркотики-рок-н-ролл». Блистали Мерлин Монро и Элвис.

При этом общество оставалось на удивление консервативным. Расизм и сексизм были нормой, против которой не всякий решался бунтовать [5].

Оплотом того времени стал «Мэверик» – американский телесериал, который транслировался на канале ABC с 22 сентября 1957 по 8 июля 1962 года. Он впервые вышел в эфир в конце 1950-х и начале 1960-х годов. Сериал рассказывает о приключениях братьев Бретта и Барта Мэверик, азартных игроков и путешественников, в американском Западе XIX века. Он представляет Америку как место приключений, свободы и возможностей, типичное для жанра «вестерн».

«Мэверик» исследует американский фольклор и миф о Западе, которые сформировались в коллективном сознании американцев. Сериал идеализирует американский Запад как место, где каждый может найти свой путь к успеху, где индивидуализм и независимость ценятся выше всего, и где законы и порядок далеко не всегда соблюдаются. Это все и есть американский миф о «завоевателе Запада», олицетворение идеи американской дерзости.

В целом, «Мэверик» представляет американский Запад как место, где реализация американской мечты сталкивается с суровой реальностью, но также как место, где смекалка и храбрость могут привести к успеху. Этот образ «завоевателя Запада» известен в американской культуре отчасти и потому что присутствует во многих произведениях жанра «вестерн» [4].

Так же в 50-ых годах в Америке получила большое распространение уфология. В связи с этим огромную популярность получил сериал «Сумеречная зона». В нем американское общество и его особенности представлены с разных точек зрения. Сериал исследует различные аспекты американской жизни через призму научной фантастики. Среди них: политика, мораль, общество, технологический прогресс и его противоречие этическим ценностям. Создатели «Сумеречной зоны» часто используют научно-фантастические и фантазийные элементы (например, окказионализмы и технические термины для описания предметов и вещей, которые не существуют в реальной жизни), чтобы выразить свои идеи и комментарии о современных проблемах и противоречиях. Сериал дает пищу для размышлений о том, что означает быть американцем, какие надежды и стремления им свойственны в совсем нетипичной для обычного человека ситуации.

Самое ценное, что лингвист и культуролог может найти для себя в аутентичном американском сериале это языковые региональные особенности, диалекты. Америка – это большая страна, и каждый ее штат имеет свои уникальные культурные и лингвистические особенности. Сериалы отлично отражают эти особенности. В зависимости от места действия персонажи будут использовать сленг и диалектизмы характерные для их штата. Так же тут можно упомянуть стереотипы о жителях разных штатов, в зависимости

от цели, которую преследует сериал, эти стереотипы будут либо высмеиваться и опровергаться, либо подтверждаться [1].

Например, сериал “Fargo” (основанный на одноименном фильме) отражает особенности культуры и диалекта жителей северных штатов.

Разные штаты имеют разные климатические и природные условия, которые могут оказывать влияние на образ жизни персонажей и события сериала. Например, сериал “Breaking Bad” уделяет внимание пустынным ландшафтам и тяжелым климатическим условиям Нью-Мехико. Большая часть сериала, связанная с криминальными действиями персонажей, снята в пустыне, чтобы показать, что таким образом персонажи избегают лишнего внимания со стороны полицейских.

В сериалах, в которых фигурирует Нью-Йорк, обычно изображаются высокие небоскребы, суэта города, разнообразие культур и этнических групп, а также уникальная атмосфера большого мегаполиса. Примером может служить сериал “Friends”, который сосредотачивается на жизни группы друзей в Нью-Йорке. Герои живут в типичном многоквартирном доме этого города, сериал отмечает характерную привычку для жителей Нью-Йорка – встречаться с группой друзей в кофейне в центре города.

Уже затрагиваемая выше тема стереотипов и предрассудков в сериалах также оказывает влияние на то, как рядовой зритель воспримет персонажей, изображенных в сериале. Сериалы могут содержать стереотипы о разных группах населения, для американских сериалов особенно характерны стереотипы, основанные на расе, поле, вероисповедании, национальности и других факторах. Изучение этих стереотипов помогает лучше понять культурные и социальные особенности американского общества [1]. Важно оставаться непредвзятым в анализе этих стереотипов и осознавать, как они могут влиять на общественное мнение.

Сериал «Черное зеркало» – это еще один научно-фантастический сериал. Он также, как и «Сумеречная Зона», рассматривает различные аспекты технологического прогресса и его влияние на общество. Он часто поднимает вопросы о расовых и социокультурных стереотипах, освещая их в негативном свете и исследуя, как они могут влиять на индивидуумов и общество в целом.

«Оранжевый – хит сезона» уже представляет собой не фантастический вымысел, а историю о женщинах в тюрьме, которая вполне могла бы произойти в реальности. Сериал затрагивает вопросы о расовых и гендерных стереотипах, дискриминации и социальной несправедливости. Особенно ярко можно увидеть стереотипы в отношении свободных женщин и женщин побывавших в тюрьме, как они воспринимаются Американским обществом. Этот сериал также несет ценность для сопоставления мест временного заключения в Америке и в других странах.

Изучение того, как сериалы показывают культурные стереотипы и особенности, помогает понять, как медиа влияет на формирование мнения

простых зрителей о целой стране. Эта область исследования культуры Америки интересна, потому что существует множество аспектов понимания культуры и языка в современном американском обществе.

Языковые и культурные особенности отражаются в сериалах посредством использования фразеологизмов, различных типов аллюзий, словосочетаний и т. д. Эти языковые единицы могут использоваться в измененной форме, что является отражением индивидуального стиля автора и его творчества. Значительное количество аллюзий подчеркивает тенденцию привлечения внимания зрителей за счет различных образов и стереотипов определенной культуры, наряду с существованием универсальных прецедентных явлений, знакомых людям независимо от их принадлежности к определенному языковому сообществу. Лингвокультурный потенциал сериалов лежит в области когнитивной связи языковой личности с различными образами и стереотипами, запрограммированными ее культурой. Таким образом, культурно специфичные прецедентные феномены кодируют сериал, ограничивая зрительскую аудиторию, способную понять суть, тем самым привлекая внимание к продукту.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Arkhipova, E. I.* Linguocultural level of English mass media text description // Russian Linguistic Bulletin. – 2021. – № 4 (28) [Электронный ресурс]. – URL : <https://rulb.org/archive/4-28-2021-december/lingvokulturologicheskii-uroven-opisaniia-angliiskikh-mediatekstov> (accessed: 08.11.2023)
2. *Maness, K.* Mass media & cultural studies: gender, race, and identity // Academia.edu: сайт. – осень 2010 [Электронный ресурс]. – URL : https://www.academia.edu/1737631/Syllabus_Mass_Media_and_Cultural_Studies (дата обращения: 08.11.2023)
3. *Morley, D.* Television, Audiences and Cultural Studies. – Routledge, 2003. – P. 336.
4. *Nechozhina, Julia* Linguistic and cultural studies as one of the main aspects of English language teaching // Научное обозрение. – 2019. – № 2. [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/linguistic-and-cultural-studies-as-one-of-the-main-aspects-of-english-language-teaching> (дата обращения: 01.11.2023).
5. *Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication* // University of Minnesota, 2016 [Электронный ресурс]. – URL : <https://open.lib.umn.edu/mediaandculture/chapter/9-2-the-relationship-between-television-and-culture/> (дата обращения: 08.11.2023)

РЕАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА “LOVE” В ТЕКСТАХ ПЕСЕН ГРУППЫ “STRAY KIDS”

*Челябинский государственный университет,
г. Челябинск, Российская Федерация*

Исследование выполнено при поддержке Фонда перспективных научных исследований ФГБОУ ВО «ЧелГУ» 2024 г.

The research is supported by the Foundation for Advanced Scientific Research at Federal State Educational Institution of Higher Education “CSU” in 2024.

Аннотация. Данная статья посвящена анализу лексических средств, вербализирующих концепт “Love” в текстах песен корейской группы “Stray Kids”. Содержание концепта “Love” меняется в зависимости от контекста и лингвокультурологических особенностей. В данной статье рассматривается понятие «концепт», раскрываются различные трактовки концепта “Love”, а также приводятся результаты, полученные в ходе структурно-семантического и контекстуального анализов текстов песен исполнителей. Основное содержание исследования составляет анализ образов и лингвостилистических особенностей, реализующих концепт “Love” в творчестве музыкантов.

Ключевые слова: концепт, структурно-семантический анализ, контекстуальный анализ, образ, лингвостилистические особенности.

Музыка представляет собой огромное собрание мыслей и образов, столетиями создаваемых обществом. Музыкальные образы и идеи, прописанные в текстах песен, являются важными носителями культурной информации и неотъемлемой частью истории народов, а также заметно влияют на человеческое самосознание, демонстрируя основные идеи, господствующие в обществах той или иной эпохи. Так, в данной статье мы подробно рассмотрим, как и какими средствами реализуется концепт “Love” в текстах музыкальных произведений современных южнокорейских исполнителей “Stray Kids”, которые приобрели большую популярность и несомненное влияние на молодых людей всего мира.

Объектом изучения в данной статье становится концепт “Love” в текстах музыкальных произведений. Предметом изучения выступают лингвостилистические особенности текстов песен участников группы “Stray Kids”, написанные в период с 2017 по 2023 года и имеющие официальную регистрацию в базе КОМСА (Korea Music Copyright Association). Песни отмечены списком наград, который включает 62 награды и 127 номинаций, а также 25 побед на музыкальных шоу (M Countdown, Show Champion, Music

Bank, Inkigayo).

“Stray Kids” – южнокорейская мужская музыкальная группа, созданная в 2017 году компанией JYP Entertainment. Изначально группа была экспериментом компании, когда впервые участникам позволили собрать команду самостоятельно. Группа состоит из восьми человек: Бан Чан, Ли Минхо, Со Чанбин, Хван Хенджин, Хан Джисон, Ли Феликс, Ким Сынмин и Ян Чонин. Stray Kids известны своим уникальным стилем в создании музыки и талантом в написании музыкальных текстов [1, URL]. Их тексты отличаются яркостью, искренностью и смелостью в выражениях мыслей и чувств. Всё это помогло им получить множество поклонников по всему миру и установить большое количество рекордов, отмеченных престижными наградами.

Концепт часто становится объектом пристального изучения в лингвистике. Концепт, согласно многочисленным дефинициям, – «многомерный мыслительный конструкт, отражающий процесс познания мира, результаты человеческой деятельности, его опыт и знания о мире, хранящий информацию о нем» [2, с. 40–59]. В лингвистике концепт “Love” может рассматриваться с разных точек зрения и анализироваться с помощью различных языковых явлений и методов. Это обуславливает актуальность выбора концепта “Love” как наиболее яркого и распространённого в текстах музыкальных произведений, так как к нему наиболее часто обращаются авторы-исполнители.

Изучение концепта “Love” может включать в себя анализ лексико-семантического поля и структуры слов, а также изучение фразеологических выражений и идиом, связанных с представленным концептом. Одним из основных аспектов концепта “Love” является лексика, связанная с этим понятием. В разных языках могут существовать разные лексемы, обозначающие виды любви, эмоции, связанные с ней, а также действия и состояния, которые могут проявляться в контексте. Из английского языка в качестве примера можно привести такие лексемы, как “love” (любовь), “passion” (страсть), “affection” (привязанность), “devotion” (преданность) и т. д.

Таким образом, **целью** данного исследования является анализ образов и лингвостилистических особенностей, реализующих концепт “Love” в творчестве музыкантов.

Понятие “Love” довольно сложное, поскольку весьма затруднительно отметить единственно верную трактовку. Любовь может быть разной: любовь к партнёру, к родителям, к домашнему животному, и даже к чему-то неодушевленному (к родине, к природе, к еде) и т.д. Чтобы углубиться в данный концепт, следует рассмотреть, как различные авторы подходят к трактовке понятия “Love”.

Прежде всего стоит обратиться к трактовке данного понятия в работах отечественных учёных в области психологии. Краткий психологический словарь под редакцией А. В. Петровского и М. Г. Ярошевского раскрывает

концепт “Love” таким образом: «любовь основывается на общности интересов людей, их потребностей, целей, ценностей и сопровождается сильными эмоциями, отличающимися постоянством. Но существует и «любовь к дальнему» – к истине, идеалу, родине, народу, человечеству. Ради любви человек готов отказаться от личного счастья, пожертвовать своей жизнью. Любовь требует от любящего сострадания, терпимости, бескорыстия, сопереживания, чуткости, принятия любимого таким, каким он есть. Любовь – это действия, способствующие тому, кого любят, стать таким, каким он должен быть. А значит, любовь предполагает развитие в человеке таких качеств, как требовательность, непреклонность, решимость, твердость духа и т.д.» [3, с. 505].

В философском словаре под редакцией Н. С. Гордиенко, В. А. Карпунина, «любовь – чувство устремленности к единению, близости с другим человеком, другими людьми, природой, идеями, идеалами вплоть до желания слиться с ними, раствориться в них, пожертвовать собой во имя объекта своей «любви» [4, с. 399].

В словарях английского языка дается другое, более развёрнутое определение понятия “Love”: “Love is a variety of different feelings, states, and attitudes that ranges from interpersonal affection (‘I love my mother’) to pleasure (‘I loved that meal’). It can refer to an emotion of a strong attraction and personal attachment. It can also be a virtue representing human kindness, compassion, and affection – “the unselfish loyal and benevolent concern for the good of another”. It may also describe compassionate and affectionate actions towards other humans, one’s self or animals” [5, p. 200].

Некоторые авторы подходят к данному понятию более строго, отмечая чёткие требования и не включая другие виды любви, ограничиваясь любовью непосредственно к человеку: “The feeling of liking another adult very much and being romantically and sexually attracted to them, or strong feelings of liking a friend or person in your family” [6, URL].

Далее следует рассмотреть, каким же образом концепт “Love” представлен в текстах представителей современной поп-музыки “Stray Kids”. Несмотря на то, что мы часто воспринимаем любовь как что-то светлое и счастливое, нередко любовь передаётся как своего рода зависимость, не всегда здоровая, и часто больше физическая привязанность, нежели духовная связь. В песне “Red Lights” любовная зависимость выражается через глаголы физического состояния to breathe и to die, а любовь здесь – источник жизни: “I cannot breath without you being right by my side, I’ll die.” [7, URL]. Лирические герои связывают любовь с физической близостью через прилагательные closer и tight, а также мольбой через вопросительную конструкцию “Can you please...?": “So, can you please come over closer? Hold me tight...” [7, URL]. Любовь также представлена как особая энергия, что может свести человека с ума и даже навредить объекту его любовного интереса:

“I’m going crazy”; “Make you feel my love” [7, URL]. В песне “Taste” любовная зависимость выделяется буквально: “I’m addicted to you” [7, URL]. В тексте песни “Slump” (English version) любовь также неразрывно связывается с нежеланием оставаться в одиночестве, с нуждой физического присутствия объекта любви рядом: “But I don’t wanna be alone so you can take me to you now” [7, URL]. Обращаясь к тексту песни “LoveSTAY”, мы можем наблюдать, что здесь любовь передаётся через обещание, прямое намерение искоренения чувства одиночества с достижением физической близости с помощью конструкций “will never” и “will always be”: “I will never make you lonely. You’ll always be beside me” [7, URL]. Тот же приём использован в песне “Silent cry” через обещание не покидать лирического героя, через особое выражение поддержки: “Cause I won’t let you go” [7, URL].

Особое внимание стоит уделить концепту любви, передающемуся через исключительность объекта любви. Не секрет, что любовь затмевает разум, и те, кого мы любим становятся самыми лучшими для нас во всём. Так в тексте песни “Youtiful” прослеживается идеализация через лексемы, передающие восхищение, такие как perfect, amazing: “You’re perfect in my eyes”; “I will tell you that you’re amazing as you are” [7, URL]. Идеализация объекта восхищения также в тексте передаётся через сравнение: “You’re a miracle” [7, URL]. Здесь любовь – согревающая, пробуждающая сила: “...you’ve been so cold this whole time but now I’m here to make it end” [7, URL].

Любовь в тексте песни “Levanter” (English version) выступает как чувство, которое является единственной целью всей жизни человека. Здесь образ исключительной, высокой любви передаётся категорично с помощью слов never и anything: “Never wanted anything as much as you” [7, URL]. Здесь же, как и в тексте “Youtiful”, ушедшая любовь связывается с идеализацией, иллюзиями, но уже в негативной коннотации: “Any illusions about I had left about you disappeared” [7, URL].

Изучая текст песни “Going dumb”, мы можем проследить связь любви с глупостью. Многие люди отмечают, что становятся более невнимательными, начинают больше ошибаться, совершают смелые и часто необдуманные поступки, будто бы глупеют. Этот смысл заключен во всём тексте данной песни следующими строками: “Feels like love... You got me going dumb” [7, URL].

Уделяя внимание авторству отдельных участников группы, можно особо выделить индивидуальные трактовки данного концепта. В песне “Connected” за авторством Бан Чана можно наблюдать большое количество различных образов и ассоциаций, связанных с любовью. Так любовь – начало чего-то прекрасного, неизведанного: “No need to be desperate. We’re just getting started” [7, URL]. Здесь же любовь – общие цели: “Two minds, one direction” [7, URL]. Тот же концепт передаётся через сравнение влюблённых с магнитами, а любовь здесь — сила притяжения героев: “We’re pulling at each other like magnets” [7, URL]. В другой песне “I hate to admit” любовь

выражается через наличие постоянных мыслей об объекте любви: “I can’t stop thinkin’ ’bout you” [7, URL]. Концепт “love” выражается как союз, предначертанный судьбой, построенный на небесах: “Meant for each other...” [7, URL]. Здесь же присутствует строчка, которая выражает одновременно и привязанность, и физическое влечение героя через оттенки значений глагола “to want”: “All that I want is you” [7, URL].

Ещё один участник Хан Джисон в своей песне “Happy” передает образ любви через радость встречи, где радость передана конструкцией “to be glad to see”: “I’m so glad to see you” [7, URL]. Любовь лирического героя выражается и интересом к жизни объекта любви через вопросительную конструкцию “Are you...” и через просьбу “Please be...”, в каждой из которых встречается лексема “happy”: “Are you happy out there?”; “Please be happy out there” [7, URL]. Здесь “happy” имеет прямую связь с любовью как эмоция, которая сопровождает это чувство. В другой песне “Wish you back” любовь – счастливый этап, который хочется вернуть, выраженный в тексте через просьбу возвратиться в то счастливое время и ласковое прозвище “baby”: “So baby love me again if it’s okay” [7, URL].

Детально рассмотрев данный концепт на материале песен группы “Stray Kids”, мы можем сделать вывод о том, что выражение любви в текстах группы “Stray Kids” крайне разносторонне и имеет множество образов, ассоциируясь с такими понятиями, как зависимость, привязанность, исключительность, цель всей жизни, обещание не покидать, начало чего-то неизведанного и прекрасного, счастье, взаимный интерес, чувство, что может свести с ума, чувство, делающее человека «глупым», согревающая сила, счастливый этап жизни, общая цель, магнетизм, союз по судьбе, физическое влечение.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гастин А.* История и состав Stray kids [Электронный ресурс]. – URL : <https://go.zvuk.com/stars/stray-kids.htm> (дата обращения: 14.11.2023)
2. *Красавский Н. А.* Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах : Монография. – Волгоград : Перемена, 2001. – С. 40–59.
3. *Краткий психологический словарь* / Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – 2-е изд., расш., испр. и доп. – Ростов на Дону : Феникс, 1998. – 505 с.
4. *Школьный философский словарь* / Т. В. Горбунова, Н. С. Гордиенко, В. А. Карпунин и др. – М. : «Просвещение», АО «Учебная литература», 1995. – 399 с.
5. *Oxford English Dictionary*. – Oxford University Press, 1998. – P. 200.
6. *Cambridge Dictionary* [Электронный ресурс]. – URL : <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/love> (дата обращения: 23.11.2023)
7. *Stray kids, Lyrics*. [Электронный ресурс]. – URL : <https://genius.com/artists/Stray-kids> (дата обращения: 17.11.2023)

СУБКУЛЬТУРА БЛОШИНОГО РЫНКА: ЭТИМОЛОГИЯ И НОМИНАЦИЯ

Российская таможенная академия, г. Люберцы, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, связанные с возникновением и развитием субкультуры блошиного рынка. Подчеркивается связь исследуемого пласта культуры с ее языковым воплощением. Использован метод лингвистического описания, включающий наблюдение и классификацию, а также количественный анализ исследуемого корпуса материала. Выполнена семантическая классификация 91 словарной номинации из британского картинного словаря. Вычленено 10 лексико-семантических групп (ЛСГ), отражающих номинации артефактов британского блошиного рынка, существовавшего в 90-х гг. XX века.

Ключевые слова: блошинный рынок, субкультура, артефакт, этимология, номинация, лексико-семантическая группа.

В современном мультикультурном мире, который все острее воспринимается в русле конфликта цивилизаций, внимание исследователей обращается к вопросам, приводящим к причинам этого конфликта, и путям его преодоления или, по крайней мере, смягчения.

Мы, земляне, обречены жить на одной планете и, следовательно, нам необходимо находить точки соприкосновения и взаимообогащения культур, а не усугублять то, что нас разъединяет. Только в этом случае нам удастся сосуществовать достаточно долго и не ставить на кон саму возможность жизни человека на Земле.

Долгая история возникновения и развития земных цивилизаций – это бесценный ресурс человечества, который следует оберегать и развивать всеми доступными средствами, поддерживая этническое и культурное разнообразие. В этом – сила, мощь и надежда людей на выживание, ибо «... человек только тогда становится человеком, когда он с детства усваивает язык и вместе с ним культуру своего народа. Все тонкости культуры народа отражаются в его языке, который специфичен и уникален, так как по-разному фиксирует в себе мир и человека в нем» [3, с. 3].

Культурная модель мира специфична и различается у разных народов, что обусловлено совокупностью факторов (географией, климатом, историческими особенностями, социальной и религиозной спецификой, образом жизни и т. д.) [5, с. 11]. Всякая этнокультура складывается из определенных, исторически сложившихся элементов, включая ценности, традиции, обычаи, верования, определяющие тот или иной вектор развития культуры. Воз-

никающие на этом пути внешние преграды часто порождаются непониманием чужой культуры и приводят к возникновению фобий и враждебного отношения к людям иной культурной среды. Все эти сложные проблемы находятся под пристальным вниманием разных наук, в частности, лингвокультурологии и этнолингвистики. Существует отдельная научная область – культурная антропология, занимающаяся сравнительным изучением человеческой культуры и общества и пытающаяся ответить на вопрос: в какой степени люди рассматриваются как продукты культуры и, наоборот, насколько они являются ее творцами [7, pp. iv; 2]. Как справедливо отмечают сторонники этого научного направления, оно долгое время считалось экзотическим, опираясь во многом на труды британского ученого Бронислава Малиновского и американца Франца Боаса и его последователей. Впоследствии, особенно с учетом развития полевых исследований, эта область пошла в рост и оформилась в ряд новых направлений, включая те, о которых шла речь выше.

Современный мир меняется с феноменальной скоростью, поэтому логично, что человек пытается найти в нем *sine qua non*, какую-то опору, что-то более устойчивое, привычное, надежное, служащее своеобразным мостиком между неизведанным будущим и более ясным (?) прошлым.

Изложенные выше мысли и определили тему нашего исследования *блошиного рынка* в ракурсе лингвокультурологии. Исследование построено на изучении теоретических источников, в том числе интернет-источников, и описании словарных единиц, приведенных в «Картинном словаре современного английского словаря Оксфорд-Дуден» (“The Oxford-Duden Pictorial English Dictionary”) [11].

Субкультура блошиного рынка сегодня весьма популярна как на Западе, так и на Востоке (разумеется, мы имеем в виду не столько географическое, сколько собственно культурологическое значение этих понятий). Туристы из разных стран, бывая за рубежом, считают своим долгом посетить местные блошинные рынки, где можно найти кладезь культурных артефактов. Этим «ловцов удачи» привлекает не только дешевизна, но и самобытность, оригинальность, уникальность, неповторимость вещей, которые можно приобрести на блошином рынке, среди которых встречаются очень редкие и дорогие экземпляры.

С точки зрения Людмилы Щегловой, распространение блошинных рынков в культуре развитых стран – это «часть процессов эстетизации и геймификации жизни, с одной стороны, и ребяческой культуры – с другой»; это «следствие процесса “шоуризации” современной культуры, понимаемого как транслируемая СМИ цивилизационная тенденция видеть перформанс прежде всего в каждом явлении жизни» [10].

Исследователи-культурологи полагают, что блошинные рынки могли бы сыграть определенную роль в новых устойчивых культурах посредством

объединения «людей-строителей сообщества», инициирующих гражданскую активность и ценности для встречи и изучения новых культур; более того, являясь центрами торговли и экономического обмена, блошинные рынки также могут поддерживать местную экономику, предлагая доступ к дешевым и переработанным товарам и выступая в качестве важных культурных и туристических достопримечательностей [9].

В нашем исследовании мы, прежде всего, задались вопросом: чем обусловлено возникновение термина «блошинный рынок», какова его этимология?

Феномен «блошинный рынок» существует многие тысячелетия, тогда как происхождение соответствующего термина воспринимается неоднозначно. Согласно одной из гипотез, его появление связано с «рынком мух» в Нью-Йорке XVIII века (в районе Манхэттен). В соответствии с другой (доминирующей) гипотезой, термин «блошинный рынок» – английская калька с французского *marché aux puces* (букв. «рынок с блохами»), употребление которой связано с уличным базаром в Париже времен императора Наполеона III, на котором продавались предметы, в том числе старая мебель, зараженная блохами. Прямым эквивалентом термина «блошинный рынок» можно считать испанское выражение *mercado de las pulgas*. В американском варианте английского языка также встречаются эквиваленты *outdoor swap meet* «встреча на открытом воздухе», *bazaar* «(восточный) базар»; в австралийском английском – *trash and treasure market* «рынок мусора и сокровищ»; в британском английском также используются выражения *car boot sale* «продажа из багажника автомобиля», если торговля происходит на открытом воздухе (например, на автостоянке), *jumble sale* «распродажа беспорядка», или *bring and buy sale* «распродажа “принеси и купи”», если торговля осуществляется в закрытом помещении. Русскими синонимами термина «блошинный рынок» можно отчасти считать номинации *вещевой рынок, рынок дешевых (подержанных) товаров, базар, барахолка, толкучка, толчок*, заимствования из английского языка *фли-маркет (flea market)* и *секонд-хенд (second hand)*. Практически чуть ли не в каждой стране Запада и Востока существует аналог блошиного рынка.

К наиболее известным во всем мире блошиным рынкам относят американские рынки *Brooklyn Flea* в Бруклине (Нью-Йорк), *Rose Bowl Flea Market* в Пасадене (Калифорния), *Brimfield Flea Market* в Бримфилде (Массачусетс), *Georgetown Flea Market* в Джорджтауне (г. Вашингтон, округ Колумбия), *Austin County Flea* в Остине (Техас), *TreasureFest* в Сан-Франциско (Калифорния) и др. Британия славится своими блошиными рынками, расположенными в основном в Лондоне: старейший *Portobello Road Flea Market* (Лондон), *Notting Hill* (Лондон), *Hackney Flea Market* (Лондон), *Nine Elms Market and Boot Sale* (Лондон), *the New Covent Garden Market* (Лондон), *Flea at Vinegar Yard* (Лондон), *Ludlow Market* (Ладлоу), *Chesterfield Market* (Честерфилд) и др. Знаменитые блошинные рынки в странах Востока включают

Гранд-базар в Стамбуле (Турция), *Блошинный рынок Яффо* в Тель-Авиве (Израиль), *Колабо Козуэй* и *Чор Базар* в Мумбае (Индия), *Рынок выходного дня в Бангкоке /Chatuchak Weeekend Market* (Таиланд), *Togo Shrine* в Токио (Япония) и др.

Интересный вопрос ставит Делани Бодуэн в статье «Американские блошинные рынки: слияние социального, культурного и устойчивого развития» (“*American Flea Markets: A Confluence of the Social, Cultural & Sustainable*”): «В стране с менталитетом потребительства, является ли вековой ритуал блошиного маркетинга одним из ответов общества на [необходимость. – Л.В.] устойчивого развития?» [8]. Автор полагает, что блошинные рынки как древняя рутинная форма продажи позволяют в какой-то степени решить проблему чрезмерного потребления. Являясь самой «чистой» формой бартера и торговли, существующей в наше время, блошинные рынки могут похвастаться самым эклектичным сочетанием предметов из разных культур, идентичностей и регионов мира. Приводя в качестве примера английскую поговорку-идиому *one man’s trash is another man’s treasure* (букв. «мусор одного человека – сокровище другого») как выражение принципов этичности, бережливости и устойчивого развития, исследователь подчеркивает, что самая чистая форма переработки заключается в передаче использованных предметов от одного человека другому.

Ценностный сегмент языковой картины мира находит отражение в паремиологическом фонде языка [4, с. 306]. В английском языке существует, по крайней мере, несколько идиом, в состав которых входит лексема *flea*: *not hurt a flea* «мухи не обидит»; *flea in one’s ear* «резкий ответ, отпор, колкое замечание; пара “тёплых” слов»; *(as) fit as a flea* «в добром здравии»; *flea bite* «блошинный/комариный укус, пустяк» и др.

Субкультура блошиного рынка основана на поиске выгодной покупки или удачной сделки (*bargain*). Продаваемые на блошиных рынках вещи включают широкий ассортимент – от милых сердцу потрепанных плюшевых медведей (*teddy bears*) до граммофонов и старинных напольных часов. Определенный менталитет «отражает механизмы восприятия и понимания не отвлеченного рефлексизирующего субъекта, а представителя конкретной этнической или социальной группы» [Там же, с. 23].

«Каждый язык, – как утверждает Т. С. Шунтова, – образует единство универсального (всеобщего) и уникального, присущего только данному языку» [6, с. 8]. Уникальность проявляется как различие в способах концептуализации опыта, причем семантические категории отражают когнитивные категории, представляя чувственный опыт в соответствии со способами, характерными для каждого отдельного языка.

Использованный в данной работе метод лингвистического описания, включающий наблюдение и классификацию, а также выполненный количественный анализ исследуемого корпуса материала позволил распределить

91 словарную единицу из упомянутого выше картинного словаря в 10 лексико-семантических групп:

1) электронные, электрические и механические, в том числе оптические и вычислительные, приборы и устройства (28,57 %) – *adding machine* «счетная машина», *abacus* «счеты», *folding camera* «складная камера (фотоаппарат)», *slide projector* «диапроектор»;

2) музыкальные инструменты и акустические (звуковые) приборы (19,78 %) – *gramophone* «граммофон», *barrel organ* «шарманка», *horn* «рожок, валторна», *bugle* «горн, охотничий рожок», *portable tape recorder* «портативный магнитофон»;

3) хозяйственные (бытовые) приборы, инструменты и приспособления (15,38 %) – *dolly* «(грузовая) тележка», *treadle sewing machine* «ножная швейная машина», *milk churn* «маслобойка», *coal scuttle* «ведерко для угля»;

4) мебель и предметы интерьера (14,29 %) – *rocking chair* «кресло-качалка», *washstand* «умывальник», *grandfather clock* «напольные (маятниковые) часы», *candlestick* «подсвечник», *souvenir plate* «сувенирная тарелка»;

5) домашняя утварь и посуда (7,69 %) – *cutlery* «столовые приборы», *beer mug (stein)* «пивная кружка», *water jug* «кувшин для воды», *wash tub* «корыто», *washboard* «стиральная доска»;

6) детские игрушки (4,40 %) – *doll* «кукла», *humming top* «заводной волчок», «нюла»; *tin (lead) soldiers* «оловянные (свинцовые) солдатики»;

7) канцелярские принадлежности и полиграфическая продукция (4,40 %) – *pencil box* «пенал для карандашей», *inkwell with lid* «чернильница с крышкой», *second-hand books* «подержанные книги»;

8) одежда (3,30 %) – *sailor suit* «матросский костюм», *sailor's hat* «матросская шляпа», *waist slip (underskirt)* «нижняя юбка»;

9) люди (1,10 %) – *salesman* «продавец»;

10) предметы флоры и фауны (1,10 %) – *scallop shell* «раковина морского гребешка».

В приведенных выше примерах культурных артефактов британского блошиного рынка, представленного в синхронном срезе в период 90-х годов XX века, явственно прослеживаются культурные и ценностные ориентиры людей того времени.

Вероятно, сегодняшние блошиные рынки и свойственная им субкультура в какой-то степени отличаются от исследуемого хронотопа. Тем не менее, есть вещи вечные, неизменные, которые связаны с духом народа, его глубинными чаяниями и привязанностями, его историей, отпечатанной в культурных артефактах как свидетелях и материальных носителях той или иной эпохи. Так, приведенные выше примеры вещей, продававшихся на британских блошиных рынках, говорят нам о славном прошлом Британии как одной из крупнейших морских держав. В первой из исследованных ЛСГ сквозь призму соответствующих номинаций явственно проступает история

технического прогресса, в котором Британия сыграла не последнюю роль. Британцы, как известно, очень ценят пиво и обладают весьма развитой культурой изготовления и потребления этого напитка, отголоски чего встречаются на блошиных рынках в виде соответствующей посуды. Также в Британии очень развито садоводство и охота, о чем свидетельствуют культурные артефакты.

Как отмечает А. С. Кармин, история развития материальной культуры отражается в развитии языка, являющегося открытой системой, способной к неограниченному развитию [2, с. 76]. Фиксируя происходящие в обществе изменения, язык является его своеобразным слепком. Языковые единицы, будучи «хранителями культурной информации» [1, с. 141], участвуют в ее накоплении и передаче. Номинируя определенные культурные феномены, они сохраняют аромат эпохи и служат мостиком между прошлым и настоящим, представляя интерес для исследователей, работающих в разных научных областях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. – Москва : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 288 с.
2. Кармин А. С. Основы культурологии : морфология культуры. – СПб. : Издательство «Лань», 1997. – 512 с.
3. Маслова В. А. Лингвокультурология. – М. : Издательский центр «Академия», 2001. – 200 с.
4. Привалова И. В. Интеркультура и вербальный знак (лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации) : Монография. – М. : Гнозис, 2005. – 472 с.
5. Тен Ю. П. Культурология и межкультурная коммуникация. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 328 с.
6. Шунтова Т. С. Структурно-семантическая соотносимость наименований спортивной одежды в русском и английском языках : автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – М., 2010. – 24 с.
7. Barrett, R. A. Culture and Conduct. Wadsworth Publishing Company. – Belmont, California : A Division of Wadsworth, Inc, 1984. – 240 p.
8. Beaudoin, D. American Flea Markets: A Confluence of the Social, Cultural & Sustainable [Электронный ресурс]. – URL : <https://jetsettimes.com/eco-friendly/american-flea-markets-a-confluence-of-the-social-cultural-sustainable/> (дата обращения: 23.03.2024).
9. Brembeck, H., Sörum, N. Flea markets as drivers of urban culture, commerce and sustainable cities [Электронный ресурс]. – URL : <https://nomadit.co.uk/conference/sief2013/paper/16854> (дата обращения: 23.03.2024).
10. Shcheglova, L. Flea market as a cultural phenomenon [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.researchgate.net/publication/296476216> (дата обращения: 23.03.2024).
11. *The Oxford-Duden Pictorial English Dictionary*. – URL Oxford University Press; Oxford Bibliographisches Institut, Manheim; Russki Yasyk, Moscow, 1985. – 816 p.

ЯЗЫК И КУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
г. Москва, Российская Федерация*

Аннотация. Статья посвящена актуальной теме противодействия деструктивным процессам в сфере культуры и вопросу выявления механизмов, способствующих преодолению кризиса идентичности и сохранению устойчивых культурных форм. Одним из таких механизмов является язык, устанавливающий надежную связь элементов культуры во времени и пространстве. Приводятся примеры лексических единиц, характерных для английского, французского и корейского языков. Кодификация норм речи, связанных с историей, бытом, национальным характером, оказывает положительное воздействие на социум, содействует возрождению культурной идентичности и осмысленному возврату к культуре своих предков.

Ключевые слова: язык, культурная идентичность, английский язык, французский язык, корейский язык, взаимодействие культур.

Культурная идентичность представляет собой важный ценностно-смысловой компонент культуры любого народа. Учеными установлена прочная связь культурной идентичности с философией, этнографией, социологией, психологией. В рамках современных исследований лингво-культурологии все большее внимание уделяется взаимозависимости культурной идентичности и языка. Именно язык играет ключевую роль в выражении и сохранении культурных особенностей и идентичности, представляя собой не только средство общения, но и своего рода кладезь слов, словосочетаний, фраз, в которых заключены ценности, традиции и уникальные черты этнокультуры.

В условиях значительного увеличения потоков мигрантов, прибывающих в **Великобританию**, происходит процесс наложения и смешения культур, вследствие чего общество становится менее контролируемым и однородным. Это приводит к размыванию концепции «*Englishness*», отражающей идиосинкратические культурные нормы Англии. Тем не менее, английский язык продолжает проявлять себя как система, существующая для консервации и создания устойчивого социума. По-прежнему в качестве временных вех, отделяющих один отрезок времени от другого, выступают закрепленные традицией и соблюдаемые поныне сроки приема пищи. “*The first meal of the day*” – первая трапеза после пробуждения, обед – *Lunch*, полдник – *afternoon tea* или *high tea* – с булочками и пирожками, *Dinner* – нередко званный ужин.

Культурное своеобразие отличает праздники и торжества в Англии. Празднование Рождества (*Christmas*) и кануна Нового года (*New Year's Eve*). Под Рождеством Англичане понимают весь праздничный период с 23-го декабря до самого Нового года, а празднование Нового года завершается традиционным исполнением шотландской песни *Auld Lang Syne* («Доброе старое время»). Общаясь друг с другом англичане по-прежнему обмениваются репликами о погоде, постепенно переходя к расплывчатым, непрямым высказываниям, сохраняя приверженность к принципам конформизма: “*Don't rock the boat*” (не раскачивай лодку), “*Don't overdo it*” (не переусердствуй), “*For the sake of peace and quietness*” (ради мира и покоя), “*All very well, in moderation*” (все хорошо в меру).

Трепетное отношение англичан к свободе и независимости индивида показывает устойчивость концепции “*privacy*” – видимости удаленности от других людей, собственного личного пространства, в которое нет доступа посторонним. Выражение *mind your own business* представляет собой фразу, которая акцентирует важность личной удаленности от других и призывает к тому, чтобы каждый человек не вмешивался в чужие дела. В контексте языкового анализа, *mind your own business* представляет собой лексическое выражение, в котором каждое слово несет глубокий смысл, а в совокупности они формируют образ культурного высказывания. *Mind* подразумевает переключение внимания, *your own* указывает на индивидуальное пространство, а *business* в данном случае олицетворяет дела или личные вопросы. Частью концепции *Englishness* является использование в качестве местоимения *one* вместо *you*. Так, например, фраза *One should always be polite* (Нужно всегда быть вежливым) подчеркивает общие культурные нормы в английском обществе. К числу культурно-детерминированных явлений относятся сохраняющиеся правила поведения в обществе. Выражение *Keeping a stiff upper lip* (держат себя в руках) подчеркивает важность сдержанности и умения владеть собой в трудных ситуациях.

Среди сохраняемых общественно-политических историзмов можно отметить термин *Blitz*, происходящий из бомбардировок британских городов во время Второй мировой войны. Этот термин, зародившийся в контексте военных страданий, приобрел более широкое культурное значение, став символом сопротивления и стойкости. Словосочетание *Cold War* олицетворяет период геополитического напряжения между СССР и Западом, кодируясь в лексиконе как отражение длительного конфликта с выраженными идеологическими различиями.

Таким образом, изучение актуальных реалий материальной и духовной культуры позволяет более глубоко понять проблемы межкультурной коммуникации в британском обществе.

Несмотря на происходящие под влиянием глобализации глубинные трансформации **в корейском обществе**, приводящие к изменениям взаимоотношений между традиционными институтами и социальными группами,

корейское общество продолжает сохранять сильную культурную идентичность, а корейский язык, богатый историей и уникальной культурой, не только служит средством общения, но и выражает глубокие аспекты корейской идентичности. Эти лингвистические черты являются неотъемлемой частью корейской культуры, отражая ее уникальные ценности, обычаи и историческое наследие. Например, **уникальная система письма (Хангыль):**

Ключевым элементом культурного отличия корейского языка является его графическая система, известная как **한글**. Примечательна ее уникальная комбинация графических символов, представляющих собой фонетическую и семантическую связь, что отражает не только культурные особенности, но и внимание к литературной эстетике.

- **Система уровней вежливости:**

Корейский язык отличается сложной системой уровней вежливости, включающей формы речи, адаптированные под различные социокультурные контексты. Эта особенность не только обогащает языковые нормы, но и отражает социальные структуры и взаимоотношения.

드세요 (deuseyo) – это вежливая форма глагола *есть*. Система уровней вежливости в корейском языке позволяет использовать различные формы обращения в зависимости от социального статуса, возраста и отношений с собеседником.

- **Культурные особенности в лексиконе:**

Лексический состав корейского языка отражает уникальные аспекты корейской культуры, включая традиционные понятия, искусство, обычаи и исторические события. Это не только служит средством передачи информации, но и является ключевым элементом культурного наследия.

Так, например, **한복** (hanbok) – это слово обозначает традиционную корейскую одежду. Оно отражает не только предмет одежды, но и глубокие культурные аспекты, связанные с традициями и особыми событиями.

- **Терминология взаимоотношений:**

Отражение в языке тонких аспектов взаимоотношений, таких как термины, обозначающие степень близости и родственные связи, подчеркивает важность социальных уз и традиций в культуре.

Примером может послужить обращение **형** (hyeong) – это термин, используемый для обозначения старшего брата (только в том случае, если говорящий – мужчина). В корейском языке важно точно указывать на взаимоотношения и статус в семье.

- **Особенности фразовой структуры:**

Корейский язык выделяется уникальной фразовой структурой, включая особенности словообразования и порядка слов, что имеет глубокие корни в культурных представлениях и способах мышления.

Так, предложение, **날씨가 좋아서 나가볼까요?** (nalciga joaseo

pagabolkkayo) – буквально переводится как *Погода хороша, выйдем?* Особенности фразовой структуры в корейском языке могут включать измененный порядок слов или использование форм вопроса, что придает уникальность языку.

Эти лингвистические особенности, взаимодействуя с социокультурным контекстом, способствуют уникальному формированию и поддержанию культурной идентичности Кореи, обогащая ее многослойность и адаптируясь к изменяющимся реалиям современного мира. Термины, унаследованные из богатой истории, сочетаются с новой лексикой, отражая гибкость и открытость к разнообразию в современном культурном ландшафте. Уникальная система письма, система уровней вежливости, а также традиционные и современные лексические элементы служат неотъемлемыми частями культурного дискурса, создавая контекст для передачи и сохранения идентичности через поколения.

В условиях стремительного развития и масштабного распространения современных технологий **во Франции** французская идентичность подвергается серьезным рискам. Тем не менее, французский язык, как лингвистический инструмент, продолжает демонстрировать эстетику и культуру Франции, создавая уникальную языковую среду. Лексическое разнообразие французского языка помимо передачи информации, отражает эстетические и культурные основы общества.

- **Язык и эстетика культуры:**

Лексические особенности французского языка подчеркивают его тесные связи с искусством, модой и кулинарией. Термины, такие как *haute couture* (*высокая мода*) и *cuisine* (*кулинария*), несут в себе не только функциональное значение, но и отражают богатство культурных переживаний, ассоциированных с французским стилем жизни.

Языковые нормы и выражения в французском языке придерживаются стремления к точности и изысканности, что исходит из французской традиции. Фразы *joie de vivre* (*радость жизни*) и *savoir-faire* (*знания и опыт*) иллюстрируют эту стремление, выражая эстетику счастья и мастерства в повседневной жизни.

Музыка и кино, как важные элементы французской культуры, активно используют французский язык для выражения эстетических и культурных нюансов. *Chanson française* (*французская музыка*) и *cinéma d'auteur* (*авторское кино*) стали неотъемлемыми компонентами формирования облика французской культуры, используя язык как мощное средство передачи эстетического восприятия.

- **Терминология различных сфер жизни, отражающая культурные особенности:**

В контексте французского языка, связь с искусством, кулинарией и литературой проявляется через лексическое богатство, олицетворяющее культурные особенности и уникальные ценности французского общества.

В области искусства, термин *chef-d'œuvre* (*шедевр*) выделяется как выражение восторга перед выдающимися произведениями искусства. Это слово не только обозначает высший уровень мастерства в творчестве, но и пронизано идеей красоты и творческой гениальности, что характерно для французской культуры.

В кулинарии *cordon-bleu* (*профессиональный повар*) отражает стремление к высокому кулинарному мастерству. Сущность термина раскрывает не только профессиональное совершенство в приготовлении блюд, но и возвышенный характер кулинарного искусства в французской гастрономии.

Слово *sommelier* (*сомелье*) привносит в контекст культуры кулинарии экспертность в вопросах вина, подчеркивая значимость винной культуры во французской гастрономии и выделяя важность сомелье как важного элемента винного опыта.

В сфере литературы *chef-d'œuvre littéraire* (*литературный шедевр*) представляет собой признание литературного шедевра. Это выражение акцентирует выдающееся литературное произведение как выражение высоких стандартов искусства слова.

Belle-lettre (*беллетристика*) олицетворяет красивое письмо, подчеркивая важность художественного стиля и выразительности в литературе. Термин выражает французское стремление к литературному совершенству и изысканности в языковом выражении.

Следовательно, французский язык не только служит средством общения, но и является неотъемлемым элементом сохранения и продвижения культурного наследия, поддерживая связь с традициями, ценностями и историей французского общества в динамичном мировом контексте.

Таким образом, в условиях негативного воздействия глобализации, разрушающей обрядность, образ жизни и стиль мышления, языковые аспекты идентичности зачастую служат необходимыми маркерами ценностей и установок поведения, удерживающими социум в границах его традиционной самоорганизации. Выражение культурной идентичности языковыми средствами является важным направлением современной лингво-культурологии. Английский, французский и корейский языки выделяются уникальными чертами, отражающими соответствующие культурные особенности. Помимо способа общения, язык активно участвует в формировании и сохранении культурной идентичности народов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тараторин Е. В. Культурная идентичность как важный ценностно-смысловой компонент самосознания народа в условиях глобализации // Культура в евразийском пространстве: традиции и новации. – Орёл, 2020. – №1. – С. 24–27.
2. Тимко Н. В. Культурологический фактор в переводе: языковой и экстралингвистический аспекты: Монография. – М. : Издательство «Аспект Пресс», 2022. – 160 с.
3. Charaudeau, P. Langue, discours et identité culturelle, revue de didactologie des langues-cultures : Klincksieck : Université de Paris 13 Centre d'Analyse du Discours. – Paris,

2001. – № 123. – Pp. 341–348.

4. *Lee Seong-Hun* 문화적 정체성. 공동 : 서울대학교 – Seoul, 2008. – Pp. 91–110.

УДК 81.373.211

Жеребков И. А., Шмарова Ж. В.

**ИСТОРИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИКОЛОГИЧЕСКИЕ
ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ
ГЕОГРАФИЧЕСКИХ НАЗВАНИЙ АВТОНОМНОГО РАЙОНА
ВНУТРЕННЯЯ МОНГОЛИЯ В КНР**

*Забайкальский государственный университет,
г. Чита, Российская Федерация*

Аннотация. В статье кратко описываются история Автономного района Внутренняя Монголия в КНР, специфика взаимоотношений его населения с соседними цивилизациями, процесс его интеграции в китайскую государственность и культуру, в исторической ретроспективе рассматриваются особенности формирования современного административно-территориального деления района. Исследуются географические названия Автономного района Внутренняя Монголия, раскрывается история их образования, выявляются особенности адаптации в китайском языке географических названий района, заимствованных из монгольского языка.

Ключевые слова: хошун, сомон, аймак, фонетическая субституция, калькирование.

История Китая на всём своём протяжении являет собой пример активного разнопланового взаимодействия народов и культур, порой совершенно различных между собой. Такое взаимодействие, без сомнения, оставило глубокий след в культуре Китая, являющей собой органичное сочетание исконных китайских традиций и мировоззрения с многочисленными заимствованиями из культур практически всех народов, когда-либо взаимодействовавших с Китаем. Эти заимствования, пройдя путь адаптации, стали неотъемлемой частью китайской культуры.

Данное утверждение справедливо не только для культуры Китая в общепринятом смысле этого понятия (искусство, менталитет, традиции, обычаи), но и для других сторон жизни Китая, традиционно не рассматриваемых в рамках понятия «культура», в частности, для административно-территориального деления Китая. В административно-территориальном устройстве любого государства, в его топонимах так или иначе отражается его история, мировоззрение и картина мира его жителей. В этой связи интерес представляют особенности административно-территориального устройства и топонимы входящего в состав КНР Автономного района Внутренней

Монголии (АРВМ), бесспорно, отражающие его самобытную, богатую историю, являющуюся доказательством активного всестороннего взаимодействия Китая с соседями.

Исторически территория Внутренней Монголии находилась под управлением протомонгольских правителей, однако в конце IV–начале VI веков она входила в китаизированное сяньбийское государство Северная Вэй, а в X–XII веках являлась частью империи Ляо. Далее, после покорения Ляо Монгольской империей, Внутренняя Монголия являлась её частью, а затем, в XIV–XVII веках, – частью империи Северная Юань. Империя Юань, как и её преемница – Северная Юань, также отчасти являлась китаизированным государством. В 1630-х годах Внутренняя Монголия была захвачена основателем Цинского государства маньчжурским ханом Абахаем, став частью империи Цин, а с 1644 г. – частью нового китайского государства. С началом Синьхайской революции монгольское население Внутренней Монголии объединилось с народом Внешней Монголии в борьбе за независимость монгольских земель от Китая, однако заселённые к этому времени преимущественно китайцами земли Внутренней Монголии после военного поражения монгольских повстанцев, закреплённого в 1915 г. Кяхтинским соглашением, остались в составе вновь образованной Китайской Республики, в отличие от получившей независимость Внешней Монголии.

Китайские власти проводили жёсткую антисепаратистскую политику, усиливали китаизацию Внутренней Монголии. Это привело впоследствии к возникновению на её территории так называемых Объединённых Монгольских аймаков, которые в 1939 г. были под руководством прояпонски настроенного князя Дэ Ван Дэмчигдонрова преобразованы в марионеточное государство Мэнцзян. Тем не менее, официальным языком государства оставался китайский язык, так как Мэнцзян номинально находился в подчинении марионеточного китайского правительства Ван Цзинвэя и этнические китайцы (ханьцы) составляли 80 % его населения. После освобождения в 1945 г. Северного Китая от японской оккупации Мэнцзян прекратил своё существование. В дальнейшем на этих территориях шла гражданская война, завершившаяся образованием в 1947 г. под эгидой Коммунистической партии Китая Автономного правительства Внутренней Монголии, под руководством которого в декабре 1949 года Внутренняя Монголия вошла в состав КНР как Автономный район Внутренняя Монголия.

По данным на 2020 год, в Автономном районе Внутренняя Монголия проживают 24,049 миллиона человек. Его территория разделена на 9 городских округов (Баотоу, Баян-Нур, Ордос, Тунляо, Уланчаб, Ухай, Хулун-Буир, Хух-Хото, Чифын) и 3 *аймака* (Алашань, Хинган, Шилин-Гол). Аймаки в КНР наличествуют только на территории Внутренней Монголии. По своим функциям аймак приблизительно соответствует округу КНР, аналогом которого в России может считаться городской округ либо городская аг-

ломерация. В свою очередь, городские округа и аймаки состоят из 23 районов, делящихся на уличные комитеты и посёлки, 28 уездов (в том числе 11 городских уездов), делящихся на посёлки и волости, и 52 (в том числе 1 объединённого и 3 автономных) *хошунов* (единиц, приблизительно соответствующих уездам КНР), делящихся на посёлки, волости (крупные сельские поселения) и *сомоны* (примерный аналог волости). Сомоны, аналогично хошунам, наличествуют в КНР исключительно в составе Автономного района Внутренняя Монголия. По данным на 2010 год, существовал 181 сомон.

Как видно из вышесказанного, некоторые географические названия Внутренней Монголии являются заимствованными из монгольского языка. Их интеграция в китайский язык происходила различными способами. Одним из способов был перевод на китайский язык монгольского названия способом калькирования. В китайской лингвистической традиции заимствованные таким путём слова называются 译义词 yìyìcí, буквально «слово с переведённым значением» [1]. Для категорий административно-территориальных единиц примером тому могут служить китайские названия для административной единицы *хошун* – 旗 qí (кит. *знамя*), *аймак* – 盟 méng (кит. *союз*). Современные хошуны существуют, как правило, на территориях исторического проживания монгольских кланов, отнесённых маньчжурскими правителями, согласно введённой ими так называемой восьмизнаменной системе, к тому или иному *знамени* – особой единице деления населения. Как будет показано в дальнейшем, названия хошунов также непосредственно связаны с данным историческим явлением. Слово *аймак* изначально обозначало владения рода, крупного объединения, союза семейств. Способом калькирования переводились и топонимы, примером тому может служить название городского округа Чифын (кит. 赤峰 chīfēng – красная вершина (горный пик)), являющееся приблизительным переводом его монгольского названия Улан-Хад (монг. Улаанхад – красная скала).

Более распространённым способом интеграции монгольских названий в китайский язык являлось их фонетическое транскрибирование, звуковое заимствование, с образованием «слов с переведённым звучанием» (в китайской лингвистической традиции – 译音词 yìyīncí). Данный способ в целом исторически являлся более распространённым из двух способов заимствования. В связи с различием фонетического аппарата китайского и монгольского языков, а также принципиальным различием структуры и роли слога в двух языках, транскрипция вызывала определённые затруднения, в ряде случаев требовала фонетической субституции – замены исходного монгольского фонетического сегмента, отсутствующего в китайском языке, на другой, существующий в китайском языке. П. О. Рыкин различает слабую фонетическую субституцию, при которой подобранный китайский сегмент отличался от исходного монгольского по одному признаку, и сильную,

при которой сегменты различались по двум и более признакам, далеко отстояли друг от друга по своей артикуляции [3]. Одним из распространённых видов слабой фонетической субституции являлась субституция по типу [увулярный] → [велярный], примером её может служить передача самого слова «Монголия» с заменой монгольского увулярного [g] китайским велярным [k]: монг. Монгол [mɔŋgɔ́ɣ] – кит. 蒙古 ménggǔ [mɔŋku]. Это же слово может служить и примером применения сильной фонетической субституции, её разновидности, известной как «фонетический нуль» – в данном случае она проявляется в замене гласным [u] недопустимого в коде китайского слога сочетания [ɔ́ɣ]. Распространённой была и такая разновидность фонетической субституции, как замена вибрантов латеральными звуками, например, [r] → [l]. Она применялась в том числе при адаптации названий, относящихся к бывшему племени урадов (хошуны Урад-Хоуци, Урад-Цяньци и Урад-Чжунци городского округа Баян-Нур): монг. урад [əʊrɔd] – кит. 乌拉特 wūlātè [wulatʰɿ]. П. О. Рыкин говорит о характерности фонетической субституции по типу [альвеопалатальный] → [ретрофлексный], однако при рассмотрении вновь образованных топонимов такая субституция обнаруживается и для альвеолярных звуков, примером тому замена монгольского альвеолярного вибранта [r] китайским ретрофлексным [ɻ], например, при передаче названия хошуна Арун-Ци (монг. Арун хошуу [rɛəʊŋxɔʃəʊ:], кит. 阿荣旗 āróng qí [aʔɔŋtɕʰi]).

В ряде случаев этот способ при переносе названия в китайский язык сочетался с собственно переводом, особенно при адаптации названий хошунов, происходящих от знамён маньчжурского войска: на китайский язык переводилась часть названия, содержащая классификацию знамени («переднее», «левого края», «правого края», «западное»), а название племени, относившегося к знамени, транскрибировалось: хошун Сунид-Юци – кит. 苏尼特右旗 sūnítè «суниты» + yòuqí «правое знамя» – «правое знамя сунитов», хошун Чахар-Юихоуци – кит. 察哈尔右翼后旗 cháhā'ěr + yòuyì «правое крыло» + hòuqí (тыльное знамя) – «тыльное знамя правого крыла чахаров». Названия хошунов, не носившие в себе такой классификации, переносились только путём транскрипции. В то же время, названия хошунов, происходящие не от расположения знамён, а от их «цвета», переводились на китайский язык. При этом для этих названий характерно наличие иероглифов 正 zhèng «чистый» и 镶 xiāng «кайма, окаймлённый», поскольку хошуны, по внешнему виду их военных стягов (знамён), разделялись на «чистые» и «с каймой». Таковы, например, китайские варианты названий хошунов Шулу-Хух (Чжэнлань-Ци) (кит. 正蓝旗 zhènglán qí – «чисто-синее знамя»), Хобот-Шара (Сянхуан-Ци) (кит. 镶黄旗 xiānghuáng qí – «жёлтое с каймой знамя»).

Способом транскрипции интегрировано в китайский язык и название

«сомон» – кит. 苏木 sūmù. Однако, в отличие от большинства случаев транскрипции, в значениях составляющих его иероглифов всё же обнаруживается некоторое семантическое пересечение со значением монгольского слова «сомон» (правильнее сум) – «стрела», «дротик»; кит. 苏 sū (одно из значений – «хворост») + 木 mù («дереву»). Сомоны («стрелы») являлись низшей, по отношению к хошунам («знамёнам»), территориальной единицей организации ополчения.

Некоторые современные названия возникли в период китайского контроля над территорией АРВМ безотносительно к монгольской культуре. Некоторые современные административно-территориальные единицы Внутренней Монголии образованы путём слияния нескольких более мелких единиц. Это отражается в их названии – оно образовывается из первых слогов названий упразднённых единиц. К примеру, название городского округа Ухай (кит. 乌海 wūhǎi) образовано путём сложения первых иероглифов существовавших ранее на территории округа посёлка Уда (кит. 乌达 wūdà) и городского уезда Хайбовань (кит. 海勃湾 hǎibówān), ныне включённых в состав округа Ухай в качестве городских районов. Некоторые названия образовались в результате сокращения характеризующей данную местность фразы: так образовано название уезда (ныне городского округа) Тунляо (кит. 通辽 tōngliáo), состоящее из начальных иероглифов слов, образующих словосочетание 通达辽东 tōngdá liáodōng (с кит. «добраться до Ляодуна», «проход к Ляодуну»). Таким образом, данные названия, по классификации А. Л. Семенас, можно отнести к первой модели (соединение первых слогов первого и второго компонентов) сложносокращённых слов типа 简称 jiǎnchēng (сложносокращённые слова, образованные с выпадением отдельных компонентов их полных наименований) – одной из наиболее распространённых моделей словообразования в китайском языке [4].

Названия образовывались и по описательному признаку. Так образованы названия некоторых районов города Хух-Хото, например, района Хуэйминь (кит. 回民区 huímín qū – «мусульманский район»), исторически являвшегося местом компактного проживания мусульман, и района Синчэн (кит. 新城 xīnchéng – «новый город»), ранее (до 1935 г.) являвшегося самостоятельным городом Суйюань, прозванным «новым городом» из-за того, что он возник позже находившегося тогда неподалёку Гуйхуа (Хух-Хото). Некоторые названия образованы как производные от китайских названий существовавших ранее на вновь именуемой территории неподконтрольных Китаю государственных образований. Таково, например, название городского уезда (города) Маньчжурия в составе городского округа Хулунбуир, являющееся производным от исторического названия северо-восточной области Китая, произошедшего, в свою очередь, от китайского названия существовавшего на этой территории в начале XVII в. ханства – Маньчжу (кит.

满洲 mǎnzhōu – «область (округ) варваров») [2].

В заключение можно сказать, что Автономный район Внутренняя Монголия является территорией активного взаимодействия китайской и монгольской культуры, в его истории отражена история взаимоотношений двух цивилизаций. Отражением этой истории в том числе являются топонимы и названия административно-территориальных единиц Автономного района Внутренняя Монголия, которые в этой связи становятся ценным историческим источником. В них также отражены основные тенденции и закономерности формирования лексики китайского языка, заимствования в неё иностранной лексики в целом и монгольской в частности. Таким образом, изучение географических названий Автономного района Внутренняя Монголия имеет значение как для более глубокого понимания специфики китайско-монгольских отношений, формирования китайского государства, истории Китая в целом, так и для овладения закономерностями китайского словообразования, лексикологией китайского языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кузнецова Н. Г. Терминосистема китайского языка в сфере внешнеэкономической деятельности // Известия Восточного института. – 2017. – № 2(34). – С. 28–39.
2. Поспелов Е. М. Географические названия мира. Топонимический словарь: Ок. 5000 единиц / отв. ред. Р. А. Агеева. – М. : Русские словари, 1998. – 503 с.
3. Рыкин П. О. К вопросу о принципах китайской транскрипции монгольской лексики в китайско-монгольском словаре «Дада юй/Бэйлу иуй» (конец XVI–начало XVII в.) // Монголика-Х: Сб. ст. – СПб. : Петербургское Востоковедение, 2013.
4. Семенов А. Л. Лексика китайского языка. – М. : АСТ: Восток-Запад, 2007. – 284 с.

УДК 398.1

Иванова Д. С., Сидорова Л. А.

РОЛЬ НАРОДНЫХ ИГР В ФОРМИРОВАНИИ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА В АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

*Чувашский государственный педагогический университет
имени И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. В данной статье рассматривается детский фольклор, а именно, народные игры, как отражение языковой картины мира представителей английской и русской лингвокультур.

Авторами рассмотрены разнообразные формы и проявления детского русского и английского фольклора, включая рифмованные скороговорки, считалки, игры с правилами и сюжетами. Основываясь на нашем анализе, можно сделать вывод о том, что народные игры способствуют развитию

языковых, когнитивных, социальных и физических навыков, а также способствуют формированию языковой картины мира детей.

Ключевые слова: устное народное творчество, фольклорные произведения, лингвокультура, детский фольклор, народные игры.

Дошкольный и школьный возраст – важнейшие этапы жизни детей. «Формирование основ нравственных качеств и идеалов, таких как доброжелательность, правдивость, честность, справедливость, дисциплинированность, трудолюбие, коллективизм, патриотизм и т. д, происходит в этот период жизни ребенка. Возможности фольклора в развитии этих качеств неисчерпаемы [7, с. 278].

«Детский фольклор представляет собой богатый комплекс литературных произведений, игр, песен и потешек, которые служат важным инструментом формирования языковых и культурных навыков у детей. Он отражает различия в языковой картине мира представителей английской и русской лингвокультур и представляет собой удивительный мир, который знакомит детей с особенностями и традициями различных народов» [4, с. 299].

Детский фольклор, как важная составляющая детской культуры, представляет собой уникальный феномен, который отражает особенности мышления, воображения, взаимодействия и социализации детей. Понимание игрового детского фольклора требует комплексного анализа его структуры, функций, эволюции и влияния на развитие детей. Фольклористика, этнография, антропология, психология и педагогика находят в этой области плодотворное поле для исследований.

Игровой детский фольклор состоит из множества элементов: игр, песен, рифмовок, загадок, считалок, танцев и других форм детской игровой активности. Каждый элемент имеет свою специфику, связанную с развитием детской культуры, историческими традициями, социокультурным контекстом и индивидуальными особенностями детей. Изучение игрового детского фольклора позволяет не только понять механизмы передачи культурных ценностей и традиций детям, но и выявить особенности их восприятия мира, формирования социальных навыков, развития речи, мышления и творческих способностей.

Современный русский и английский игровой детский фольклор подвержены изменениям под воздействием новых технологий, медиа, глобальных культурных потоков и социальных изменений. Исследование этих изменений позволяет выявить динамику развития детской культуры, адаптацию традиционных форм фольклора к современным реалиям и поиск новых форм самовыражения детей. Игровой детский фольклор представляет собой не просто сборник игр и песен, а сложную систему символов, образов и жанров, которая отражает специфику детской культуры, её ценности, нормы и традиции. Изучение этой системы позволяет нам понять, как дети осваи-

вают социокультурное наследие, формируют свою личность и взаимодействуют внутри детского сообщества. Одним из важных аспектов игрового детского фольклора является его функциональное значение. Игры, песни и другие элементы фольклора не только развлекают детей, но и выполняют важные социокультурные функции: обучение, социализация, коммуникация, регуляция поведения, формирование групповой идентичности и т.д. Исследование этих функций помогает нам понять, как детский фольклор способствует развитию детей и поддержанию культурных связей в сообществе детей [8].

Рассмотрим конкретные примеры игрового детского фольклора, чтобы наглядно продемонстрировать разнообразие и значимость этого явления в детской культуре. Одним из классических примеров детского фольклора являются детские песни и стишки. Например, популярная считалка «На золотом крыльце сидели; Царь, царевич/ Король, королевич/ Сапожник, портной/ Кто ты будешь такой/ Говори поскорей/ Не задерживай»/ Добрых и честных людей!» [8, с. 76] – эти стишки передаются из поколения в поколение, олицетворяя детскую радость, фантазию и игровое воображение. Также можно привести в пример английскую считалку “Fly, little bird, fly, /Fly into the blue sky! /One, two, three, /You are free” [4, с. 6].

Еще одним примером игрового детского фольклора являются детские игры и забавы. Например, игра «Колечко-кольцо», где дети кружатся в кольце, или игра в «Красные туфельки», где дети совершают определенные движения – эти игры не только развлекают детей, но и способствуют развитию координации движений, социализации и воображения.

Кроме того, в игровом детском фольклоре можно выделить различные формы детских рифмовок, загадок и скороговорок. Например, русская загадка «Что это такое: ходит головой вниз?» (Метла) или английская скороговорка “I feel I need a deep sleep” – эти формы фольклора не только развивают речь и логику, но и приносят радость и удовольствие детям [4].

Игра – это важная часть в жизни ребенка и в ней отражаются национальные черты, быт и традиции определенного народа. Большинство игр унаследовано детьми от взрослых и многие игры предполагают под собой проговаривание специальных фраз или стихотворений. Такой вид игрового фольклора имеет определенную художественную ценность и делится, по мнению Л. Н. Якименко и Е. В. Чепурченко, на 4 группы.

1. «Формальные ролевые игры без поэтически организованного текста.
2. Формальные ролевые игры с игровыми припевками и приговорками.
3. Игры – импровизацию.
4. Жеребьевые скороговорки, считалки» [8, с. 64].

Рассмотрим первую группу игрового детского фольклора, который не подразумевает под собой заучивание или проговаривание текста. В таких

играх первое место всегда занимает сюжет и драматическое действо. Они знакомят детей с тем, как проводят люди той или иной страны время, с их привычками, забавами, хобби.

Одной из таких игр является игра «Охотники и утки», которая представляет собой симуляцию охоты, сочетающую в себе элементы физической активности и стратегического мышления. В этой игре участники делятся на две группы: «охотники» и «утки». «Охотники» занимают позиции за пределами определенной области, в то время как «утки» располагаются внутри этой области. Основная цель «охотников» – бросать объекты (обычно мячи) в «уток», пытаясь попасть в них и выбить из игры. Правила игры обычно определяются следующим образом: «охотники» не должны пересекать линию, ограничивающую область, где находятся «утки», а «утки» должны избегать попадания под броски «охотников». Утка считается выбитой, если в нее попадает мяч без касания земли. Подбитая утка покидает игру.

Игра завершается, когда все «утки» выбиты из игры. Победителем считается группа «охотников», которая справилась с этой задачей за минимальное количество времени или зафиксированный временной интервал.

Игровой детский фольклор часто берет свои образы из быта народа и это отражается в играх детей. Тем самым мы можем частично проследить эволюцию жизни и традиций определенного народа через детский фольклор.

Следующая группа игр – это формальные ролевые игры с припевками и приговорками. В русском детском фольклоре существует большое количество детских игр, включающих в себя проговаривание определенного текста для обогащения игрового процесса. Рассмотрим одну из наиболее популярных игр в русскоязычном детском фольклоре «Гуси и волк». Роли: хозяин, гуси и волк. Место действия луг и домики «гусей», которые недоступны для «волка». На двух сторонах площадки чертятся линии, которые обозначаются домиками «гусей», пространство между ними является местом обитания «волка». Задача «гусей» не быть пойманными «волком» при перемещении через луг, дети, которых поймают берут на себя роль волка. В процессе игры происходит следующий диалог между гусями и их хозяином, который представлен ниже.

Хозяин: «Гуси, гуси!»

Гуси: «Га-га-га!»

Хозяин: «Есть хотите?».

Гуси: «Да-да-да!»

Хозяин: «Так летите!»

Гуси: «Нам нельзя. Серый волк под горой не пускает нас домой!» [8, с. 70].

Рассмотрим англоязычную игру под названием «Swallows, pass by». В основном это игра для групп девочек. Их количество не установлено правилами игры, но характер игры требует большего количества игроков. Перед

игрой выбираются два игрока, которые читают стишок. Игроки высоко держат руки, и под их вытянутыми руками проходят другие участники. Проходящая мимо группа девушек тайно разделяется на группу *Golden apples* и *Golden pears*. Пройдя через «проход» первых двух девушек, другие девушки занимают их место, также держась за руки и создавая «проход». Во время этого они проговаривают следующие слова:

*“Swallows, pass by
Come to us over the mountain
Our mountain is green
And yours is dry
Hey, hey, Peter, Vera
Jela, open the door
Jela, let our army pass through,
Hey, hey, shut the door!”* [9, с. 59].

Во время пения песни девушки продолжают двигаться по «проходам», пока не прозвучит слово «закрой». Девушки, которые в этот момент находятся в «проходе», «захватывают» проходящего игрока. Они шепчут ей вопрос, к какой группе она хочет присоединиться. Когда участник делает свой выбор, он встает позади девушки выбранной группы. Процедура повторяется до тех пор, пока все участники не определяются с группой.

Третья группа игр – это игры–импровизации. Они помогают детям развить креативное мышление и усовершенствовать воображение. Рассмотрим игру «Как у бабушки Маланьи», которая является креативным способом передачи ролевых сценариев с элементами юмора. Данная игра не предполагает под собой наличие конкретных ролей, за исключением наличия бабушки Маланьи, которая находится в центре круга. Ход игры – участники образуют хоровод, в центре может находиться человек, играющий роль бабушки. В течении игры поочередно сменяется водящий и придумывает свое оригинальное движение, которое повторяется остальными участниками хоровода. Все действия сопровождаются словами, представленными ниже.

*«Как у тётушки Ирины Было семеро детей,
Они не пили, они не ели,
Все на тётушку глядели,
Разом делали вот так»* [8, с. 72].

Игра продолжается до тех пор, пока все участники не присоединятся к созданию истории. В данной игре нет конкретного победителя или проигравшего, так как основная цель – развлечение и развитие креативности всех участников.

Следующим примером может служить сюжетно-ролевая игра «Theatre». В данной игре существуют обязательные и дополнительные роли. В главные роли входит роль артиста (играют роль определенного героя в постановке), зрителя (смотрят постановку, аплодируют, покупают билеты), режиссера (распределяет роли, участвует в выборе ролей для артистов) и

администратора (встречает и провожает гостей). К второстепенным ролям относится роль кассира, который продает зрителям билеты на постановку; работника кафе, в задачи которого входит продажа сладостей и напитков; контролера, проверяющего билеты; сотрудников гардероба, которые принимают и выдают верхнюю одежду, также гримера и костюмера, которые готовят костюмы и гримируют артистов. Место действия – новый театр, который недавно открылся. Каждый ребенок знает свою роль и выполняет ее, происходит имитация поведения взрослых людей. Во время просмотра спектакля может отключиться электричество или может быть занято чье-то место и в зависимости от роли дети решают определенные задачи [6].

В четвертую группу игр входят жеребьевые скороговорки и считалки, которые имеют длинную историю и традиции, передаваемые из поколения в поколение. Их использование помогает сохранять и передавать культурное наследие. Кроме того, скороговорки и считалки часто включают в себя социальные взаимодействия между детьми. Игра и повторение фраз и звуков друг за другом способствует формированию социальных связей. Примером таких жеребьевых скороговорок могут служить слова ниже.

У боярина бобра

Нет богатства, нет добра –

Два бобрёнка у бобра

Лучше всякого добра [1].

Рассмотрим также английскую скороговорку ниже.

Peter Piper picked a peck of pickled peppers.

A peck of pickled peppers Peter Piper picked.

If Peter Piper picked a peck of pickled peppers,

Where's the peck of pickled peppers Peter Piper picked?

Многие считалки содержат рифмованные тексты, которые помогают детям развивать языковые навыки и совершенствовать произношение слов. Считалки содержат простые и легко запоминающиеся тексты, что делает их доступными даже для детей дошкольного возраста. Рассмотрим несколько примеров таких считалок:

Дали Маше погремушку,

И гремит она над ушком.

Маша не пугается,

Маша улыбается [2].

Мы рассмотрели разнообразные формы и проявления детского русского и английского фольклора, включая рифмованные скороговорки, считалки, игры с правилами и сюжетами. Основываясь на нашем анализе, можно сделать несколько ключевых выводов. Детский игровой фольклор имеет значительное значение для развития детей. Он способствует развитию языковых, когнитивных, социальных и физических навыков, а также позволяет детям выражать свою креативность и воображение. Игры и счи-

талки в детском фольклоре часто имеют богатое культурное наследие и исторический контекст. Они передаются из поколения в поколение и являются частью национального и культурного фольклора. Детский игровой фольклор обладает уникальной способностью объединять детей разных возрастов, культур и социальных групп. Он создает возможности для совместной деятельности, сотрудничества и обмена опытом между детьми.

Все это подтверждает важность изучения и сохранения детского игрового фольклора в контексте его влияния на развитие детей, сохранение культурного наследия, формирования языковой картины мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Дмитриева В. Г.*, 1000 скороговорок, считалок и игр для развития речи / сост. В. Г. Дмитриева. – Москва : Изд-во АСТ, 2016. – 319, [1] с.: ил. (Для детей и не только).
2. *Дружинина М. В.* Считалки: [стихи] ; худож. Андрей Горшков // Веселые картинки: детский юмористический журнал. – 2011. – № 8. – С. 23.
3. *Иванова Д. С., Сидорова Л. А.* Детский фольклор как отражение различий в языковой картине мира представителей английской и русской лингвокультур // Языки, культуры, этносы. Формирование языковой картины мира: филологический и методический аспекты: к 25-летию подготовки переводчиков в Республике Марий Эл : сб. науч. ст. по мат-лам XV Междунар. науч.-практ. конф. (Йошкар-Ола, 12 октября 2023 года). – Йошкар-Ола : Марийский гос. ун-т, 2024. – 806 с.
4. *Илюшкина А. В.* Изучаем английский легко и весело. – СПб. : Издательский Дом «Литера», 2010. – 64 е.: ил. (Серия «Начальная школа»)
5. *Мельников М. Н.* Русский детский фольклор. – М. : Просвещение, 1987. – С. 104–149.
6. *Попова Е. И., Кондрашина А. Ф., Сунцова С. С.* Сюжетно-ролевые игры 21 века для социальнокоммуникативного развития детей дошкольного возраста 5–7 лет. Технологические карты. Предметно-игровая среда. Сценарии сюжетно-ролевых игр. – Ишим : Изд-во ИПИ им. П.П. Ершова (филиал) ТюмГУ, 2018. – 80 с.
7. *Сидорова Л. А.* Использование русских, чувашских и английских народных сказок в нравственном воспитании детей младшего школьного возраста // Актуальные проблемы педагогики и методики начального образования : сб. науч. ст. III Междунар. науч.-практ. конф., посвященной 80-летию доктора педагогических наук, профессора В.П. Ковалева. – Чебоксары, 2021. – С. 277–281.
8. *Якименко Л. Н., Чепурченко Е. В.* Детский фольклор : учебно-методическое пособие / ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет». – Луганск : Книта, 2020. – 168 с.
9. *Games for Children as a Model of Folklore Communication* [Электронный ресурс]. – URL : <https://hrcak.srce.hr/file/68729>.

ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ, ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ В БЕЛАРУСИ

*Белорусский государственный технологический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Аннотация. В статье описываются вербальные компоненты товарных знаков, регистрируемых в Республике Беларусь и находящихся в базе данных Национального центра интеллектуальной собственности. Эти компоненты охарактеризованы по языковой принадлежности и графическому оформлению. К числу особенностей словесных товарных знаков отнесены характеристики, которыми они отличаются от общеупотребительных языковых единиц: первичность ассоциативной функции и второстепенность функции указания на объект, нерелевантность требований соответствовать языковым нормам (орфографическим и словообразовательным).

Ключевые слова: товарный знак, вербальный компонент, языковое оформление, латиница, кириллица, гибридное оформление, функции товарных знаков, языковые нормы.

В Республике Беларусь регистрация и правовая охрана товарных знаков (далее – ТЗ) осуществляется в Национальном центре интеллектуальной собственности (далее – НЦИС), который обеспечивает охрану прав на объекты интеллектуальной собственности, осуществляет определенные законодательством функции патентного органа [1]. Законом Республики Беларусь от 5 февраля 1993 г. № 2181-XII «О товарных знаках и знаках обслуживания» заявка на регистрацию ТЗ проходит сначала предварительную экспертизу, а затем экспертизу заявленного обозначения. Ежегодно в Беларуси регистрируются ТЗ как по национальной процедуре, так и по процедуре Мадридского соглашения о международной регистрации знаков и Протокола к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков. К настоящему моменту накоплена колоссальная база самых различных ТЗ: словесных, буквенных цифровых, изобразительных, объемных, в виде сочетания цветов и комбинации указанных видов.

Материалом настоящего исследования послужили ТЗ из базы данных НЦИС за 2016–2024 гг. В центре внимания далее находятся ТЗ с вербальным компонентом. Таковыми являются: словесные товарные знаки (далее – СТЗ), к которым относятся имена собственные (например, «LISOVSKYS.», «ДИМ ДИМЫЧ», «Felicia»), а также обозначения в виде слов (например, «ГАРАНТ», «KRUMKACH»), словосочетаний («Веселый осёл», «Кулинарная лавка»), предложений («Качество и стиль в каждом квадрате», «Подари другу здоровье»), сочетаний букв, имеющих словесный характер (например,

ТЗ «БТ», владельцем которого является Национальная государственная телерадиокомпания Республики Беларусь; ТЗ «ABIS», принадлежащий ОДО «Абсолют Интернет Системс»); комбинированные обозначения, представляющие собой сочетание словесных / буквенных элементов с какими-либо другими элементами – цифровыми, изобразительными, объемными и др. (например, «Brazino777», «PALL MALL SINCE 1899», «Кожнаму патрэбен ЦУД» в сочетании с цветными графическими изображениями). К комбинированным ТЗ также относятся обозначения, представляющие собой слова / буквы в особом графическом или шрифтовом исполнении [2].

Актуальность исследования обусловлена тем, что до сих пор вербальные компоненты ТЗ остаются малоизученными с лингвистических позиций, хотя такие ТЗ давно приобрели «статус» особого факта языка: они возникают как номенклатурные обозначения и при их создании используются единицы различных уровней естественного языка; при определенных условиях становятся частотными в разговорной речи и фиксируются словарями, проявляют словообразовательную активность и влияют на развитие лексической системы языка. Именно такой путь, от искусственно созданного наименования товара до общеупотребительной лексемы, включенной в словарь, был у слов *Kodak* (кодак), *Nylon* (нейлон), *Primus* (примус), *Jeep* (джип), *Scotch* (скотч), *Thermos* (термос), *Google* (гугл) и др. Как справедливо считает О. В. Глухова, ТЗ, «являясь наименованиями материальных ценностей, они представляют собой выражение языковой картины мира как со стороны семантической организации языка, так и со стороны его внутренней формы» [3, с. 5–6].

В Беларуси с использованием русского языка из года в год регистрируется чуть более 20 % ТЗ, с белорусскоязычным вербальным компонентом – около 5 % ТЗ, хотя, по нашему мнению, именно эта разновидность ТЗ имеет очень высокую степень охраноспособности. Для оформления большинства русско- и белорусскоязычных ТЗ используются либо кириллица (например, как «Каравай Придвинья», «КАПЕЛЬКА», «НАСТРОЕНИЕ», «КРАСОЧНЫЙ ДОМ», «Хлебніца», «Лідскае ВЯЛКІЯ МАРЫ ДЗЕЛЯ СВАІХ!», «СТАРАЖЫТНЫ», «ДОБРЫ ЗЛАК», «ДЗЕДАВА КАРЧМА», «ГРОШЫК»), либо латиница (например, как «Moment», «MORE», «MUROWEI», «VEDZMA», «Flagman», «FORMAT», «SPICHKI», «nastroj», «kupalinka», «BLAKIT»), причем в соотношении один к двум. Более активное использование латинских букв в ТЗ объясняется, по нашему мнению, стремлением производителей к выходу на мировые рынки и возможным опасением, что обозначение в кириллице достаточно сложно воспринимается иностранными потребителями. Сочетанием латиницы и кириллицы оформляются от 5 % до 7 % ТЗ, например: «МАГНАТ DOUBLE», «Палетт Naturia», «Dveri darom ДВЕРИ ДАРОМ», «Уогурт», «ЛОГОВО», «БОРТНИК BORTNIK», «СУНИЦА SUNITSA». Основная (но далеко не единственная) причина комбинирования графем разных языков в одном ТЗ – желание

привлечь внимание потребителя необычностью, обеспечить выразительность и, безусловно, запоминаемость.

Англоязычный вербальный компонент присутствует обычно в 50 % ТЗ, регистрируемых за год («STAR FLOWERS», «SMARTBUY», «MONSTER ENERGY», «GREEN LINE», «OLD BOAT», «Sunup beauty», «Strawberry marshmellow», «MAD DOG», «Red Bul CAN YOU MAKE IT?»).

Гибридное языковое оформление имеют от 5 до 8 % ТЗ («zorka-gold», «Персил Профессиональный Color», «Черный жемчуг LiftActivator», «GREEN ZAVOR», «GOOD CHOICE ХОРОШИЙ ВЫБОР», «Cherry confiture Вишневый конфитюр», «GRAND ТАЛЛЕР»).

На других языках ежегодно регистрируется 4–5 % ТЗ: «JOIE» (французский), «Bohémský Lev světlé» (чешский), «Frau Elbe» (немецкий), «GATO NEGRO» (испанский), «CottonI» (итальянский) и др. Регистрируются также ТЗ (~5 %), имеющие в морфемном составе международный языковой компонент. Традиционно это обозначения лекарственных средств («СУПРАВНАЗИН», «Гропивир»), а также иных товаров и услуг («BIOAQUA», «BIOROST»).

Ежегодно регистрируются и ТЗ (13–15 %), языковая принадлежность вербального компонента которых не определяется («KitoKii», «SUI»), что, скорее всего, говорит об их искусственном создании.

К числу лингвистических особенностей, присущих языковым единицам, используемым в качестве СТЗ, в первую очередь следует отнести те характеристики, которыми они отличаются от общеупотребительных языковых единиц:

– первичность ассоциативной функции и второстепенность функции указания на объект (денотации). Словесное обозначение часто не столько отражает свойства именуемого объекта (товара), не столько информирует о нем, сколько актуализирует в сознании реципиента приятные эмоциональные коннотативные значения. Таковыми, например, являются СТЗ «Радость имеет вкус!», «Подружка», «Так вкусно!», «Вкус. Польза. Мастерство», «С любовью к родному», «Добро пожаловать домой», «Гарант», «Новогодняя сказка», «Мечта сладёны», «Первый среди равных», «КОМАНДА ПЕРВЫХ», «Заряжен побеждать!» и др.;

– нерелевантность требования соответствовать орфографическим нормам. Каковы бы ни были причины возникновения орфографической ошибки в языковой единице, используемой в качестве СТЗ, она (ошибка) все равно будет служить главной, коммерческой, цели его создания. Именно поэтому авторы СТЗ иногда умышленно изменяют нормативный орфографический облик слов и сочетаний, например: «Роял Чызбургер», «Две Столицы», «СуперОптик», «ВиноСтудия», «БульБургер», «NeoFarmInvest», «БелРосФинТорг», «Смачна Есци» и др. «Нетрадиционная орфография», отмеченная еще Дж. Личем как основополагающий способ создания рекламного сообщения, по-прежнему остается одним из самых эксплуатируемых

способов привлечения внимания покупателя. Как видно из примеров, наиболее частотна графикация с использованием заглавной буквы в середине композитных лексем;

– нерелевантность требования соответствовать словообразовательным нормам. В сфере словообразования общеупотребительных слов действуют два вида ограничений на появление мотивированных [4, с. 117]: 1) абсолютное ограничение, при котором невозможность дальнейшего развертывания словообразовательной цепочки обусловлена такими свойствами слов, которые препятствуют их функционированию в качестве мотивирующих. Например, невозможно образование мотивированных от слов со значением субъективной оценки или названий лиц женского пола: *вечерочек* → Ø, *танцовщица* → Ø; 2) относительное ограничение, при котором несмотря на имеющуюся словообразовательную и морфологическую возможность сочетания морфем, развертыванию словообразовательной цепочки препятствуют ограничения лексического характера. Например, словообразовательная система допускает образование приставочных единиц от прилагательных *январский*, *мартовский* и др., но словари не фиксируют таких единиц, как *доянварский* или *послемартовский*, потому что понятия, которые они могли бы обозначать, в языке выражаются другими словами: *доянварский* = *декабрьский*, *послемартовский* = *апрельский*. В сфере образования СТЗ в силу специфичности их функций эти языковые системные ограничения не действуют, авторы зачастую отдают предпочтение именно окказиональным способам создания словесных обозначений товаров, используя приемы языковой игры, соединяя нарицательные / собственные имена различных языков в одну номинацию и комбинируя их с естественными или так называемыми «коммерческими» суффиксами или конфиксами, сливая в одну номинацию целое словосочетание или предложение, прибегая к приему стилизации и т.п., например: «СКЛАДОВИЧКОФ», «МАЙОНЕЖНОСТЬ», «ФАНТАЗИУМ», «СОКСОЛОГИЯ», «КАЛЬМАРИЯ», «МИ-МИ-МИШКИ», «КУХАРЕВИЧ», «ДАРИДЫЧ», «Даридушка», «ЛАПШУХА», «СТУДИНКА», «ПЛАТЁЖКИН», «МОТОРЛЭНД», «Хмельная вишня», «Голд Раш», «Шакаладава Кідс», «#мамаяпоел», «rabortatut», «ЯКДОМА», «The Veska», «FREEDOM», «DoktorMama» и др. Востребованность подобных образований объясняется особой силой их экспрессивности и яркой новизной. Надо сказать, что их словопроизводство требует значительных интеллектуальных усилий и языкового вкуса.

В заключение отметим, что нельзя не согласиться с Т. А. Соболевой и А. В. Суперанской, авторами известной монографии о ТЗ, в том, что «несмотря на все отклонения от обычных языковых норм, товарные знаки состоят из живой языковой материи и остаются словами, несмотря на всю, казалось бы, невероятную искусственную работу, проделанную с ними» [5, с. 71].

ЛИТЕРАТУРА

1. *Положение* о порядке регистрации товарного знака и знака обслуживания: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 28 дек. 2009 г., № 1719 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – URL : <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C20901719> (дата обращения: 10.03.2024).
2. *О товарных знаках и знаках обслуживания*: Закон Респ. Беларусь, 05 февр. 1993 г., № 2181-ХІІ // Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – URL : <https://etalonline.by/document/?regnum=V19302181> (дата обращения: 10.03.2024).
3. Глухова О. В. Ономастические и лингвокультурологические характеристики словесных товарных знаков (на материале русского и английского языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.19 / Глухова О. В.; Рост. гос. эконом. ун-т. – Нальчик, 2010.
4. Улуханов И. С. Мотивация в словообразовательной системе русского языка. – М. : Азбуковник, 2005. – 311 с.
5. Соболева Т. А., Суперанская А. В. Товарные знаки. – М. : Наука, 1986. – 176 с.

УДК 81

Колкова Д. Е.

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА КОММЕНТАРИЕВ К РУССКО- И АНГЛОЯЗЫЧНЫМ ПАТРИОТИЧЕСКИМ ПЕСНЯМ

*Астраханский государственный университет
имени В.Н. Татищева, г. Астрахань, Российская Федерация*

Аннотация. В статье рассматривается интернет-комментарий к патриотической песне как жанр речевой деятельности. В практической части работы приведены 20 комментариев англоязычных пользователей и 20 комментариев русскоязычных пользователей к русским и английским патриотическим песням на видеохостинге YouTube. Отобранные комментарии анализируются с точки зрения лингвистических особенностей: коммуникативной цели, выражаемого в них речевого жанра и наличия невербальных компонентов. На основании приведенных данных делаются выводы об уровне патриотизма англо- и русскоязычных комментаторов.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, медиадискурс, комментарий, речевой жанр, патриотическая песня.

В современном мире информационные технологии играют огромную роль в жизни человека, а интернет, будучи частью медиадискурса, стал неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Это пространство, где люди общаются, делятся мнениями и выражают свою точку зрения, преимущественно в формате постов и комментариев. В настоящее время патриотизм пронизывает все сферы жизни человека, и музыка не является исклю-

чением. Особый интерес представляет изучение комментариев к патриотическим песням, так как результатами предполагаемого исследования являются данные об отношении людей к собственной стране и современному курсу политики. В данной статье рассматриваются особенности языка комментариев к англоязычным и русскоязычным песням патриотической направленности, изучается специфика использования языковых средств и определяются основные темы, затрагиваемые пользователями.

М. Р. Желтухина определяет медиадискурс как текст, выраженный через средства массовой информации, который включает в себя прагматические, социокультурные, и психологические факторы, и представляет действие, участвующее в социокультурном взаимодействии и отражающее механизм сознания коммуникантов. К медиадискурсу относятся и комментарии в социальных сетях [4, с. 293]. К настоящему времени в лингвистике изучены лингвостилистические особенности интервью-комментария [1, с. 35], перформативные характеристики дипломатического комментария [2, с. 9], выделены функции комментария (разъяснение, уточнение, подтверждение и критическая оценка) [5, с. 357], а также виды комментариев в зависимости от коммуникативной цели (комментарии с информативной, воздействующей и оценочно-императивной целями) [7, с. 87–88].

Отличительной особенностью Интернет-пространства является то, что комментарии к исходному материалу могут храниться неограниченное количество времени, пока автор или владелец сайта сам не примет решение об их удалении. Другой особенностью является так называемая множественность авторства любого текста: изначальное сообщение может быть дополнено, прокомментировано или отредактировано другими авторами. Кроме того, границы между синхронией и диахронией текста являются расплывчатыми: вне зависимости от даты изначального комментария он может быть исправлен автором или прокомментирован другим пользователем в любой другой момент времени.

Значимый вклад в изучение комментариев внес П. В. Кошель, рассматривающий интернет-комментарий как жанр сетевой коммуникации. Согласно его исследованиям, для комментариев типичны следующие характеристики: синхронность или асинхронность, нарушение грамматических и пунктуационных правил, возможность высказывания, как по поводу комментируемой информации, так и в целях взаимодействия с другими участниками комментирования, использование сокращений, анонимность, публичность. В норме комментарий должен соответствовать теме и быть небольшим по объёму. Комментарий является второстепенным жанром, взаимодействуя с блогами, новостями, форумами и прочими интернет-жанрами [6, с. 20].

В связи с тем, что комментарий позволяет пользователям выразить собственное мнение, зачастую наибольшее число комментариев наблюдается под постами и видео с острыми темами, например, затрагивающими

религию и политику. В том числе, одни из наиболее комментируемых видео на YouTube – это патриотические песни. Согласно А.В. Грищук, в настоящее время отсутствует единое определение патриотической песни, но можно предположить, что это композиция с текстом, в котором восхваляется страна, её символы и особенности, или же пропагандируются патриотические идеи [3, с. 483].

Для анализа было отобрано 20 русскоязычных комментариев: 10 из которых к видеоклипу SHAMAN «Я РУССКИЙ» (52 млн. просмотров на апрель 2024) [11], а другие 10 посвящены композиции М. И. Глинки «Слався» из оперы «Жизнь за Царя» (1 млн. просмотров на апрель 2024) [10], а также 20 англоязычных комментариев: 10 к видео “THERE’LL ALWAYS BE AN ENGLAND” – VERA LYNN (871 тыс. просмотров) [12], другие 10 под композицией – English Patriotic Song – “I Vow to Thee, My Country” (4,8 млн. просмотров) [9]. Стоит отметить, что разница в количестве просмотров (а, соответственно, и в общем числе комментариев) обусловлена в первую очередь возрастом песен: так, песня “There’ll always be an England” была написана в 1939 году, “I Vow to Thee, My Country” – в 1921, опера М. И. Глинки «Жизнь за царя» была поставлена в 1836 году, а песня SHAMAN «Я РУССКИЙ» была выпущена в 2022 году. В ходе подготовки к исследованию было обнаружено, что в англоязычном пространстве отсутствует патриотическая тенденция в том виде, в котором мы наблюдаем её в России: отсутствуют популярные патриотические песни, а уже известные в среднем набирают на англоязычном видеохостинге YouTube сравнимо меньше просмотров и комментариев, чем русскоязычные композиции.

Для анализа отбирались комментарии с наибольшим количеством лайков как наиболее одобряемые и поддерживаемые другими пользователями. Так, у наиболее популярных комментариев под песней SHAMAN – «Я РУССКИЙ» популярные комментарии имеют по 500-1000 лайков. В связи с меньшим количеством просмотров, популярные комментарии к композиции М. И. Глинки «Слався» из оперы «Жизнь за Царя» набрали примерно по 200-600 лайков.

Для анализа комментариев были использованы следующие лингвистические признаки комментариев:

- 1) Цель комментария. Обычно цель комментария – это выражение собственного мнения, обсуждение представленной информации.
- 2) Речевой жанр (например, похвала, оценка, прогноз, жалоба, упрек, разрешение, запрет).
- 3) Наличие невербальных компонентов, например, эмодзи (смайликов) [8, с. 185].

Из 20 русскоязычных комментариев все 20 (100 %) соответствовали цели интернет-комментирования: то есть комментаторы оставляли своё мнение относительно композиций. Под песней «Я РУССКИЙ» в 5 коммен-

тариях из 10 упоминалась нация «русский», что может являться цитированием названия песни и её же припева, то есть реакцией на исходный материал. Например, пользователь userg-wb8zq7cubs оставил следующий комментарий, набравший 657 лайков: *Вы большой талант. Естественно голос. И я не понимаю, как можно в ограниченном количестве слов выразить состояние души, отношение к политической ситуации и нашим традиционным ценностям. Bravo!!! Я РУССКИЙ!!!!* (Здесь и далее орфография и пунктуация авторов комментариев сохранены).

В комментариях к композиции М. И. Глинки присутствует лишь один комментарий с использованием слова «русский»: *«Кто-то однажды сказал, даже если бы Глинка написал только эту песню, он уже был бы увековечен в истории Русской музыки»*, он набрал 274 лайка. Однако ещё дважды упоминается Россия, например: *В каждой ноте, в каждом слове Россия! Не устаю слышать!* Это позволяет отнести эти комментарии к той же категории патриотических положительно окрашенных комментариев. На это также указывает словосочетание «не устаю слышать», служащее индикатором положительного отношения. Таким образом, в 8 примерах из 20, или в 40% изученных русскоязычных патриотических комментариев, упоминается национальная принадлежность или страна.

Другой частой особенностью комментариев под видеоклипом SHAMAN является личное обращение к нему: Шаман, Ярослав, ты, Вы. Причиной является в том числе современность песни: это единственная композиция из четырёх, исполнитель которой на данный момент жив и доступен для общения. Посредством личного обращения комментаторы хвалят и благодарят исполнителя, например, похвала, набравшая 868 лайков: *Песня замечательна тем, что будет актуальна всегда! □ □ Очередной шедевр! Bravo, SHAMAN! ♥ □ Море эмоций от клипа, хочется смотреть бесконечно! ♥ □*. Автор комментария приводит как саму оценку «песня замечательна», так и её аргумент: «тем, что будет актуальна всегда», из чего складывается похвала как речевой жанр. В трёх комментариях к исследуемой песне SHAMAN слово «браво» употребляется трижды, в других комментариях также используются следующие прилагательные с положительной коннотацией: «лучший», «великолепная», «шикарный», «захватывающая», «МЕГА МЕГА СУПЕР», «нереальный». Таким образом, в 90% изученных комментариев к данной композиции содержится похвала. В трёх комментариях из десяти используется слово «спасибо», ещё в одном – слово «благодарю», т.е. 40% комментариев к композиции Я РУССКИЙ по речевому жанру являются благодарностью. Примером может служить комментарий пользователя @BadGirl-7b9ui, набравший 873 лайка: *Слов нет. Захватывающе!!! Мурашки!!! Вы гордость страны!!! Низкий поклон Вашим родителям!!! Спасибо им за такого сына!!! ♥ □ ♥ □ ♥ □*.

Среди комментариев к исполнению композиции М.И. Глинки в 70%

содержится похвала. Частотными позитивно окрашенными прилагательными являются «мощное», «вдохновляющее», «магическое». Благодарность выражена только в 10 % комментариев. Интересно, что один из популярных комментариев является одновременно неодобрением и похвалой: *Грустно что подлинное искусство набирает меньше просмотров чем условные реп батлы...* Пользователь называет композицию «подлинным искусством», и в то же время сожалеет о недостаточной её популярности, проводя сравнение с популярными среди молодёжи рэп-баттлами. Данный комментарий получил 374 лайка.

Стоит также отметить комментарий «Это база, основа, фундамент, based», очевидно, написанный подростком или представителем молодёжи, так как в комментарии используется молодёжный сленг: слово «база», что означает нечто настолько хорошее или привычное, что даже не нуждается в одобрении, так как всем и так должен быть понятен превосходный уровень данного предмета или явления. Вероятнее всего, комментарий получил 804 лайка от сверстников, так как старшее поколение не знает значение данного сленга. Также стоит отметить, что в комментариях к композиции М. И. Глинки отсутствует невербальный компонент, тогда как в комментариях к песне SHAMAN в 60 % применялись эмодзи.

Из 20 проанализированных англоязычных комментариев самой песне посвящены только лишь 2 комментария (5 %), но, тем не менее, вопросу патриотизма уделены 16 комментариев, т.е. 80 %. В ряде комментариев отсутствует мнение, оценка или рассуждения об исполнителе песни, самой композиции или патриотизме. Так, в одном комментарии комментатор приветствует тех, кто решил послушать песню после смерти принца Филиппа, мужа королевы Елизаветы II: *RIP Prince Phillip. Anyone who instinctively knew to come to this video, I salute you* □. Комментарий оказался популярным и набрал 1,5 тыс. лайков, что может указывать на большое количество британцев, решивших прослушать данную композицию в связи с указанным событием.

В комментариях 4 раза используется слово “British”, 3 раза слово “English” и 3 раза “Englishman”, что даёт возможность предположить, что вес данных понятий приблизительно равнозначен в умах англичан. Так, далее представлен комментарий, в котором в равной степени употребляются все вышеперечисленные варианты самоидентификации: *As an Englishman, I'm proud to be English. I'm also proud to be British. I love my Scottish and Welsh brothers and hope that we stay British forever. Just because we are British does not mean we give up being Scottish, Welsh, or English we can be our own and still be proud to be together as Brits!!! True Britons that our grandfathers and great grandfathers and for some great-great grandfathers had fought the world for us to be and remain British!! I love all my British companions dearly! And I truly hope they love us English back too! We are a formidable force when we are united! The British isles wouldn't be the same if we split! Scotland forming Great*

Britain was the best thing the world had ever seen! Приведенный комментарий набрал 252 лайка. В целом национальная принадлежность упоминается в 50 % комментариев.

Страна Britain упоминается 5 раз (25 %), тогда как England – 7 (35 %), что даёт возможность предположить о том, что собственный регион для англичан остается важнее, чем Соединенное Королевство. Один из комментаторов обращается к Англии как к «своей»: *“England my England.....worth living for, worth dying for”*, что указывает на важность страны для гражданина.

Распределение англоязычных комментариев по речевым жанрам имеет отличия от русскоязычных. Похвала содержалась в 80 % русскоязычных комментариев, тогда как в англоязычных она отсутствует как класс, а преобладающим типом речевого жанра является неодобрение, к которой относится 40 % комментариев к приведенным англоязычным песням. Так, например, некоторые комментаторы жалуются на отсутствие патриотизма в стране: *“As a youth of Britain, it annoys me to see how unpatriotic england is now, I want to get its spirit back, we have many reasons to be proud”* (4 тыс. лайков), другие акцентируют внимание на недовольстве политиками: *A great nation, betrayed by greedy politicians*. Слово “unpatriotic” встречается в 25 % изученных комментариев.

Из 20 комментариев 8 можно отнести к жанру «одобрение», что составляет 40 %. Так, пользователь @ollypants7471 одобряет и гордится своей национальностью, подчеркивая это невербальным компонентом в виде эмодзи «лайк» и «сердце»: *Am English, and proud. Not racist, just patriotic* □□□□□□□□□□□□□□♥□□□. К обеим англоязычным песням невербальный компонент применялся в равном соотношении. В сумме эмодзи применялись в 20 % англоязычных комментариев.

В 30 % изученных комментариев используется слово “proud”. Стоит отметить наличие комментариев, в которых по отношению к стране одновременно прослеживаются сожаление (I’m ashamed; unpatriotic) и одобрение (proud; glorious heritage). Так, пользователь @arandomyorkishman5647 пишет: *As a young British man, and a proud Yorkshire man and Englishman, I’m ashamed to see how unpatriotic and how immoral many parts of Britain have become today. We need to preserve our glorious heritage.*

Таким образом, в 90 % русскоязычных комментариев к патриотическим песням содержится похвала, а в 25 % – благодарность, в то время как большинство англоязычных комментариев представлено жалобами и одобрением – каждая группа по 40 % соответственно. Национальная принадлежность упоминается в 40 % англоязычных комментариев против 50 % англоязычных. Стоит отметить, что в обоих языках одинаково часто употреблялись слова с семантикой гордости – «горжусь», “proud” и прочие. В русскоязычных комментариях невербальный компонент присутствовал в 30 % слу-

чаев против 20 % англоязычных. Среди обоих языков одинаково распространено использование эмодзи «сердце», однако эмодзи «флаг» превалирует у англоязычных пользователей.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что уровень патриотизма русскоязычных пользователей YouTube гораздо выше, чем у пользователей англоязычных. Русскоязычные в своих комментариях в подавляющем большинстве случаев восхваляют Родину и все связанное с ней, в то время как англоязычные пользователи зачастую даже если и говорят о гордости за свою страну, то все равно рассуждают о минусах, на которые они не считают возможным закрыть глаза.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бобкова О. В. О лингвостилистических особенностях речевого жанра «интервью-комментарий» // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2009. – № 560. – С. 33–42.
2. Горбачева Е. Н. Речевой жанр «дипломатический комментарий» с позиций дискурсивной перформативности // Коммуникативные исследования. – 2016. – № 2 (8). – С. 7–16.
3. Грищук А. В., Дельвиц Н. А. Интертекстуальные особенности русских патриотических песен (лингвистический аспект) // Современное педагогическое образование. – 2023. – № 1 [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/intertekstualnye-osobennosti-russkih-patrioticheskikh-pesen-lingvisticheskiy-aspekt> (дата обращения: 08.04.2024)
4. Желтухина М. Р. Медиадискурс // Дискурс-Пи. – 2016. – № 3-4 [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/mediadiskurs-1> (дата обращения: 04.04.2024).
5. Карасик В. И. Языковая кристаллизация смысла. – Волгоград : Парадигма, 2010. – 422 с.
6. Кошель П. В. Жанровая характеристика интернет-комментария (на материале франкоязычных научно-популярных блогов): автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.05. – М., 2005. – 20 с.
7. Стеклова Т. И. Комментарий как речевой жанр и его вариативность // Жанры речи. – 2013. – № 1 (9). – С. 82–89.
8. Танабаева И. Р. Комментарий как особый жанр в интернет-общении. Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2017. – № 51 (185). – С. 207–210 [Электронный ресурс]. – URL : <https://moluch.ru/archive/185/47375>
9. *English Patriotic Song – I Vow to Thee, My Country* YouTube [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.youtube.com/watch?v=o6ZvylOSy5A> (дата обращения: 13.04.2024)
10. *Glinka Life for the Tzar. Finale.* М. И. Глинка. Финал («Славься») из оперы «Жизнь за Царя» YouTube [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.youtube.com/watch?v=i7vGnKXrVYI> (дата обращения: 10.04.2024)
11. *SHAMAN – Я РУССКИЙ* (музыка и слова: SHAMAN) YouTube [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.youtube.com/watch?v=FAPwIEWzqJE> (дата обращения: 08.04.2024)
12. *THERE'LL ALWAYS BE AN ENGLAND – VERA LYNN* YouTube [Электронный ресурс]. – URL : https://www.youtube.com/watch?v=_qhLPWcm-0w (дата обращения: 13.04.2024)

СТИЛЬ И ОСОБЕННОСТИ РЕЧИ ТЕДА ЛАССО

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация

Аннотация. В данной работе исследуется стиль и особенности речи Теда Лассо – главного героя одноименного телесериала, с использованием трехуровневой модели языковой личности Ю. Н. Караулова. Анализ проводится на вербально-семантическом уровне, где изучается лексико-грамматический состав речи и семантика используемых выражений; на когнитивном уровне, который позволяет раскрыть особенности мышления и восприятия мира через выбор лексики и метафор; на прагматическом уровне, где анализируется целевая направленность речи, коммуникативные стратегии и отношение к адресату. Полученные результаты помогут расширить представление о характере Теда Лассо как персонажа и его влиянии на окружающих персонажей в сериале.

Ключевые слова: языковая личность, трехуровневая модель языковой личности, Тед Лассо, особенности речи.

В мире телевизионных сериалов периодически появляются харизматичные персонажи, способные завоевать сердца миллионов зрителей. Один из таких персонажей – Тед Лассо, главный герой одноименного американского сериала, который с первых серий стал настоящим воплощением позитива, доброты и неиссякаемого оптимизма. Сериал рассказывает о необычном американском тренере по футболу, который приезжает в Великобританию, чтобы тренировать профессиональную футбольную команду, несмотря на отсутствие опыта в этом виде спорта.

Речь Теда Лассо является ключевым элементом его обаяния и влияния как на других персонажей сериала, так и на аудиторию. Его неунывающий оптимизм, остроумие и искренняя вера в лучшее в людях проявляются в каждой фразе, которую он произносит. В этой статье мы погрузимся в анализ речевых особенностей Теда Лассо, которые делают его фигуру незабываемой и вдохновляющей, и оценим, каким образом его слова отражают его внутренний мир и философию.

Однако для более глубокого понимания стиля и особенностей речи главного героя сериала важно рассмотреть понятие языковой личности и ее трехуровневую модель.

В лингвистике термин «языковая личность» описывается Ю. Н. Карауловым как «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются:

- а) степенью структурно-языковой сложности;
- б) глубиной и точностью отражения действительности;
- в) определенной целевой направленностью» [1, с. 3].

Трехуровневая модель языковой личности Ю. Н. Караулова опирается на идею о том, что человек владеет языком на трех уровнях: вербально-семантический, когнитивный и прагматический [1].

Вербально-семантический уровень языковой личности по Ю. Н. Караулову охватывает лексические и семантические предпочтения индивида. Этот уровень отражает особенности выбора слов и выражений, которыми человек пользуется для вербализации своих мыслей и чувств. Таким образом, анализ вербального состава текста может раскрыть индивидуальные психолингвистические характеристики говорящего, включая его взгляды, интересы и ценности. Также он включает в себя также ту часть лексики, которая становится частью индивидуального стиля, формируя уникальный «словесный отпечаток пальца».

Когнитивный уровень охватывает систему знаний и представлений, реализующуюся через языковое сознание. Это связано с мыслительной деятельностью человека, способностью к категоризации, абстракции и обобщению. Здесь лексика и фразеология являются отражением умственных процессов индивида. Когнитивный аспект включает в себя словарный запас, который позволяет выражать и структурировать мысли, а также учитывает способность к языковому анализу и синтезу, формирующуюся на основе индивидуального опыта и культурного контекста.

Прагматический уровень отражает способность человека к использованию языка как инструмента для достижения конкретных коммуникационных целей в различных сферах жизни. Этот уровень подчеркивает важность умения грамотно и эффективно взаимодействовать с помощью языка, опираясь на контекст и социальные нормы. Языковая личность на прагматическом уровне выражает свои мысли и идеи таким образом, чтобы они были поняты собеседником, что подразумевает не только знание лексики и грамматики, но и умение использовать язык согласно ситуации, адаптироваться к различным условиям общения и эффективно управлять процессом коммуникации.

Для описания стиля и особенностей речи мы используем трехуровневую модель языковой личности, которая позволяет анализировать языковые единицы разных уровней и выявлять их взаимосвязь с индивидуальными особенностями говорящего:

1. Вербально-семантический уровень является базовым и занимается анализом фонетических и грамматических знаний личности. На этом уровне изучаются такие элементы языка, как слово, морфема, словоформа, словосочетание и другие. Он не отражает индивидуальные особенности речи, а сконцентрирован на общих языковых структурах [2, с. 78].

Тед Лассо, воплощенный Джейсоном Судейкисом в одноименном

американском сериале, предстает перед зрителем не только как тренер не-большой футбольной команды, но и как яркая языковая личность

С точки зрения вербально-семантического уровня речь Теда отличается использованием простых предложений и сокращений:

(1) “It’s like when you don’t know where Freddy Krueger is. ‘Cause you know it’s the second he’s gonna pop up and stick that knife-hand of his in your face”.

(2) “If that’s a joke, I love it. If not, can’t wait to unpack that with you later”.

2. Когнитивный уровень отражает языковую модель мира личности, ее тезаурус и культуру. Здесь происходит актуализация и идентификация знаний и представлений, которые присущи обществу и формируют коллективное и индивидуальное когнитивное пространство. На этом уровне изучаются такие языковые единицы, как концепт, фразеологизм, метафора и другие, которые отражают специфику мышления и представлений личности [2, с. 78].

Для рассмотрения речи главного героя на данном уровне можно выделить несколько аспектов:

- использование американских идиомных выражений и сокращений:

(3) “Look, we are not playing for a tie. Ain’t nobody here gonna kiss their sister... which is an American phrase that I’m now realising does not exist here, and that’s good, ’cause it’s creepy, and I hate it myself, I don’t know why I said it”.

Выражение “kiss one’s sister” используется в американском английском для описания ситуации, когда результат или достижение является недостаточно значимым, важным или удовлетворительным [3]. Это выражение часто используется в контексте спортивных игр или соревнований, чтобы описать ситуацию, когда команда или участник достигает только ничейного результата или неудачного исхода.

- проявление особенностей культуры Теда, а именно его отношение к традиции чаепития в Великобритании:

(4) “I always figured that tea was just gonna taste like hot brown water. And you know what? I was right. Yeah, it’s horrible. No, thank you”.

(5) “If you would have told me that I’d be drinking tea at 3 o’clock every day, about a year ago... I would have punched you in the mouth”.

- постоянное сравнение Великобритании и Америки:

(6) “Coach, I got a feeling we’re not in Kansas anymore”.

(7) “I’m not sure what y’all’s smallest unit of measurement is here, but that’s about how much headway I made”.

3. Прагматический уровень считается высшим, поскольку он выявляет и характеризует мотивы и цели, которые движут развитием языковой личности. На этом уровне изучаются элементы рефлексии, оценки, способы аргументации, планы и другие, которые позволяют личности отражать свои

цели, активную позицию в мире и динамичность картины мира. Этот уровень связан с коммуникативными навыками и способностью эффективно взаимодействовать с окружающим миром через язык [2, с. 78].

Тед Лассо является оптимистом и вдохновителем, его речь пронизана мотивационными посланиями, которые направлены на развитие личности, поддержку окружающих и достижение целей. Он активно использует позитивные мотивационные приемы для мотивации своей команды и окружающих:

(8) “She’s got some fences, alright, but you just gotta hop over ‘em”.

(9) “Jamie, I think that you might be so sure that you’re one in a million, that sometimes you forget that out there, you’re just 1 of 11. And if you just figure out someway to turn that ‘me’ into ‘us’ ... the sky’s the limit for you”.

Нельзя не отметить талант Теда – передавать серьезные поучительные наставления через призму юмора и метафор:

(10) “You know what the happiest animal on Earth is? It’s a goldfish. Y’know why? It’s got a 10-second memory. Be a goldfish”.

Совет Лассо – не цепляться за ошибки и провалы, а просто двигаться дальше. Если ваш ребенок или вы сами потерпели неудачу, постарайтесь не напоминать и вспоминать об ошибках. Научите своих детей тому, что их ошибки предоставляя возможности для роста и обучения, вы можете укрепить их устойчивость.

(11) “Believe!”.

Тед Лассо разместил эту надпись над дверью своего кабинета в раздевалке команды. Это центральная тема шоу и руководящий принцип того, как он тренирует свою команду и как взаимодействует практически со всеми, кто для него важен. Он указывает на табличку, чтобы напомнить своей команде и себе, что вера во что-то и в кого-то – это сознательный выбор, и вера может провести вас через довольно мрачные времена.

В третьем сезоне телесериала «Тед Лассо» футболисты Ричмонда встречаются с осуждениями, порицаниями и оскорблениями в средствах массовой информации, поэтому, в качестве урока, тренер отводит их на экскурсию в канализацию Лондона. Главная идея – показать игрокам бесполезность «мусорных разговоров», акцентируя внимание лишь на сплоченности внутри:

(12) “Let anything, we don’t need flow right through!”.

Тед учит команду Ричмонда значению слова не «команда», а «семья», и каждый из них видит в нем не только тренера по футболу, но и наставника по жизни. Он объясняет, что поле – это как жизнь, никогда не знаешь, когда выиграешь, а когда проиграешь:

(13) “For me, success is not about the wins and losses. It’s about helping these young fellas be the best versions of themselves on and off the field”.

Несмотря на огромную конкуренцию в футболе и в жизни, каждый из игроков находит себя в словах Теда Лассо, и, что немаловажно, пытается

реализовать их в своей жизни.

В заключение анализа хотелось бы подчеркнуть неповторимость и особенность стиля общения Теда Лассо. Он является полным антиподом футбольного тренера. Простые формулировки и ясная речь, вместо футбольной терминологии не просто выделяют его, но и делают его ближе к игрокам и зрителям. Разумеется, это также оказывает влияние на его взаимоотношения с игроками, помогая ощутить в нем нечто большее, чем просто тренера по футболу.

Еще одной отличительной чертой речи главного героя является его умение находить позитивные стороны в любых ситуациях. Несмотря на тяжелые периоды и события жизни, бесконечный поиск способов совершенствования и саморазвития не покидает его на протяжении всех трех сезонов. Тед Лассо является истинным творцом мотивации и вдохновения.

Нельзя не отметить использование каламбуров и забавных метафор для снижения напряжения и создания благоприятной атмосферы вокруг себя и своей команды.

Чаще всего высказывания главного героя являются отражением его внутреннего мира, жизненной философии и отношения к окружающему, что делает его не просто тренером, но и символом позитива и доброты в мире телевизионных сериалов. Именно поэтому, к середине 2020 года Тед Лассо, становится одним из любимых героев телесериалов. Неизменный оптимизм, доброжелательность и манера общения – основные причины его успешности. Однако он стал не только символом, который вызывает улыбку и вдохновляет миллионы зрителей, но и центром лингвистического изучения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Караулов Ю. Н.* Русский язык и языковая личность. – М. : Наука, 1987.
2. *Караулов Ю. Н.* Русская языковая личность и задачи ее изучения // Язык и личность. – М., 1989. – 78 с.
3. *Urban Dictionary* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Kiss%20your%20sister> (дата обращения: 29.03.2024).

ФАТИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ В АНГЛИЙСКОЙ РЕЧЕВОЙ ТРАДИЦИИ

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация

Аннотация. Фатика играет важную роль в процессе коммуникации, так как позволяет раскрыть отношение людей к межперсональной коммуникации, поддержать коммуникацию, понять намерения и отношения участников коммуникации к определенной теме. Фатические единицы помимо коммуникативной функции выполняют также металингвистическую, референциальную, эмотивную, апеллятивную и другие функции, что позволяет утверждать о многоаспектности фатики в современной речи.

Ключевые слова: фатическая коммуникация, фатика, фатические эмотивы, фатические единицы, фатические речевые жанры.

В процессе коммуникации участники применяют как информативную, так и фатическую составляющие разговора. Фатика непосредственно относится к процессу общения и передачи информации и имеет целью поддержание коммуникативной ситуации.

Единицами эмотивной коммуникации являются фатические эмотивы, под которыми понимаются «коммуникативные единицы, содержащие оценочность и ориентированные на адресата с целью оказания на него положительного эмоционального воздействия. Эмоциональная оценка, содержащаяся в них, нацелена на то, чтобы продемонстрировать симпатию, расположенность собеседнику» [6, с. 20].

Исследования фатики Б. Малиновским позволили получить вывод о наличии положительных характеристик, а именно позитивности и доброжелательности – благодаря фатике возможно снизить или ликвидировать состояние напряженности молчания между коммуникантами [7, с. 214]. Однако, в фатике также часто реализуются негативные ситуации общения, когда между коммуникантами проявляется неприязнь или агрессия.

Согласно Р. Якобсону, одной из типичных характеристик фатической коммуникации является связность – речь участников коммуникации должна быть ориентирована на поддержание коммуникации, обмен значимыми репликами и развитие темы разговора. Однако, здесь также встречается противоположное мнение – фатика может служить проверкой работы канала связи [8]. Несмотря на подобные контрастные идеи, фатика поддерживает межперсональную коммуникацию между двумя людьми в противовес неловкости молчания.

Фатика не передает смысловую нагрузку беседы, она позволяет раскрыть отношение людей к межперсональной коммуникации, поддержать коммуникацию, понять намерения и отношения участников коммуникации к определенной теме.

Для фатической коммуникации свойственны такие черты, как «социальность, коннективность, разделение одного физического пространства с другим человеком, в том числе с незнакомыми, случайными людьми (например, ожидание в одной очереди, поездка в общественном месте)» [5, с. 175]. Под коннективностью понимается «раздел науки о человеке, которая изучает характер связей элементов в любой рассматриваемой системе» [1, с. 40], в данном случае связь элементов коммуникации. Наличие этикетных формул подчеркивает фатическую сторону коммуникации.

Важно различать фатическую коммуникацию и этикетную, формальную, в которой лишь проявляются вежливость и ритуализованные ее формы (например, слова приветствия, сопровождаемые кивком головы), объяснимые реализацией принципа «социальной обязательности» [5, с. 176].

Для фатики ценность представляет степень интереса одного коммуниканта другому, понимание ими друг друга. Однако, в некоторых ситуациях общения проявляется «инструментальность» тем для репрезентации собеседников – «говорящий намеренно самоутверждается перед слушателем, проявляет свои личные качества, и отсутствует информация о процессе понимания» [5, с. 176].

Для того, чтобы отнести речевые единицы к фатическим, важно анализировать контекст, в котором они актуализируются. Критерий причисления содержания общения к фатической коммуникации заключается в «поддержании коммуникации с собеседником, поиск контакта с его внутренним миром вне зависимости от степени их знакомства друг с другом» [5, с. 177].

Для фатической коммуникации значимым фактором является стремление коммуникантов узнать внутренний мир друг друга, установление приязни или неприязни в ходе общения, интерес к собеседнику. К фатическим единицам относятся как вежливые фразы, так и разговоры на определенные тематики, направленные на установление межличностного взаимодействия коммуникантов.

Фатические единицы являются ключевым элементом построения фатической коммуникации. Их применение в речи позволяет раскрыть намерения вступления коммуникантов в процесс общения.

С помощью фатической функции участники коммуникативного акта поддерживают, устанавливают или размыкают речевой контакт. К фатическим единицам, участвующим в реализации фатической функции, относятся фатические вводные компоненты, фатические обращения, фатические высказывания и фатические фрагменты текста.

Знание прагматики фатических эмотивов как коммуникативных еди-

ниц, ориентированных на оказание положительного эмоционального воздействия на коммуниканта чрезвычайно важно для успешного кросс-культурного общения. Английский фатический дискурс отличается экспрессивностью, за которой стоят социальные установки [2, с. 52].

И. И. Воронцова подчеркивает, что английский стиль «фатической коммуникации в целом можно назвать кооперативно-конформным: кооперативный стиль характеризуется ярко выраженной ориентированностью на партнера по коммуникации, а в конформном имитируется настроенность на партнера по коммуникации, которая проявляется как на уровне содержания, так и на уровне оформления высказываний [6, с. 255]. Данный стиль имитирует настроенность на партнера по коммуникации, предложение собеседнику коммуникативной поддержки и коммуникативных подарков» [2, с. 54].

К основным ценностям английской культуры Д. Р. Галибердова относит индивидуализм, рационализм, независимость, прагматизм, соревновательность, равенство, традиционализм, толерантность [3]. Данные характеристики играют важную роль, так как отображаются в образе жизни, межличностных отношениях и поведении англичан. Отличительная черта национального английского мышления – отсутствие прямых суждений, непосредственного выражения своего мнения, позитивное мышление [3, с. 22].

Классификация фатических речевых жанров, выведенная В. В. Дементьевым, считается наиболее полной и актуальной для изучения речи киногероев. В содержании кинопроизведения происходит, как правило, множество различных разговоров, которые передают как благоприятные отношения между говорящими, так и неблагоприятные. В своем исследовании жанров фатической коммуникации В. В. Дементьев доказал, что можно выделить такие фатические речевые жанры (ФРЖ) в кинодискурсе:

1. ФРЖ, которые в прямой форме ухудшают отношения коммуникантов: ссоры, оскорбления, угрозы, несогласие;
2. ФРЖ, улучшающие отношения коммуникантов в прямой форме: согласие, одобрение, комплимент, похвала;
3. ФРЖ, которые ухудшают межличностные отношения в косвенной форме: колкость, издевка, недовольство, высмеивание;
4. ФРЖ, косвенно улучшающие межличностные отношения: флирт, шутка;
5. ФРЖ, которые не улучшают и не ухудшают отношения коммуникантов, а служат «установлению и поддержанию дружеского общения»: светская беседа – *small talk* [4].

Для анализа фатической коммуникации и оказываемой ей функций был исследован англоязычный сериал “*Sherlock*”. В сериале реализуется референциальная функция, которая подразумевает передачу какого-либо сообщения и ориентации на контекст сообщения.

В начале сюжета, когда доктор Джон Ватсон знакомится с Шерлоком Холмсом, Джон использует фатический вводный компонент “*I heard*”:

- *I heard you were abroad somewhere getting shot at. What happened?*

Однако, его собеседник не раскрывает подробности ранения, и просто повторяет ему в ответ:

- *I got shot.*

На основе данного диалога можно сделать вывод, что в начале знакомства Шерлок Холмс не настроен на оглашение комментариев произошедших с ним событий, он закрыт в коммуникации и отвечает коротко, не предоставляя собеседнику шанса уточнить интересующую его информацию.

Далее в продолжении сюжета Шерлок разговаривает с патологоанатомом Молли Хупер. Шерлок Холмс показывает увлеченность вопросом появления синяков на теле человека, так как эта информация нужна для анализа алиби и проведения работы детектива. В следующем отрывке разговора между персонажами актуализируется переключение внимания Молли от серьезной для Холмса темы:

- *(Шерлок) I need to know what bruises form in the next 20 minutes.*

A man's alibi depends on it. Text me.

- *(Молли) Listen, I was wondering, maybe later...*

В данном отрывке Молли не показывает вовлеченность в разговор и уходит от ответа на прямой вопрос. Переключение темы разговора показывает нежелание девушки поддерживать деловое общение, что дальше заметно как переход к флирту:

- *(Шерлок) Sorry, you were saying?*

- *(Молли) I was wondering if you'd like to have coffee?*

С помощью фатических вводных компонентов 'I was wondering', 'Listen' героиня разрывает тему коммуникации и переключает ход разговора на нечто отвлеченное от работы, в частности на флирт с детективом.

Следующая, эмотивная функция реализуется как вербальное представление испытываемых человеком эмоций, концентрирует внимание на душевном состоянии героев. Данная функция отражает отношение говорящего к высказываемому, прямое выражение чувств отправителя.

Находясь в доме у миссис Хадсон, между Доктором Ватсоном Шерлоком Холмсом и миссис Хадсон происходит следующий диалог:

- *Sorry, I'm so sorry. It's just sometimes this bloody thing...*

- *I understand, dear, I've got a hip.*

- *A cup of tea would be lovely, thank you.*

- *Just this once, dear. I'm not your housekeeper.*

- *A couple of biscuits, too, if you've got 'em.*

Фатическая единица "Sorry, I'm so sorry" показывает, как неловко и неудобно почувствовал себя Шерлок. После извинения он указывает причину, списывая свою неловкость загруженностью по работе. Миссис Хадсон, в свою очередь, реагирует на эту ситуацию спокойно и предлагает ему

чашку чая. Последующая коммуникация также является фатической и создает эмоционально благоприятную среду для дальнейшего общения участников диалога.

Также в сериале реализуется апеллятивная функция – функция призыва, обращения к адресату и побуждения к восприятию речи адресанта. Назначение данной функции – вызвать реакцию адресата. В диалоге доктора Ватсона и психотерапевта Эллы в начале первого эпизода психотерапевт задает наводящие вопросы, позволяющие разговорить доктора Ватсона. Приведем следующий пример:

- *ELLA: How's your blog going?*

- *Hmm, fine. Good. Very good.*

- *Written much?*

- *Not a word.*

- *John, it's going to take you a while to adjust to civilian life*

- *Sure.*

- *And it will help so much to write about everything that's happening to you.*

- *Nothing happens to me [9].*

В данном эпизоде психотерапевт постепенно узнает психоэмоциональное состояние своего пациента, благодаря чему осуществляется фатическое воздействие на адресата. Функция апелляции проявляется в том, как психотерапевт направляет ход разговора в сторону письменного фиксирования переживаний и мыслей доктора Ватсона. Однако, Ватсон проявляет конфронтацию ('Nothing happens to me) и не поддается воздействию психотерапевта.

Металингвистическая функция является назначением языка выступать одновременно как средство (инструмент) исследования и описания языка, также она выступает в роли толкования различных понятий, явлений в речи. Метаязыковая функция предполагает проверку канала связи, выясняется, понятен ли язык.

Например, металингвистическая функция связана с пониманием говорящего своего собеседника:

- *I'll make you that cuppa, you rest your leg.*

- *Damn my leg!*

- *Sorry, I'm so sorry.*

- *It's just sometimes this bloody thing...*

- *I understand, dear, I've got a hip [9].*

Высказывание '*I understand*' дает значение уяснения сказанного речевого материала, что позволяет наладить процесс общения между участниками беседы и дать понять, что слова были услышаны и поняты адекватно.

В следующем диалоге металингвистическая функция реализуется с помощью переспроса. Рассмотрим диалог подробнее:

- *There's others out there just like you, except you're just a man.*

- *And they're so much more than that.*
- *What do you mean...more than a man?* [9].

С помощью повтора части высказывания говорящего и добавления вопроса “What do you mean” собеседник демонстрирует трудность в понимании сказанного.

В следующем примере данная функция реализуется с помощью глагола ‘mean’, при этом второй собеседник предоставляет пояснение незамедлительно:

- *I'm a consulting detective. Only one in the world. I invented the job.*
- *What does that mean?*
- *It means when the police are out of their depth, which is always, they consult me.*
- *The police don't consult amateurs* [9].

Процесс понимания высказывания представлен динамичным, так как реплика за репликой сменяется парадигма понимания информации – после объяснения Шерлоком своей уникальной профессии, доктор Ватсон использует сарказм, насмешку, что в результате принижает компетентность Шерлока.

ЛИТЕРАТУРА

1. Визель Т. Г. Коннективность и речь // Системная психология и социология. – 2018. – № 2 (26). – С. 40–46.
2. Воронцова И. И. Культурная обусловленность фатической метакоммуникации: компаративные характеристики английского и русского фатического дискурса // Язык: категории, функции, речевое действие: Сб. мат-лов. – М. : МГПУ, 2018. – С. 51–54.
3. Галибердова Д. Р. Английский речевой этикет // Russian Journal of Education and Psychology. – 2019. – Т. 10. – № 5. – С. 19–24.
4. Дементьев В. В. Речевые жанры // Вопросы языкознания. – 1999. – № 1. – С. 37–55.
5. Загидуллина М. В. О границах фатического в коммуникации (медиаэстетический аспект) // Медиасреда. – 2020. – № 1. – С. 171–185.
6. Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. – М. : Рукописные памятники Древней Руси, 2009. – 512 с.
7. Малиновский Б. Проблема значения в примитивных языках // Эпистемология и философия науки. – 2005. – Т. 5. – № 3. – С. 199–233.
8. Якобсон Р. О. Избранные работы. – М. : Прогресс, 1985. – 455 с.
9. *Sherlock* [Электронный ресурс]. – URL : https://archive.org/details/BBC_Sherlock2010 (дата обращения: 19.03.2024).

**COYOTE КАК ЭТНОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ СИМВОЛ НАВАХО
(НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА Т. ХИЛЛЕРМАНА
«КОЙОТ ЖДЕТ»)**

*Евпаторийский институт социальных наук (филиал)
Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского,
г. Евпатория, Российская Федерация*

Аннотация. В статье исследуется содержание и способы экспликации этнолингвистического символа *Coyote* в романе Т. Хиллермана «Койот ждет». Установлено, что ядром смысловой структуры амбивалентного этнолингвистического символа *Coyote* служит *Evil* как мифологема изначального Зла, в то время как периферийные значения символа образуют следующие смысловые группы: а) *dirt, bad conduct*; б) *malice, source of trouble, hardship, death*; в) *trickery, temptation, misdeed, degradarion*; г) *alien, independence, compromise, adaptation*; д) *irreversibility, destiny, Judgement*; е) *nemesis, punishment, self-caused evil*. Актуализируя различные компоненты смысла в зависимости от контекста, *coyote* символизирует все то темное и злое, что есть в самом человеке, и предопределенность судьбы личностными качествами человека. Показано, что в контексте взаимодействия культур *Coyote* символизирует пагубное воздействие, оказываемое вторжением элементов чужеродной цивилизации в быт коренного населения Соединенных Штатов Америки.

Ключевые слова: этнолингвистический символ, *Coyote*, Т. Хиллерман, «Койот ждет», ядро смысловой структуры, периферийные значения, взаимодействие культур.

Научная объективность современных этнолингвистических исследований обеспечивается методами когнитивного направления этнолингвистики, опирающихся на этнографические знания. Проблема применения этих методов к анализу художественного текста, их гармонизации с методами лингвокультурологического, литературоведческого и семантического анализа еще далека от своего окончательного теоретического и практического разрешения.

Согласно В. В. Колесову, символ – репрезентация концепта, его содержательная форма [2, с. 43]. Следовательно, базовым компонентом (ядром) лингвистического символа, имеющего полевую структуру, выступает когнитивный концепт, что обуславливает метод концептуального анализа, используемый нами при исследовании языковых средств выражения символа. С учетом необходимости рассмотрения характерных особенностей

картины мира навахо, представляется рациональным анализ этнолингвистического символа как частного случая символа лингвистического с позиций релятивистского направления когнитивной лингвистики.

Под этнолингвистическим символом мы, вслед за И. Б. Каменской, понимаем «семиотический концепт, форму выражения которого составляет лексема или слово-номинатор символа в тексте, а форму содержания – когнитивный концепт, семантика которого обусловлена взаимодействием с мифологемой и специфическими особенностями этнического характера, которые очерчивают круг наиболее значимых для автора интерпретаций лингвокультурного символа» [1, с. 48].

Т. Хиллерман, автор романа «Койот ждет», несмотря на отсутствие этнических связей с народностью навахо, значительный период своего становления как творческой личности пребывал в среде резервации, что не могло не отразиться на картине мира языковой личности писателя [3]. Использование каких-либо индейских реалий, элементов религиозной специфики в тексте романа является не просто художественным приемом, но и носителем идеи.

Практически не один символ автор не использует, не приводя предварительную информацию о нем. Такая композиционная структура романа позволяет неподготовленному и неосведомленному с историко-культурными фактами читателю рассматривать описанные события и действия с позиции, приближенной к взглядам коренных жителей, овладеть необходимыми для этого экстралингвистическими знаниями.

Начиная с самого заглавия, а затем рефреном проходя через весь роман, *Coyote*, выступающее как название животного, имя собственное, эмоционально-оценочная характеристика персонажей, является одним из ярчайших примеров использования Т. Хиллерманом этнолингвистического символа.

Насколько поливалентен спектр коннотативных значений слова *Coyote*, настолько же неоднозначна идея романа.

Неоднократно слово «койот» выполняет эмоционально-оценочную коммуникативную функцию, в частности, передавая негативные отношение персонажа или повествователя к референту данной лексической единицы. Впервые такой пример встречается в речи персонажа полицейского *Jim Chee* во время задержания человека, подозреваемого в убийстве его напарника. Обращение *dirty coyote* [4, с. 18] носит усиленную отрицательную коннотацию, так как *Jim Chee* является представителем племени навахо, для которого подобное обращение является серьезным оскорблением. В подтверждение этого может выступить реплика *Joe Leaphorn*: “...*coyote. It was a hard, hard insult among the Navajos – implying not just bad conduct but the evil of malice*” [4, с. 90].

В подобном значении *coyote* выступает символом обобщенного зла в крайне негативном его проявлении. Данная оценка основывается на древних

индейских мифах о мироздании, в которых Койот часто был представлен образом коварного злодея, несущего людям неприятности.

Изначальное обобщенное зло является ядром смыслового поля значений символа *coyote*.

Некую справку приводит Т. Хиллерман, предоставляя подлинные данные о метафизике навахо, в комментарии персонажа *Hosteen "Ashie" Pinto*: "*Coyote was always causing trouble... He caused hardship... He caused people to die*" [4, с. 70].

Из приведенных примеров можно вычлениить периферийные значения этого символа: *dirt, bad conduct, malice, source of trouble, hardship, death*.

Употребление подобной лексической единицы в повседневной коммуникации выражает, с одной стороны, высокую ценность национальной мифологии для современных индейцев навахо. С другой стороны, частотность слова *coyote* в повседневной речи навахо и его употребление в обобщенном, архетипическом значении, свидетельствует о глубоком укоренении этой мифологемы в национальной картине мира.

Верования, уходящие своими корнями в тотемизм и анимизм, что присуще всем индейским народностям Северной Америки, актуальны и в данный исторический период. Понятие «койот» символизирует одну из важнейших современных духовных ценностей навахо – автономность и самобытность взглядов народа, компромисс в сохранении истинных форм нации и приспособлении к переменам и влияниям чужеродных культурных образцов в условиях изоляции. Так в контексте современности трансформируется одно из первоначальных периферийных значений этого символа – хитрость. Следовательно, в структуру этнолингвистического символа *coyote*, эксплицированного интерконтекстуально, можно включить, наряду с традиционным *trickery*, следующие периферийные компоненты: *independence, compromise, adaptation*.

Взаимоотношения компонентов значения этнолингвистического символа *coyote* детерминированы историко-культурными особенностями индейской интерпретации данного национального концепта, его местом в картине мира навахо. Койот символизирует пагубное воздействие, оказываемое вторжением элементов чужеродной цивилизации в быт индейцев: "*The Water of Darkness...had turned this old man into coyote*" [4, с. 230].

Данная реплика героя романа *Jim Chee* относительно алкоголя, спровоцировавшего старого индейца на преступление, может быть истолкована следующим образом: мистическое обращение человека в койота тождественно деградации личности. Алкоголь, привнесенный как явление в жизнь народа, ранее с ним незнакомого, западной культурой, деструктивно трансформирует образ индейца. Подобным примером обобщается общая тенденция взаимодействия двух культур. Подкупленный и ослабленный алкоголем, шаман и народный врачеватель *Hosteen Ashie Pinto* отчуждается от лекарского мистического искусства и ритуального единства с родовой силой

племени, становясь неким участником шабаша койота.

Референтная отнесенность *coyote* к явлениям современной действительности говорит о когнитивной действенности этого символа, способного в одном слове-экспликаторе отразить комплекс значений и отношений.

Описание разрушительных метаморфоз присутствует в монологе старого индейца на суде: “*Now that man with the pistol was the man who gave me the whiskey. He gave it to me some other times. Before, when I worked for him. He knew how it was for me. This whiskey. He knew that when I drank it I would do wrong things. I would tell him what I didn't want to tell him. He knew it made my tongue loose and he knew that when it was in me it took over my mind. It made the wind that blows inside me [my spiritual essence] blow as dark as night*” [4, с. 343].

Pinto называет профессора *Tagert* койотом в его подлом проявлении, что проявляется в эксплуатации слабости старого индейца к алкоголю с целью достижения собственной выгоды. Персонаж *Ashie Pinto*, которого убийца *Tagert* сбивает с Пути Навахо, олицетворяет резервационных навахо, подвергшихся тлетворному влиянию американской культуры потребления. Лишенный внутренней агрессивности, неспособный противостоять искушению, *Hosteem Pinto* продает свое национальное духовное наследие и становится виновником убийств, оказавшись под воздействием койота. Тем самым автор при помощи этнолингвистического символа устанавливает ассоциации с проблемами современного индейского сообщества в рамках американского социума, а символ наращивает дополнительные значения: *alien, temptation, misdeed, degradarion*.

Трактуя вышеприведенную грань символа таким образом, можно пронаблюдать тенденцию преобладания именно негативного, разрушительного воздействия западной культуры на этническую индейскую. Почти каждый персонаж, относящийся к западной цивилизации, наносит вред исконным обитателям Американского континента. Навахо именуют их белыми людьми. «Одержимыми койотом» автор изображает не только современных людей, но и вплетает в сюжет подлинные исторические личности из прошлого. Таковым является известный американский бандит *Butch Cassidy*, личность которого является ключевой для прояснения значения финала романа.

Заглавие «Койот ждет» довольно четко очерчивает идею романа, полностью раскрывающуюся в финале, а именно, роковую предопределенность судьбы.

Т. Хиллерман характеризует неоднозначную природу койота, прибегая к мифологии. Койоту в метафизической системе навахо отведена роль Закономерного Зла, Зла-Возмездия. Он выжидает подходящих условий для своих действий, смысл которых зачастую амбивалентен: Ждущий Койот – это образ предостережения, напоминания об ответственности за свои поступки: “*Coyote is always out there waiting, and Coyote is always hungry*” [4,

с. 310].

Отсюда отождествление Койота с неотвратимостью судьбы. По происшествию определенных событий, жизни героев, ранее никак не связанных, соприкасаются и развиваются предначертанным каждому путем. Каждый персонаж попадает под влияние койота.

Койот представляется писателем как исполнитель предопределенного наказания, отсроченного в каждом отдельном случае до момента совершения жертвой необратимых ошибочных действий. В приведенном фрагменте текста актуализируются традиционные составляющие мифологемы Койот: *irreversibility, destiny, Judgement*.

Важно отметить, что личности навахо свойственна мировоззренческая особенность – не произносить безосновательных слов. Поэтому важная смысловая нагрузка символа в совокупности с относительно частым употреблением его в речи героев указывает на высокий уровень значимости и особую роль концепта «койот» в достижении раскрытия основной идеи романа.

Таким образом, ядром смысловой структуры этнолингвистического символа *Coyote* в романе Т. Хиллермана «Койот ждет» служит *Evil* как мифологема изначального Зла. Выявлены периферийные значения символа, образующие следующие смысловые группы: а) *dirt, bad conduct*; б) *malice, source of trouble, hardship, death*; в) *trickery, temptation, misdeed, degradarion*; г) *alien, independence, compromise, adaptation*; д) *irreversibility, destiny, Judgement*; е) *nemesis, punishment, self-caused evil*. Актуализируя различные компоненты смысла в зависимости от контекста, *coyote* символизирует все то темное и злое, что есть в самом человеке, и предопределенность судьбы личностными качествами человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Каменская И. Б. Этнолингвистический символ: к определению содержания понятия // Формирование профессиональной компетентности филолога в поликультурной образовательной среде: сб. мат-лов I Междунар. науч.-практ. конф. 22-23 ноября 2018 г., г. Евпатория / ред. кол. Ю. К. Картавая, М. А. Шалина ; под общ. ред. И. Б. Каменской. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2018. – С. 48–51.
2. Колесов В. В. Язык и ментальность. – СПб. : Петербургское Востоковедение, 2004. – 240 с.
3. Goeller, A. D. The Mystery of Identity: The Private Eye (I) in the Detective Fiction of Walter Mosley and Tony Hillerman // Sleuthing Ethnicity: The Detective in Multi-Ethnic Crime Fiction / ed. by D. Fischer-Hornung, M. Mueller. – Madison, NJ: Fairleigh Dickinson UP, 2003. – Pp. 348–351.
4. Hillerman, T. Coyote Waits. – NY: HarperCollins, 1992. – 352 p.

ПОСЛОВИЦЫ И ПОГОВОРКИ НА ТЕМУ «ЗДОРОВЬЕ» В АНГЛИЙСКОМ, НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация: Статья посвящена сравнительному анализу русских, английских, немецких пословиц и поговорок на тему «Здоровье». В работе исследуется сходство и различие паремий по теме «Здоровье» в таких тематических группах, как «Ценность здоровья», «Болезни, недуги и лечение», «Здоровый образ жизни».

Ключевые слова: здоровье, пословицы и поговорки, болезнь, здоровый образ жизни, русский язык, английский язык, немецкий язык.

Пословицы и поговорки являются неотъемлемой частью народного фольклора и отражением жизни конкретной нации. Правильное использование этих выражений придает высказываниям особую выразительность и уникальность, отражая образ мышления и характер народа.

Использование пословиц и поговорок не только придает речи колорит и выразительность, но и помогает передать сложные и глубокие мысли в доступной форме. Они являются короткими, но содержательными высказываниями, которые легко запоминаются и передают глубокий смысл.

Пословицы и поговорки представляют собой бесценный лингвистический ресурс, способный служить источником информации в процессе изучения иностранного языка. Поэтому использование иностранных пословиц и поговорок в учебном процессе является умным и эффективным подходом, который помогает обучающимся не только пополнить словарный запас, но и узнать особенности менталитета страны изучаемого языка.

Цель данной статьи заключается в проведении сравнительного анализа пословиц и поговорок о «Здоровье» в английском, немецком и русском языках. Для достижения этой цели необходимо выполнить ряд задач: изучить пословицы и поговорки по теме «Здоровье» на разные тематические группы, разделить их по различным тематическим группам, проанализировать содержание пословиц и поговорок о здоровье, а также выявить общие черты и различия в пословицах и поговорках этих трех языков для каждой тематической группы.

Материалом исследования являются пословицы и поговорки на тему «Здоровье» в русском языке в количестве 350 единиц, в английском 200 единиц и в немецком языке в количестве 180 единиц. Подбор материала осуществлялся методом сплошной выборки из паремиологических словарей («Медицинский паремиологический словарь на 5 языках» Бекишева Е. В.,

«Англо-русский фразеологический словарь» Кунин. А. В., «400 немецких рифмованных пословиц и поговорок» Петлеванный Г. П., Малик О. С.), а также Интернет-ресурсы, затрагивающие тему исследования.

Изучение пословиц и поговорок на тему «Здоровье» позволило выделить пословицы и поговорки в зависимости от их смыслового содержания по следующим тематическим группам: «Ценность здоровья», «Болезни, недуги и лечение», «Здоровый образ жизни».

«Ценность здоровья»

“Здоровье за деньги не купишь” [2, с. 100].

“Здоровье дороже богатства” [2, с. 100].

“Береги платье снову, а здоровье смолоду” [2, с. 96].

“Дал бы Бог здоровья, а счастье найдём” [2, с. 98].

“Было бы здоровье, а остальное приложится” [2, с. 97].

“Здоровьем дорожи — терять его не спеши” [2, с. 100].

“Здоровье сбережешь, от беды уйдёшь” [2, с. 100].

Исходя из анализа пословиц можно с уверенностью сказать, что «Здоровье» является одной из ключевых ценностей в русском народном восприятии, которое нужно беречь, начиная с раннего возраста. Оно считается основой благополучия, счастья и продуктивной жизни. В народной мудрости здоровье часто сравнивается с богатством и сокровищем, так как без него все остальные блага теряют свою ценность. В русском фольклоре здоровье является Божьим даром, который непременно стоит беречь.

Английская культура очень удивительна и своеобразна, представители этой нации отличают такие черты характера как честность, стремление следовать правилам, патриотизм, надменность и пунктуальность. Как правило, английский этикет не включает понятие здоровья как отдельную тему для обсуждения. В традиционных английских формальных разговорах акцент делается на вежливых вопросах о погоде, профессиональных интересах, хобби и увлечениях [4]. Однако здоровье – это важнейшее составляющая жизни человека, это ценность, которая стоит на равне с личным благополучием, и этот принцип не мог не отразиться в английских пословицах и поговорках:

“Health is better than wealth” [2, с. 57]

“Wealth is nothing without health” [1].

“Health is not valued till sickness comes” [2, с. 57].

“Good health brings good wealth” [2]

“Health and cheerfulness mutually beget each other” [2, с. 57].

“The first wealth is health” [2, с. 58].

“Good health is above wealth” [2, с. 55].

“A good wife and health are man’s best wealth” [1].

Так, в английской культуре здоровье так же ставится превыше материальных ценностей. По их мнению, здоровье – это залог счастливой жизни, ведь если человек здоров и если его окружают здоровые люди, то он по-

настоящему богат.

В немецких пословицах «Здоровье» так же часто рассматривается важность здоровья:

“Gesundheit ist das beste Gut”. (Здоровье – самое большое богатство.)

“Gesunde Leute haben keine Not”. (Здоровые люди не имеют нужды.)

“Gesunder Mann – reicher Mann”. (Здоровый человек – богатый человек.) [2, с. 68]

“Gesundheit ist der größte Reichtum”. (Здоровье – наше главное богатство.) [2, с. 68]

“Eine gute Gesundheit geht vor großes Vermögen”. – (Хорошее здоровье важнее большого состояния.)

“Gesundheit kann man nicht kaufen”. (Здоровье нельзя купить.) [2]

Немецкие пословицы и поговорки учат ценить свое здоровье. Немцы предполагают, что люди и так обладают большим богатством, если они здоровы. Считается, что важнее духовное богатство, нежели материальное.

Рассмотрев данные пословицы и поговорки, можно прийти к следующему выводу: для трех культур общими являются абстрактная идея здоровья часто сравнивается с ценностями, подчеркивается превосходство здоровья над материальным богатством. Такое сравнение здоровья с богатством и признание приоритета здоровья над ним приводит к одному важному выводу: здоровье является бесценным. Однако, можно выделить различие, которое заключается в том, что если в английских и немецких паремиях ценность здоровья рассматривается как абстрактное явление, то в русских пословицах и поговорках данная мысль выражается, как нечто материальное, принимая форму денег.

Следующая группа пословиц и поговорок сосредоточена на проблемах болезней и способах их преодоления.

«Болезни, недуги и лечение»

“Болезни остерегайся, а заболеешь, болезни не поддавайся.”

“Болезнь минула – и печаль сгинула.”

“Боль надежде не помеха.”

“Весёлое настроение – лучшее лекарство.”

“Есть болезнь – есть и лекарство.” [2, с. 99]

“Кто здоровьем похвалится, скоро с ним расстанется.”

“Смех – лекарство от всех болезней.”

“Аптекаам предаться – деньгами не жаться”

“Время лечит раны.” [2]

Как было упомянуто ранее, русская народная мудрость убеждает нас в том, что здоровье – это самое ценное богатство, поэтому не стоит им пренебрегать, и если болезнь настигла не стоит сдаваться, ведь важно помнить, что каждая болезнь имеет свое лечение, а каждый недуг – свое преодоление. Стремление к выздоровлению и вера в себя помогают пройти через любые испытания и вернуться к полноценной жизни.

В английском фольклоре пословицы и поговорки выражают идею, исходя из которой следует, что не стоит пренебрегать здоровьем, нужно заботиться о своём здоровье заранее, чтобы избежать проблем в будущем. Следует отметить, что в английских пословицах рассматривается широкий спектр методов борьбы с болезнями, среди которых: лекарственные средства, время, чувство юмора, здоровый сон, тогда как беспокойство и тревога не приносят пользы и не помогают в решении проблем и лишь усугубят ситуацию:

“Health is not valued till sickness comes.” [6]

“Prevention is better than cure.” [6]

“A merry heart is a good medicine.”

“Time is a great healer.”

“Study sickness while you are well.” [6]

“The remedy can be worse than the disease.” [2, с. 58]

“Laughter is the best medicine.”

“Sleep is a healing balm for every ill.” [1]

“Worrying never did anyone any good.” [3]

Во многих немецких пословицах тема болезни рассматривается в ключе заботы о здоровье, порядке и бережливости. Немцы ценят трудолюбие и считают, что необходимо здесь и сейчас задуматься о своем здоровье, а не ждать пока болезнь настигнет врасплох. В противовес трудолюбию немцы ставят лень, так как считают, что отсутствие активности и заботы о своём здоровье могут привести к различным заболеваниям и ухудшению самочувствия. На ряду с трудолюбием, в качестве элементов, способствующих исцелению, в немецких паремиях рассматривается смех и время:

“Mäßigkeit ist die beste Arznei.” (Умеренность – лучшее лекарство.) [2, с. 68]

“Man schätzt die Gesundheit erst wenn man krank ist.” (Человек ценит здоровье только тогда, когда он болен.)

“Vorbeugen ist besser als heilen.” (Предупредить легче, чем лечить.) [2]

“Die Zeit ist der beste Arzt.” (Время – лучший лекарь.) [2, с. 67]

“Lachen ist dir beste Medizin.” (Смех – это лучшее лекарство.) [2, с. 68]

“Besser gesund hier und jetzt, als krank und später.” (Лучше здоровым здесь и сейчас, чем больным потом.)

“Nach Faulheit folgt Krankheit.” (За ленью следует болезнь.) [2, с. 69]

“Beharrlichkeit überwindet alles.” (Упорство всё преодолет.)

“Der Kranke muss gesund werden, bevor er nach der Apotheke geht.” (Больной должен выздороветь, прежде чем идти в аптеку.) [2; 5]

Исследование пословиц и поговорок на русском, английском и немецком языках показало интересную тенденцию: во всех рассмотренных трех языках выражается идея, что ценность здоровья осознается только в случае болезни. Считается, что проще предотвратить заболевание, чем искать спо-

собы его лечения. Также отмечается важная роль смеха и времени в процессе выздоровления. Все, рассматриваемые культуры придерживаются мнения, что смех и веселое настроение способствует выздоровлению и улучшению общего самочувствия, а время – это лекарство от многих недугов.

Тем не менее, можно выделить и отличия среди рассматриваемого материала. Так, среди русских пословиц есть поговорки, выражающие идею полезности лекарства при лечении заболевания, в то время как в английских и немецких пословицах выражается мысль пагубного влияния лечебного средства. Так же, каждый народ по-своему представляют причины возникновения болезни: немцы считают главной причиной недостаток трудолюбия, у англичан тревожное состояние, а у русских причиной может стать излишнее восхваление собственных достоинств.

Здоровый образ жизни оказывает существенное влияние на иммунитет человека, поэтому достижение физической гармонии играет важную роль в понимании здоровья. В данную тематическую группу выходят изречения, касающиеся тематики гигиены, правильного питания, режима дня и здорового сна.

«Здоровый образ жизни»

Здоровый образ жизни в русском фольклоре играет важную роль, поскольку оно помогает формировать культуру здоровья и укреплять физическое и психическое состояние человека. В русских пословицах и поговорках можно найти множество факторов, способствующих здоровому образу жизни: соблюдение режима дня: здоровый сон, ежедневные прогулки на свежем воздухе, правильное питание и соблюдение гигиены. Следует отметить среди русских поговорок ценность русской бани, которая считается необходимым компонентом для укрепления иммунитета.

“Кто рано встаёт, тому Бог даёт.” [2, с. 101]

“Хороший отдых половина дела.”

“После обеда посиди, после ужина милю пройди.”

“В здоровом теле здоровый дух.”

“Если хочешь быть здоров – закаляйся.” [2, с. 107]

“Движение – жизнь!”

“Чистота – залог здоровья.”

“Баня здоровит, разговор веселит.” [2]

Концепт здорового образа жизни в английских пословицах является важным аспектом. Почти во всех пословицах прослеживается наставления, касающиеся правильного питания, сна, гигиены и физической активности для поддержания здоровья:

“Early to bed and early to rise, makes a man healthy, wealthy and wise.”

[1]

“Without sleep, no health.” [2, с. 58]

“A good rest is half the work.”

“After dinner sit a while, after supper walk a mile.” [2, с. 59]

“A sound mind in a sound body.” [2, с. 55]

“Diet cures more than lancet.” [2, с. 56]

“Hygiene is two thirds of health.” [2, с. 57]

Анализируя немецкие пословицы, можно предположить, что здоровый образ жизни является значимым компонентом, помогающий сохранить здоровье. Следует отметить, что немцы считают, что состояние здоровья является результатом упорного труда, физической активности и правильного распорядка дня [8]:

“Im gesunden Körper – gesunder Geist.” (В здоровом теле – здоровый дух.) [7]

“Viel Essen, viel Krankheit.” (Много еды, много болезней.) [2, с. 69]

“Der Schlaf ist die köstlichste Erfindung.” (Сон самое замечательное изобретение.) [2, с. 70]

“Lachen ist eine körperliche Übung von großem Wert für die Gesundheit.” (Смех – это физическое упражнение, благотворно влияющее на здоровье.)

“Der frühe Vogel fängt den Wurm.” (Ранняя пташка ловит червя.) [2]

“Sich regen bringt Segen.” (Физическая активность – благо.) [2, с. 12]

“Sport treiben – gesund bleiben.” (Спортом заниматься – здоровым оставаться.) [2]

“Gesundheit ist die Tochter der Arbeit.” (Здоровье – это дочь труда). [2]

Исходя из анализа данной тематической группы следует, что во всех трех языках забота о здоровье – является ценным аспектом жизни, который требует постоянного внимания и заботы. Поддерживать свое здоровье в хорошем состоянии необходимо ежедневно, следуя простым правилам здорового образа жизни. Предупреждение болезней через правильное питание, физические упражнения, регулярные медицинские осмотры и отказ от вредных привычек – вот основные шаги к сохранению здоровья. Важно помнить, что забота о здоровье должна стать привычкой, а не реакцией на возникшие проблемы. Говоря о различиях, в английских и немецких пословицах и поговорок прослеживается более нейтральная лексика, что не скажешь про русский язык, где здоровье ассоциируется с простыми, народными методами. Так, отдельная группа русских пословиц о здоровье связана с баней, так как она традиционно считается эффективным средством, преодолевающее хворь. Так же, можно отметить, что хотя все три культуры признают важность раннего подъема, но в русской традиции это связано с практическими соображениями, в то время как в английской и немецкой культурах акцент делается на благополучии здоровья.

Таким образом, изучив русские, английские и немецкие пословицы и поговорки на тему «Здоровье», можно прийти к следующему выводу: сравнительный анализ паремий показал, с одной стороны специфические особенности каждого народа, а с другой схожесть идей и течения мысли народов. Так во всех трех языках одинаково цениться концепция здоровья, оно

по праву считается высшей ценностью, вот только в английских и немецких поговорках ценность здоровья рассматривается как абстрактное понятие, в то время как в русских данная идея выражается как нечто материальное. Так же прослеживается мысль, из которой следует, что забота о своем здоровье и благополучие должно быть приоритетом в жизни каждого человека. Поэтому следует стремиться к здоровому образу жизни, уделять внимание как физическому, так и психическому здоровью, чтобы по-настоящему ощутить радость жизни и достичь душевной гармонии. У каждого народа есть свои уникальные подходы к сохранению здоровья: у русских высоко цениться русская баня, у англичан активный образ жизни, а немцы известны своим трудолюбием.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Английские пословицы и поговорки о здоровье* [Электронный ресурс]. – URL : <https://ecoteco.ru/library/magazine/zhurnal-11/ekologiya/151101-aforizmy/angliyskie-poslovicy-i-pogovorki-o-zdorove/> (дата обращения: 28.03.2024)
2. *Бекишева Е. В., Соколова Ю. А., Александрова Е. В.* Медицинский паремиологический словарь на 5 языках. – Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. – 140 с.
3. *Кунин А. В.* Англо-русский фразеологический словарь = English-Russian phraseological dictionary : ок. 20000 фразеол. единиц. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Рус. яз., 1984. – 944 с.
4. *Нурхамитов М. Р.* Отражение национального характера англичан в пословицах // NovaInfo. – 2016. – № 43. – С. 254–259.
5. *Петлеванный Г. П., Малик О. С.* 400 немецких рифмованных пословиц и поговорок: учеб. пособие. 4-е изд., испр. и доп. – М. : Высш. школа, 1980. – 48 с.
6. *Пословицы про здоровье на английском* [Электронный ресурс]. – URL : <https://lingvister.ru/blog/angliyskie-poslovitsy-o-zdorovye-without-health-no-one-is-rich> (дата обращения: 28.03.2024)
7. *Презентация на немецком языке «Пословицы о здоровье» (7 класс)* [Электронный ресурс]. – URL : <https://infourok.ru/prezentaciya-na-nemeckom-yazike-poslovici-o-zdorove-klass-2746292.html> (дата обращения: 30.03.2024)
8. *Хлопова А. И.* Динамика содержания базовой ценности «gesundheit» / «здоровье» в немецкой лингвокультуре // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2021. – № 2(844). – С. 118–129.

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ РЕАЛИИ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ИХ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Самарский государственный социально-педагогический университет,
г. Самара, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассматривается понятие «реалия», ее отличия от понятия «термин» и обосновывается важность разграничения реалий двух систем образования: Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии и Соединенных Штатов Америки. В статье мы также описываем лингвокультурные особенности реалий. В работе представлено разделение языковых единиц Великобритании и США на тематические группы, статистика анализируемых реалий в выделенных группах, а также сравнение реалий представленных двух стран: общие реалии образовательных систем, а также одинаковые реалии с различным значением в двух лингвокультурах.

Ключевые слова: реалия, термин, сфера образования, лингвокультурные особенности, английский язык.

Понятие «реалия» употребляется во многих сферах науки, в том числе и в лингвистике. Характеристики, свойства и функции реалий исследовались многими учеными. Фундаментальные работы в данной области принадлежат таким лингвистам, как С. И. Влахов, С. П. Флорин [2], Г. Д. Томахин [11] и другие. Данная тема до сих пор не утратила своей *актуальности* и представляет интерес для современных исследователей. Так, П. И. Нарожная рассмотрела различительные особенности языковых реалий в системе образования языковых стран [8], а М. Ю. Копыловская изучила несовпадение культурных реалий в английском и русском языках в области лингводидактической терминологии [5]. Также исследовались реалии как лингвистическое явление [3] и реалии в языке и культуре [1]. Реалии рассматривались и как объект изучения в переводе. Так, М. Ю. Евпак, Е. В. Иванова, Е. В. Оботнина описали способы перевода реалий английской и русской систем образования [4]. А. Н. Мухина изучала современные реалии сферы образования Великобритании в публицистических изданиях и СМИ как объект перевода на русский язык [7]. *Актуальность* настоящей статьи состоит в том, что несмотря на проведенные исследования реалий, в том числе интересующей нас сферы, англоязычные образовательные реалии остаются недостаточно изученными. В связи с этим, анализ английских языковых единиц с учетом национальных особенностей, в нашем случае британских и американских, приобретает важное значение.

Цель работы заключается в выявлении и описании особенностей англоязычных реалий в сфере образования.

До сих пор не существует общепринятого определения «реалии». На основе изученного нами материала, мы сформулировали свое определение понятия «реалия». Итак, реалии – это языковые единицы, обозначающие явления или предметы, характерные для определенной культуры и относящиеся к различным сферам жизни носителей языка, и не имеющие конкретного перевода на другие языки.

Понятие «реалия» нередко путают с понятием «термин». По определению В. М. Лейчик, «термин – это лексическая единица определенного языка для специальных целей, обозначающая общее – конкретное или абстрактное – понятие теории определенной специальной области знаний или деятельности» [6]. Различать термин и реалию можно при помощи следующих признаков: область применения, происхождение, распространение, перевод, эмоциональность.

Рассмотрим различия понятий «реалия» и «термин» на примере термина “*university*” и реалии “*Oxbridge*” (Оксфордский и Кембриджский университеты как символ первоклассного образования, доступного лишь привилегированным слоям общества). Начнем с того, что термин “*university*” происходит от латинского слова “*universus*”, в то время как реалия “*Oxbridge*” является продуктом народного словотворчества. Термины легко перевести на другой язык, что мы и видим на примере термина “*university*”, который на других языках созвучен оригиналу (русский – *университет*, немецкий – *Universität*). Реалию “*Oxbridge*” невозможно перевести и понять, не зная ее точного значения и не имея фоновых знаний. Термину “*university*” не свойственна эмоциональность и национальная окрашенность в отличие от реалии “*Oxbridge*”, значение которой связано с лингвокультурной спецификой Великобритании. Также необходимо отметить, что реалия “*Oxbridge*” не содержится как явление ни в какой другой культуре, кроме как британской, в то время как термин “*university*” используется во всем мире.

Под лингвокультурными особенностями мы понимаем *особенности, которые связаны с взаимодействием языка и культуры, определяющие специфику языка в конкретном культурном контексте, находящие свое отражение в языке и понятные представителям одной конкретной культуры.*

В сфере образования лингвокультурный аспект играет немаловажную роль. Он позволяет исследовать, как язык влияет на образовательные процессы, как культурные нормы и ценности отражаются в образовательном контексте. Так как английский язык имеет множество вариаций, сильное влияние культуры заметно отражается на языковых реалиях сферы образования конкретного национального сообщества. Каждый язык, а также его вариант, имеет свои уникальные лингвокультурные особенности, которые помогают понять носителей этого языка лучше, что, в свою очередь, важно для правильного использования языковых единиц в контексте конкретной

культурной среды. Например, британский экзамен “A-levels” (*a British exam taken in a particular subject, usually in the final year of school at the age of 18*) не имеет значения для представителей американской лингвокультуры, точно также как американский экзамен “SAT – Scholastic Assessment Test” (*a test taken by high school students who want to go to a college or university*) не является частью британской системы образования.

В нашем исследовании мы будем рассматривать реалии систем образования Великобритании и Соединенных Штатов Америки. Источниками поиска, отбора и анализа реалий системы образования Великобритании послужили «Лингвострановедческий словарь: Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии» Г. Д. Томахина [10] и онлайн-словарь “Oxford Advanced Learner’s Dictionary”, раздел *Education* [12]. Из них мы отобрали 597 реалий образовательной сферы Великобритании, т.е. те единицы, рядом с которыми стоит помета, свидетельствующая об их принадлежности к британской системе образования (“*British English*”, “*in the UK*”, “*in Northern Ireland*”, “*in Wales*”). Материалом для изучения реалий сферы образования США стали раздел *Education* в онлайн-словаре *Oxford Advanced Learner’s Dictionary* [12], пособия Г. Д. Томахина «Америка через американизмы» [9] и «Реалии-американизмы. Пособие по страноведению» [11]. Из них мы отобрали 167 реалий образовательной сферы США, т.е. те единицы, рядом с которыми стоит помета, указывающая на то, что реалия используется именно в образовательной системе США (“*American English*”, “*in the US*”).

В ходе анализа отобранных нами языковых единиц мы выяснили, что существует ряд реалий, характерных для обеих систем, причем из всего числа англоязычных образовательных реалий, их – подавляющее большинство. Приведем примеры некоторых из них:

1. Наименования учебных заведений, имеющих одно и то же значение в обеих системах образования: *boarding school* – *a school where children can live during the school year*; *independent school* – *a school that receives no money from the government and where the education of the students is paid for by their parents* (здесь и далее дефиниции взяты из [12]).

2. Основные названия профессий людей и учащихся в школах и университетах: *coach* – *a person who trains a person or team in sport*; *inspector* – *a person whose job is to visit schools, etc. to check that rules are being obeyed and that standards are acceptable*; *teacher* – *a person whose job is teaching, especially in a school*.

3. Экзамены, проводимые как в Великобритании, так и в США, оценки знаний учеников, а также их аспекты: *rubric* – *a title or set of instructions written in a book, an exam paper, etc.*; *examination* – *a formal written, spoken or practical test, especially at school or college, to see how much you know about a subject, or what you can do*; наименование оценок: *A* – *a grade that a student can get for a piece of work or course of study that shows that it is excellent*; *B* – *a*

grade that a student can get for a piece of work or course of study that shows that it is good but not excellent; C – a grade that a student can get for a piece of work or course of study that shows that it is acceptable but not good or excellent; D – a grade that a student can get for a piece of work or course of study, showing that it is not very good; E – a grade that a student can get for a piece of work or course of study, showing that it is very bad and the student has failed.

Далее отобранные нами англоязычные реалии сфер образования Великобритании и США мы разделили на тематические группы. Необходимость деления языковых единиц на подгруппы заключается в упрощении их систематизации для наиболее организованного и облегченного изучения. Все отобранные нами реалии мы разделили на 9 основных тематических групп, представленных ниже с примерами: реалии системы образования Великобритании выделены курсивом (*housemaster*), а реалии США – жирным шрифтом (**guidance counselor**):

1. Лица в системе образования:

– преподавательский состав школы (*headmistress, housemaster, principal* (a teacher who is in charge of a school), **guidance counselor**);

– преподавательский состав университета и колледжа (*don, lecturer* (a person who teaches at a university or college), **teaching assistant** (a graduate student who teaches undergraduate classes at a university or college, takes discussion or practical classes, marks written work, etc.), **full professor**);

– административно-управленческий аппарат, работники учебных заведений (*marker, lollipop lady, custodian, school council*);

– учащиеся:

1) школы (*Pauline* (воспитанник), **student council**);

2) университета и колледжа (*mature student, postgraduate, Sorority, Phi Beta Кappa*);

2. Процесс обучения:

– основные ступени обучения (*reception class, sixth form, kindergarten*);

– учебные предметы (*Modern Greats, civics*);

– учебный план и его составляющие, работа с учащимися (*foundation course, Lent term, Readership, grade, K-12*);

– учебные материалы (*Kennedy* (учебник), **notebook** (a small book for students to write their work in));

– системы и программы обучения (*Makaton™, monitorial system, Head Start*);

3. **Организации и объединения, занимающиеся процессами образования и воспитания** (*Incorporated Association of Preparatory Schools, Hebdomadal Council, Camp fire Girls, The National Interfraternity Council*);

4. **Регламентирующие акты, доклады и законы в сфере образования** (*Fisher Act, Fleming Report, Forster Act, the Brown decision*);

5. Учебные заведения:

– виды и примеры школ (*upper school, CTC, Giggleswick School, grade school, junior high school, The Winchendon School*);

– колледжи и школы дополнительного образования (*tertiary college, community college, trade school, vocational school*);

– виды и примеры высших учебных заведений, в т.ч. колледжей (=университетов) (*college collegiate, polytechnic, red-brick, Girton college, Oxbridge, University of York, state university, the Seven Sisters, the Ivy League, Cornell University, Columbia University, Dartmouth College*);

6. Оценка знаний и квалификации:

– экзамены:

1) в школе (*NCT – National Curriculum Test, GCSE – General Certificate of Secondary Education, Boards, standardized test*);

2) в высшем учебном заведении (*moderations, Mays, GMAT, ACT – American College Test*);

– подготовка к экзаменам и процесс их проведения (*mock, resit, ace, flunk*);

– оценки, отзывы (*report, grade point average*);

– степени (*DLit, J.D. – Juris Doctor*);

– дипломы и квалификации (*CPE – Certificate of Proficiency in English, GED – General Equivalency Diploma*);

7. Помещения и зоны (*lodge* (дом директора колледжа), *HORSA hut* (классная комната), *schoolyard, lecture hall*);

8. Внеучебная деятельность

– Церемонии и награждения (*Duke of Edinburgh's Award, convocation*);

– События и отдых (*eights Week, Meal Monday, recess, field day*);

9. Денежные выплаты, финансы (*grant-maintained, bursary, National Defense Education Act (NDEA) loans, school tax*).

На рис. 1 представлена диаграмма, отражающая процентное соотношение отобранных на нашем материале реалий сферы образования Великобритании по тематическим группам. Судя по диаграмме, можно сделать вывод о том, что самыми многочисленными группами являются «Виды учебных заведений» и «Оценка знаний и квалификации», а самыми малочисленными «Денежные выплаты» и «Внеучебная деятельность».

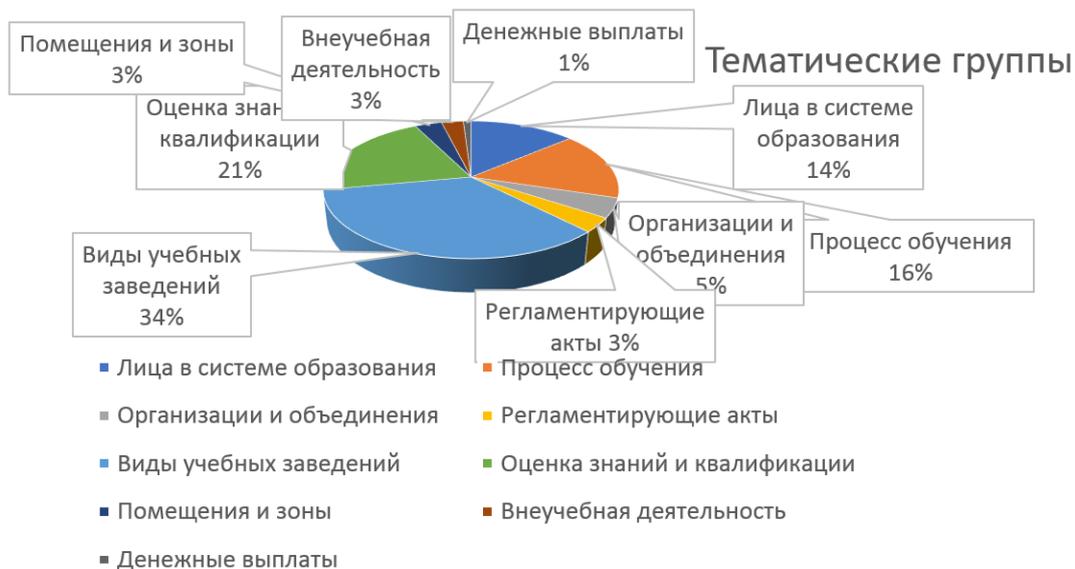


Рис. 1 Статистика количества реалий Великобритании по тематическим группам

На рис. 2 представлена диаграмма, отражающая процентное соотношение отобранных на нашем материале реалий сферы образования США по тематическим группам. Судя по диаграмме, можно сделать вывод о том, что самыми многочисленными являются «Виды учебных заведений» и «Лица в системе образования», а самыми малочисленными «Регламентирующие акты» и «Денежные выплаты».

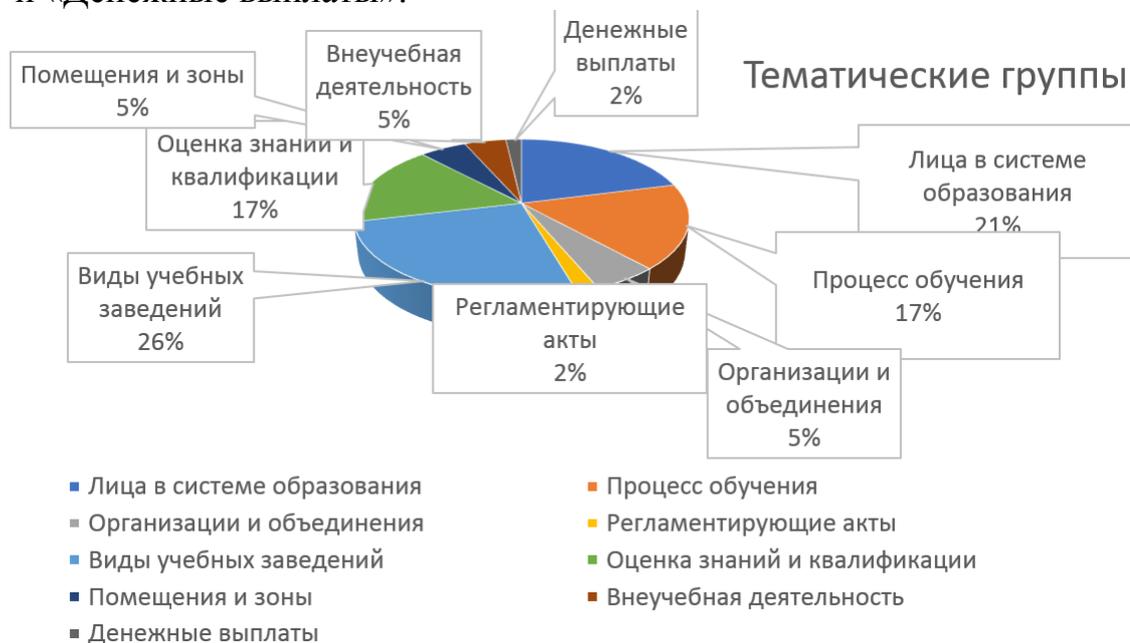


Рис. 2 Статистика количества реалий США по тематическим группам

Также в системах образования Великобритании и США есть ряд реалей, которые имеют одинаковые значения. Примеры приведены в таблице 1.

Таблица 1. Примеры реалий, имеющих одинаковое значение в системах образования Великобритании и США

Определение реалии	Британский вариант реалии	Американский вариант реалии
a large board with a smooth black or dark green surface that teachers write on with a piece of chalk.	<u>Blackboard (BrE)</u> <i>Please copy the homework from the blackboard.</i>	<u>Chalkboard (AmE)</u> <i>Whiteboards are analogous to chalkboards, allowing rapid marking and erasing of markings on their surface.</i>
a male teacher who is in charge of a school, especially a private school.	<u>Headmaster / Head teacher (BrE)</u> <i>He went on to become headmaster of a school in Bath.</i>	<u>Principal (AmE)</u> <i>The regulations have been opposed by local high school principals.</i>
a person who marks students' work or exam papers.	<u>Marker (BrE)</u> <i>My sister says her maker complimented her test.</i>	<u>Grader (AmE)</u> <i>I've recently had a job where I've read exams and graded them, so I put in my CV that I was a grader.</i>
a special day at school when there are no classes and children compete in sports events.	<u>Sports day (BrE)</u> <i>School sports days often have a parents' race, too.</i>	<u>Field day (AmE)</u> <i>A school has banned the sack race and the three-legged run from field days - in case the pupils are hurt.</i>
one of the three periods in the year during which classes are held in schools, universities, etc.	<u>Term (BrE)</u> <i>It's nearly the end of term.</i>	<u>Trimester (AmE)</u> <i>The school year is divided into three trimesters.</i>
a school that is paid for by the government and provides free education.	<u>State school (BrE)</u> <i>Do you go to a state school or a private school?</i>	<u>Public school (AmE)</u> <i>He was educated at (a) public school.</i>

Необходимо также отметить, что наряду с принадлежащими отдельно к системе Великобритании или США реалиями, существуют языковые единицы, имеющие разное значение в разных системах. Приведем примеры таких реалий в таблице 2.

Таблица 2. Примеры реалий, имеющих разное значение в системах образования Великобритании и США

Реалия	Определение, соответствующее системе образования Великобритании	Определение, соответствующее системе образования США
<u>Grammar school</u>	a school for young people between the ages of 11 and 18 who are good at academic subjects	a school for children between the ages of about 6 and 12
<u>High school</u>	A school for young people	a school for young people

	between the ages of 11 and 18	between the ages of 14 and 18
<u>Public school</u>	a private school for young people between the ages of 13 and 18, whose parents pay for their education. The students often live at the school while they are studying	a free local school paid for by the government
<u>Community college</u>	a secondary school where adults from the local community can attend classes, use the sports facilities, etc. in the evening	a college that is mainly for students from the local community and that offers programmes that are two years long, including programmes in practical skills
<u>Principal</u>	a person who is in charge of a college or (in Scotland and Canada) a university	a teacher who is in charge of a school
<u>Middle school</u>	a school for children between the ages of about 9 and 13	a school for children between the ages of about 11 and 14

Стоит упомянуть, что также есть различные по написанию реалии: такие реалии как: *MSc* (британский вариант) и *M.S./MS* (американский вариант), имеют одно значение: “*a second university degree in science (the abbreviation for ‘Master of Science’)*”, но их письменная форма практически идентична. Реалии *report* (британский вариант) и *report card* (американский вариант) означают: “*a written statement about a student’s work at school, college, etc.*” В случае этих пар реалий различие в написании заключается в добавлении второго дополнительного слова в американском варианте.

Таким образом, в процессе освоения английского языка, изучение англоязычной сферы образования и сопутствующих ей реалий представляет собой большую значимость, так как через изучение лингвокультурных особенностей языковых единиц именно данной сферы, одной из ключевых областей жизни носителей языка, мы получаем знания о ценностях и характеристиках изучаемой страны. Неверное употребление реалий, принадлежащих к системам образования разных стран, в определенном контексте может привести к ошибке и ввести в заблуждение собеседника. Поэтому особенно важно понимать, к системе образования какой страны принадлежит та или иная реалья, чтобы знать, когда ее можно употреблять в речи. В данной статье мы рассмотрели отдельно реалии системы образования Великобритании и США, с целью их систематизации, разделили их на тематические группы, сравнили значения языковых единиц, встречающихся в обеих системах, а также рассмотрели реалии, имеющие одинаковые значения, но разную письменную форму.

Мы видим дальнейшую перспективу исследования в углубленном изучении реалий системы образования Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии и Соединенных Штатов Америки в переводческом аспекте, а также в рассмотрении реалий систем образованию других англоязычных стран.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Асеева К. В., Пупина Ю. Г.* Реалии в языке и культуре // Вестник. – 2022. – № 1. – С. 94–99.
2. *Влахов С. И., Флорин С. П.* Непереводимое в переводе // Международные отношения. – 1980. – С. 194–210.
3. *Демонова Ю. М., Лавриенко В. А., Кемечеджиева В. П.* Реалии как лингвистическое явление // Вестник Таганрогского института имени А.П. Чехова. – 2021. – № 1. – С. 144–153.
4. *Евпак М. Ю., Иванова Е. В., Оботнина Е. В.* К вопросу о переводе реалий системы образования в языковой паре английский-русский // Педагогический журнал Башкортостана. – 2017. – № 5(72). – С. 67–72.
5. *Копыловская М. Ю.* Лингводидактическая терминология: проблемы и вызовы современности // Универсальное и национальное в языковой картине мира: материалы V международной научной конференции. – Минск : Минский государственный лингвистический университет, 2022. – С. 179–181.
6. *Лейчик В. М.* Терминоведение: предмет, методы, структура. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 256 с.
7. *Мухина А. Н.* Современные реалии сферы образования Великобритании в публицистических изданиях и СМИ как объект перевода на русский язык // Terra Linguae: сборник научных статей. – Казань : Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2021. – № 9. – С. 187–192.
8. *Нарожняя П. И.* Различительные особенности языковых реалий в системе образования англоязычных стран // Актуальные исследования языка и культуры: теоретические и прикладные аспекты: мат-лы III Всеросс. науч.-практ. конф. – СПб. : ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2020. – С. 30–32.
9. *Томахин Г. Д.* Америка через американизмы: учеб. пособие. – М. : Высшая школа, 1982. – 256 с.
10. *Томахин Г. Д.* Лингвострановедческий словарь Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии. – М. : Аст-Пресс Книга, 2003. – 720 с.
11. *Томахин Г. Д.* Реалии-американизмы. Пособие по страноведению: учеб. пособие. – М. : Высшая школа, 1988. – 239 с.
12. *Oxford Learner's Dictionary* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата обращения: 05.04.2024).

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ЭКСПРЕССИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯХ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И. Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. Данная статья посвящена эмоциональной экспрессии в англоязычных интернет-коммуникациях. Для анализа были взяты публикации популярной блог-платформы «Tumblr». Пользователи данной блог-платформы применяют различные средства визуально-графического оформления и эмодзи (смайлы). Были рассмотрены различные виды визуально-графического оформления и эмодзи. Данные способы выражения эмоций в англоязычных Интернет-коммуникациях помогают эффективно и наглядно передать точные чувства и настроение пользователей.

Ключевые слова: эмоция, эмоциональная экспрессия, интернет-коммуникация, паралингвистические средства, средство визуально-графического оформления, шрифт, эмодзи.

С развитием интернет-коммуникаций эмоциональная экспрессия стала одним из ключевых аспектов онлайн-общения. Эта форма общения стала неотъемлемой частью цифровой реальности, позволяющей людям более ярко выражать свои мысли и чувства в онлайн-пространстве. Виртуальные платформы позволяют пользователям выражать свои эмоции с помощью разнообразных средств. Актуальность темы состоит в том, что изучение эмоциональной экспрессии помогает лучше понимать чувства и настроения собеседника, что способствует более качественному и эффективному общению. Стоит отметить, что понимание, как правильно передавать свои эмоции в текстовой форме, помогает избежать конфликтов и негативных реакций со стороны собеседников. «Невозможность использования и считывания невербальной информации приводит к трудностям во взаимопонимании. Переписка, в таком случае, лишена эмоционального контекста, и характеристики отдельных фраз зависят исключительно от интерпретатора. Другими словами, одно и то же сообщение может быть понято по-разному, что зависит от многих внешних факторов» [2, с. 19].

Таким образом, целью данной статьи является определение характерных паралингвистических способов выражения эмоций в англоязычных интернет-коммуникациях на основе блог-платформы под названием «Tumblr». «Tumblr» – сервис микроблогов, включающий в себя множество картинок, статей, видео и gif-изображений по разным тематикам. Материалом исследования послужили 105 сообщений 80 пользователей данной платформы.

Согласно Л. А. Киселевой, «эмоции – это явления, которые выражаются в переживании человеком своего отношения к окружающей действительности и к себе самому» [1].

Факт многообразия эмоций, испытываемых человеком, неоспорим. С целью их систематизации предпринимались и предпринимаются попытки свести их к небольшому количеству универсальных или базовых. Выделяют от 5 до 10 базовых эмоций: интерес-волнение, радость, удивление, страдание, гнев, отвращение, презрение, страх, стыд, вина. П. Экман пишет о 7 базовых эмоциях, выявленных на основе мимического выражения: anger (гнев/злость/раздражение), disgust (отвращение/неприятие), fear (страх/ужас), happiness (счастье/радость), sadness (грусть/печаль), surprise (удивление) и contempt (презрение/высокомерие) [6]. В рамках более обобщенной классификации эмоций говорят о позитивных и негативных эмоциях, где эмоция определяется как «позитивная» или «негативная» в зависимости от «степени нежелательности вызываемых ее последствий».

В данной статье мы рассмотрим такие паралингвистические способы выражения эмоций в англоязычных Интернет-коммуникациях, как средства визуально-графического оформления и эмотиконы.

Начнем с того, что в англоязычных Интернет-коммуникациях используется широкий комплекс средств визуально-графического оформления, к которым относятся:

1. использование заглавных букв. Например:

1)



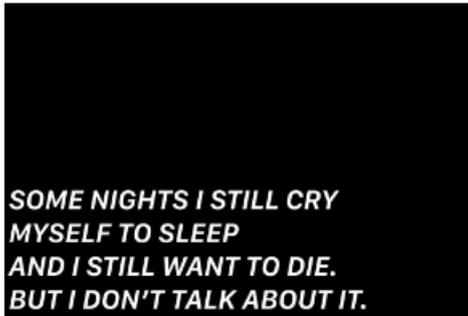
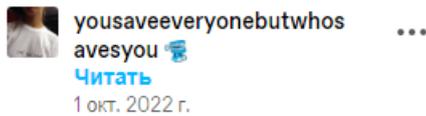
hobicorewhore   [Читать](#)
5 мар.

...

so...ive been crushing on this girl for so long (we met on hinge and been talking for ages) i asked her if she wanted to be my gf and she said YESSS!!!! i am so happy like omg i can't believe i actually have a gf now

В первом примере автор передает эмоцию радости с помощью заглавных букв в связи с положительным ответом на заданный вопрос. Стоит отметить, что заглавные буквы используются для выделения того или иного слова, которое автор хочет сделать особо значимым для понимания смысла предложения.

2)



Во втором примере, в отличие от первого, все слова написаны заглавными буквами. Автор передает эмоцию разочарования, помещая все слова на черный фон, а также выделяя все сообщение для того, чтобы максимально усилить эффект. Заглавные буквы должны в данном случае создать ощущение напряжения и вызвать негативные эмоции у собеседника.

2. смена шрифтов. Например:



*You are in my blood, like something elemental,
like ebb and flow, like the seasons-*

Rainer Maria Rilke, from a letter to Marina Tsvetaeva featured in *Selected Letters*

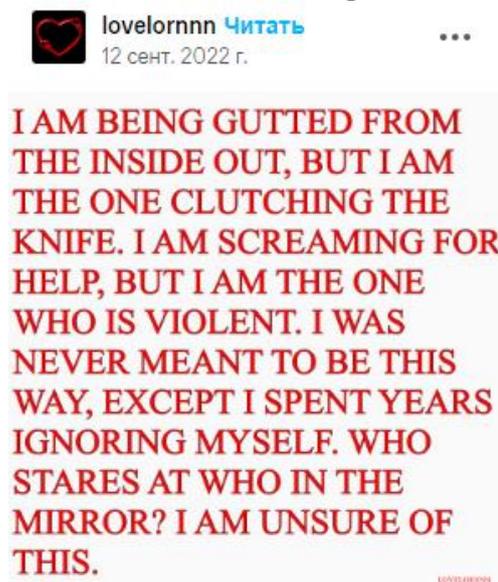
В первом примере наблюдается использование шрифта «курсив», необходимого для смыслового выделения важного текста и привлечения интереса к нему, а также создания иллюзии рукописного текста. Преобладающая эмоция в данном примере – это восхищение и уважение к человеку. Автор выражает свою глубокую привязанность и любовь через сравнения с элементами природы, что придает тексту особую глубину и интенсивность чувств. Стоит отметить, что курсивный шрифт передаёт ощущение лёгкости и непринуждённости. Он часто используется для выделения сносок и примечаний.



Born to receive handwritten letters,
forced to write me and who on social
media.

Можно заметить, что чаще всего на данной блог-платформе пользователи используют в своих публикациях шрифт «антиква». В этом примере шрифт «антиква» передает эмоцию официальности, элегантности и старинности. Данный пример показывает ностальгию, желание возврата к старым ценностям и протест против современных технологий и социальных сетей. Также следует отметить, что шрифт «антиква» часто ассоциируется с классическими текстами и книжным оформлением, что делает его подходящим для серьезных и формальных документов.

3. выделение слов определенным цветом. Например:



Цвета ассоциируются с различными эмоциями и чувствами, поэтому выделение слов определенным цветом может помочь подчеркнуть их эмоциональную окраску. В данном примере слова, выделенные красным цветом в сочетании с заглавными буквами, передают эмоцию гнева. Красный цвет ассоциируется с гневом и агрессией, поскольку он сопоставим с огнем, кровью и опасностью. Красный цвет активизирует нервную систему, увеличивает пульс и давление, что может вызывать чувство внутреннего накала и раздражения. Кроме того, красный цвет традиционно используется для обозначения опасности и предупреждения.



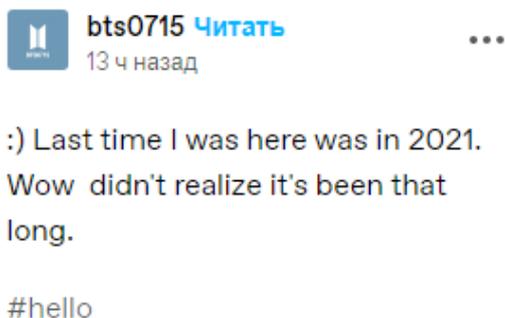
В этом примере используются слова белого цвета на синем фоне, которые в данном контексте передают эмоцию решимости и силы, подчеркивая важность выбора между тем, как выполнять задачу. Белый и синий цвета относятся к холодным цветам спектра, которые вызывают чувство спокойствия и стабильности.

Далее рассмотрим такое средство выражения эмоций в англоязычных Интернет-коммуникациях, как эмодиконы. Согласно Максимову А. А. и Голубевой Н. М., «под эмодиконом понимается символ, состоящий из последовательности знаков письма (букв, цифр, знаков пунктуации и т.д.), обозначающий какое-либо понятие или эмоциональное отношение в письменной речи. Одним из основных назначений эмодикона является выражение на письме невербальной информации (эмоций), передаваемой в устной речи мимикой и интонацией» [4].

Проанализировав встречающиеся эмодиконы на блог-платформе Tumblr, можно выделить признаки их классификации: частота использования эмодиконов, назначение эмодиконов, способ изображения эмодиконов. По частоте использования эмодиконов можно выделить освоенные (стабильно применяющиеся) и неосвоенные. По своему назначению можно выделить следующие группы эмодиконов: эмодиконы, отражающие чувства, физические действия, особенности человеческой внешности, разные категории людей, род занятий, животных, а также эмодиконы, отражающие разные предметы. Они активно используются разными пользователями.

По способу изображения эмодиконов можно выделить три группы:

1. эмодиконы, изображаемые с помощью знаков. Например:



Эмодикон в первом примере передаёт позитивную эмоцию радости. Пользователь указывает на то, что прошло уже довольно много времени с момента его последнего посещения данной платформы. Это оставляет впечатление некоторого удивления или удовольствия от встречи снова. Данный эмодикон добавляет оптимизма и хорошего настроения к тексту.



Во втором примере автор использует 2 эмодикона, которые передают эмоцию веселья. В приведённом контексте они используются для подчёркивания забавности ситуации. Данные эмодиконы обычно используются для выражения смеха или улыбки, особенно в ситуациях, когда происходит что-то неожиданное или смешное, а также подчеркивают легкость или игривость произошедшего.

2. эмодиконы, изображаемые с помощью символов. Например:



В данном примере эмодикон используется для выражения эмоции восхищения. Кроме того, эмоции, которые могут возникнуть при чтении этого текста, включают любопытство, радость и умиление. Любопытство возникает из-за интереса к жизни белки и её действиям. Радость связана с возможностью наблюдать за ростом и развитием животного. Умиление возникает из-за симпатии к белке и желания заботиться о ней.



Эмодиконы могут использоваться в сочетании, как например, в этом

примере несколько эмодзи позволяют выразить сильный и безудержный смех. Эмодзи изображают человека, смеющегося так сильно, что его слёзы текут по лицу. Они используются для передачи разной степени веселья и подчёркивания предполагаемого чувства ликования или восторга.

3. анимированные эмодзи. Например:

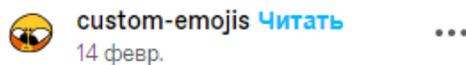
1)



happy neil banging out the tunes day!

В данном примере автор использует анимированный эмодзи, который передает читателям веселое настроение. Эмодзи ассоциируется с эмоцией радости и восторга от происходящего.

2)



Во втором примере пользователь использует эмодзи, который передает эмоции грусти и отчаяния. Слёзы символизируют потерю контроля над какой-либо ситуацией и негативные эмоции. Данный эмодзи использу-

ется, когда пользователи хотят выразить печаль, разочарование или огорчение.

Также возможно сочетание паралингвистических способов выражения эмоций. Например:

Follow, follow the Sun / And which way the wind blows / When this day is done 🌞

Today, April 8, 2024, the last total solar eclipse until 2045 crossed North America.

Make sure to follow us on Tumblr for your regular dose of space!

В данном примере автор использует сочетание эмодзи с курсивным шрифтом, передающие эмоцию заинтересованности и увлечения для того, чтобы читатель обратил особое внимание на выделенный текст.

Можно прийти к выводу, что эмоциональная экспрессия в англоязычных Интернет-коммуникациях проявляется такими паралингвистическими способами, как использование заглавных букв, смена шрифтов, выделение слов определенным цветом, а также использование разных видов эмодзи как отдельно, так и наряду с визуально-графическим оформлением. Авторы прибегают к использованию заглавных букв для того, чтобы усилить или подчеркнуть эмоциональное состояние. В то же время, использование заглавных букв для выделения ключевых слов или фраз также может увеличить их эмоциональную нагрузку. Стоит отметить, что различные стили шрифтов могут создавать определенное настроение и передавать соответствующие эмоции. Использование определенного цвета также позволяет выделить ключевую информацию и привлечь внимание читателя к определенным аспектам сообщения. Эмодзи могут помочь улучшить понимание контекста сообщения и показать отношение автора к той или иной информации. Также они используются как дополнение к тексту, чтобы усилить эмоциональную окраску сообщения или заменить несколько слов с помощью одного эмодзи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Киселева Л. А., Помазуева Т. Н. Мир эмоций человека и регуляции деятельности : учебно-методическое пособие. – Екатеринбург : УГЛТУ, 2007. – 68 с.

2. Кормилина Н. В., Малышева Е. А. Невербальные средства коммуникации в социальной сети “Twitter” // Актуальные вопросы филологии в свете современных исследований : сб. науч. ст. по мат-лам XXXII Междунар. науч.-практ. конф. – Чебоксары, 2022. – С. 18–26.

3. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса : монография. – Волгоград : Перемена, 2009. – 476 с.

4. Максимов А. А., Голубева Н. М. Эмодзи как способ выражения эмоций: учебное пособие. – Златоуст : Филиал Южно-Уральского государственного университета (национального исследовательского университета) [Электронный ресурс]. – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/emotikony-kak-sposob-vyrazheniya-emotsiy>.

5. *Филиппова Л. С.* Современный русский язык. Морфемика. Словообразование: учеб. пособие. – М. : Флинта : Наука, 2009. – 248 с.

6. *Экман П.* Психология эмоций. Я знаю, что ты чувствуешь. 2 е изд. / Пер. с англ. – СПб. : Питер, 2010. – 334 е.: ил. – (Серия «Сам себе психолог»).

7. *Сервис* микроблогов «Tumblr» [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.tumblr.com>.

УДК 81

Муллина А. М.

ЭТИКЕТНЫЕ ФОРМУЛЫ БЛАГОДАРНОСТИ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ В СФЕРЕ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ

*Национальный исследовательский технологический университет
«МИСИС», г. Москва, Российская Федерация*

Аннотация. Интенсивное развитие отношений нашей страны с Китайской Народной Республикой отчетливо видно во всех сферах жизнедеятельности. Одной из наиболее активно развивающихся сфер взаимодействия является сфера бизнеса. Все большее и большее количество людей, взаимодействующих с представителями китайской лингвокультуры, обуславливает необходимость исследования и активной оптимизации процессов межкультурной коммуникации между носителями китайского и русского языков. Успешность данных процессов во многом зависит от знания правил этикета и вежливости, принятых в данных странах, и умение ими пользоваться. В связи с этим целью данного исследования является рассмотрение и сравнение стратегий вежливости, используемых в русском и китайском языках в сфере бизнес-коммуникации. Особое внимание было уделено этикетным формулам благодарности, используемым в России и Китае. В результате исследования автором были определены предпочтительные стратегии вежливости и способы выражения благодарности в обоих рассматриваемых языках. Исследование будет представлять интерес для специалистов в области лингвистики, деловой коммуникации и межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: вежливость, стратегия вежливости сближения, стратегия вежливости отдаления, благодарность, этикетные формулы, русский язык, китайский язык.

Отличительной чертой представителей современного общества является усиливающийся интерес к предпринимательству как к наиболее эффективному способу обогащения и улучшения качества жизни. Термин «предпринимательство» предполагает «самостоятельную, осуществляемую на

свой риск деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке» [14, 2020]. Интерес к данной сфере деятельности отражается в увеличении количества предпринимателей как в нашей стране, так и в других странах. Их основная цель заключается в увеличении собственной прибыли, которое достигается посредством расширения производства и ассортимента товаров и услуг, укрепления партнерских связей с коллегами из других стран мира, создание производств в иностранных государствах. Перечисленные процессы развивают экономические отношения как между организациями в одной стране, так и международные экономические отношения.

Достижение успеха в управлении организацией, особенно международной, требует многих навыков, в числе которых умение ее руководства и сотрудников создавать и поддерживать благоприятный климат как между работниками, так и с потребителями, инвесторами, представителями других организаций, поставщиками и т.д. Иными словами, для развития бизнеса необходимо знать, как правильно и эффективно выстраивать коммуникацию с разными людьми.

В данный момент место основного бизнес-партнера для Российской Федерации заняла Китайская Народная Республика. Развитие экономических отношений между нашими странами привело к тому, что в обществе появилась острая потребность в специалистах в области китайского языка и культуры, которые смогли бы обеспечить повышение эффективности и результативности деловой российско-китайской коммуникации. Перечисленное выше определяет необходимость детального изучения основных особенностей российско-китайского делового общения и факторов, которые влияют на его результативность.

Неотъемлемым элементом вербального межкультурного диалога, влияющим непосредственно на исход любого коммуникативного акта, являются этикетные формулы вежливости. Их роль так велика потому что в подсознании представителей той или иной культуры именно они являются отражением этических норм, принятых в обществе. Так, согласно Гойхман О. Я и Гончаровой Л. М. этикетные формулы вежливости «воплощают систему защиты нравственных ценностей в каждой культуре и регулируют формы их проявления в речи» [13, с. 120]. Они оказывают влияние на культуру поведения людей в обществе и проникают во все сферы жизнедеятельности людей. Некорректное использование этикетных формул в процессе общения с представителями других стран может серьезно повлиять на успешность выстраиваемых отношений и, более того, привести к конфликтам и недопониманию.

Среди вербальных этикетных правил поведения важное место занимают правила вежливости. В своем труде «Категория вежливости и стиль

коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций» Ларина Т. В. дает следующее определение вежливости: «универсальная коммуникативная категория, представляющая собой сложную систему национально-специфических стратегий, направленных на гармоничное, бесконфликтное общение и соответствующих ожиданиям партнера» [7, с. 8]. Каждая из сфер жизнедеятельности человека характеризуется своим особым стилем вежливости, так в сфере деловой коммуникации предпочтение отдается нейтральному и формальному типу вежливости. Они определяют используемые в речи языковые средства. Однако, несмотря на преобладание нейтрального и формального типов вежливости в рамках делового общения, в каждой стране они имеют свои специфические черты, которые могут сильно отличаться друг от друга.

Одной из причин различия проявлений вежливости в разных культурах является приверженность их представителей к одному из двух типов вежливости, которые были выделены американскими исследователями П. Брауном и С. Левинсоном в 1987 году. Согласно их концепции, которая получила название «позитивной и негативной вежливости» [20], важным стремлением участников коммуникации является сохранение своего лица, а также лица партнера по коммуникации. Однако, для достижения данной цели в разных культурах используются разные стратегии. Ученые выделили два типа стратегий вежливости, которые были названы стратегии позитивной и негативной вежливости. В более поздних работах других исследователей также можно встретить названия вежливость сближения и вежливость отдаления или дистанцирования.

Стратегия позитивной вежливости или вежливости сближения отражает стремление человека сократить существующую между говорящими социальную дистанцию. Для этого используются средства, показывающие отношение говорящего к собеседнику и происходящему. Среди наиболее популярных тактик стратегии данного типа выделяют следующие:

- внимание, оказываемое личности собеседника, его интересам, нуждам и желаниям;
- гиперболизация интереса, а также симпатии к партнеру по коммуникации;
- одобрение действий собеседника;
- особый интерес к слушающему,
- открытое проявление общности взглядов, мнений и знаний;
- использование в речи маркеров внутригрупповой принадлежности;
- демонстрация знания родного языка партнера по коммуникации [15, с. 31–32].

Стратегии негативной вежливости или стратегии дистанцирования, напротив, отражают стремление либо сохранить существующую социальную дистанцию, либо увеличить ее. Используя данную стратегию говорящий старается показать уважение к независимости собеседника. В число

тактик стратегии дистанцирования входят:

- использование косвенного стиля речи;
 - вербальное предоставление возможности собеседнику не совершать то или иное действие;
 - ограничение вмешательства в личную сферу слушающего;
 - пессимистичность, которая передается через вербально выраженное сомнение в возможности совершения необходимого действия собеседником;
 - использование извинений;
 - акцент на правильном обращении, титулах, фамилиях и так далее.
- [15, с. 32–33].

Перечисленные выше стратегии вежливости, а именно стратегия сближения и стратегия дистанцирования, имеют определенный перечень используемых для достижения их основной цели языковых средств. Среди них, например, выделяют модальные глаголы, пассивный залог, вопросительные конструкции, сослагательное наклонение и т.д. [7].

Использования тех или иных формул вежливости также напрямую зависит от того, какой смысл носители того или иного языка вкладывают в понятие «вежливость». В связи с этим нам видится необходимым рассмотреть его значение в русском и китайском языках. В русском языке термин «вежливость» встречается с древнерусского периода. Оно было образовано от слова «вежа», которое означало знающего человека. Со временем понятие «вежливость» приобрело новые значения. Так, в «Толковом словаре живого великорусского языка» В. И. Даля, данный термин имел два значения:

1. «знающий, сведущий; ученый, образованный;
2. образование внешнее, знание обычаев и приличий» [4].

Особого внимания заслуживает второе значение, которое и укрепилось в современном русском языке и было закреплено в «Словаре русского языка» С. И. Ожегова: вежливый человек – это человек, «соблюдающий правила приличия; учтивый» [11]. Таким образом, в подсознании представителя российской культуры вежливость отражает определенный стиль поведения, который должен соответствовать установленным в культуре правилам и нормам.

В китайской культуре термин «вежливость» (礼貌) имеет несколько значений:

1. обряды и ритуалы, сформированные обычаями и традициями в жизни общества для совместного выполнения;
2. речь или действия, выражающие уважение;
3. подарок;
4. согласно этикету [21].

Из представленных определений видно, что вежливость в китайской

культуре также включает в себя внешнее проявление укоренившихся в китайской культуре традиций, которые реализуются в повседневной жизни через язык и поступки. Еще одно определение китайской вежливости было дано в Новом русско-китайском словаре: «скромный, учтивый, соблюдающий приличия» [10]. Иными словами, в китайском языке термин «вежливость» подразумевает как внешние ее проявления, которые реализуются в поведении и речи человека, так и внутреннюю скромность. Указанные особенности понимания вежливости китайцами влияют на способы ее реализации в поступках и речи.

Специфичность вежливости в китайской культуре была исследована известным китайским профессором Ю. Гу. В своем труде «Вежливость, прагматика и культура» он предоставил свод правил или принципов китайского вежливого поведения [3]. Среди данных правил ученый выделил:

1. Правило уничижения себя и уважения к другим, которое обязывает говорящего проявлять скромность и учтивость в процессе коммуникации.

2. Правило обращения, определяющее способ обращения к собеседнику с учетом его возраста и социального статуса.

3. Правило благовоспитанности, предписывающее использование в речи эвфемизмов и запрет на грубые слова.

4. Правило гармонии, целью которого является минимизация конфликтов в обществе и поддержание гармонии.

5. Правило нравственности в речи, мыслях и поступках, которое отражает принцип максимизации выгоды для других людей в поведении и преувеличение их заслуг в речи.

Первые два правила указывают на то, что для китайской культуры в большей степени свойственно использование стратегий дистанцирования.

В рамках данной работы мы рассмотрим, как перечисленные особенности восприятия вежливости влияют на использование этикетных формул благодарности в процессе коммуникации в русском и китайском языках, а также какие стратегии вежливости используются их носителями. Для достижения данной цели было проанализировано 120 деловых писем на русском языке, 80 деловых писем на китайском языке, а также 45 сценариев деловых переговоров. Используемых в рамках исследования методы включали в себя метод сплошной выборки, сопоставительный метод и метод контент-анализа.

В результате исследования мы пришли к выводу, что благодарность в русском языке в процессе бизнес-коммуникации может быть выражена фразами «Благодарю Вас», «Большое спасибо». В российской культуре принято при выражении благодарности указывать за какую именно услугу человек благодарен. Для этого используется фразы: «Позвольте поблагодарить Вас за ...», «Благодарен/Благодарна Вам за ...», «Спасибо Вам за ...», «Признателен Вас за ...».

«Благодарим Вас за запрос от 24.05 сего года на поставку Вам универсальных фрезерных станков» [2].

«Спасибо за интерес, проявленный Вами к нашему обращению» [2].

Благодарность зачастую может быть выражена на каком-либо торжественном официальном мероприятии или ужине в окружении множества людей. В данном случае используются фразы: Разрешите выразить благодарность ФИО за..., Фирма выражает благодарность ... за ... и другие. Данные формулировки используются также и в письменной речи.

«Выражаю Вам от имени трудового коллектива ОАО «Центртрансгаз» сердечную благодарность в связи с направленными в адрес нашего предприятия поздравлениями по случаю 60летия со дня основания» [12, с. 203].

Благодарность в некоторых случаях может быть выражена заранее для мотивации партнера по коммуникации выполнить необходимое для говорящего действие. Пример используемых для данной цели выражений служит выражение «Заранее благодарю/благодарим за ...».

«Заранее благодарим Вас за сотрудничество» [5, с. 44]

«Нам хотелось бы поблагодарить Вас за сотрудничество с нашей компанией и выразить уверенность, что Вы поймете вынужденность предпринимаемой нами меры» [1].

«Будем благодарны Вам за возможно более скорый ответ по существу данного предложения» [2].

Данный способ выражения благодарности не предполагает пессимистичности, которая так характерна для стратегий дистанцирования. Напротив, говорящий заранее благодарит собеседника, вербально предполагая, что просьба точно будет выполнена. В данном случае носитель русского языка отдает предпочтение стратегии сближения.

Форма выражения благодарности в китайском языке была рассмотрена нами на примере китайских деловых писем-благодарностей, а также отрывка из приветственной речи китайского предпринимателя. В письмах, как правило, адресант выражает благодарность за предоставление какой-либо услуги, оказанной после получения адресатом письма-запроса. Часто употребительной формой является глагол «感谢» (благодарить).

«感谢您购买我们工厂生产的化肥» (Благодарим Вас по покупке производимых на нашем заводе химических удобрений) [6, с. 191].

«我们首先对贵方的大力支持与密切合作表示衷心的感谢» (Прежде всего мы выражаем искреннюю благодарность за предпринятые Вами усилия в поддержании тесного сотрудничества) [19].

Глагол 感谢 может идти в сопровождении фразы 衷心地, означающей «от всего сердца» и придающей благодарности более вежливую коннотацию (衷心地感谢... – От всей души благодарим за ...).

Зачастую носители китайского языка указывают, от лица кого исходит благодарность.

«我代表我们公司再一次向你们表示诚挚的谢意» (Разрешите мне от имени нашей компании еще раз выразить Вам искреннюю благодарность) [9].

Отдельный вид благодарности встречается в письмах-запросах. Он заключается в том, что благодарность выражается адресантом до оказания услуги адресатом.

«将不胜感激» (Мы будем глубоко признательны) [6, с. 122].

«如果您能够在下周确认我的订单和付款方式我将不胜感激» (Если вы сможете на следующей неделе подтвердить наш заказ и способ оплаты, мы будем крайне благодарны) [6, с. 67].

Выражение благодарности заранее преследует своей целью поддержание гармоничных отношений с деловым партнером, а также выражение признательности за усилия, которые получатель письма должен будет приложить для выполнения просьбы. Данная форма благодарности схожа с рассмотренной нами выше русской формой благодарности этого же типа. Однако во втором примере мы видим условное предложение, которое не предполагает уверенности в выполнении просьбы. Следовательно, в данном случае говорящий склоняется скорее к использованию стратегии дистанцирования.

Благодарность за приглашение на ужин или другое мероприятие в китайском языке может включать в себя имплицитную необходимость участия.

«非常感谢，那我们就恭敬不如从命了» (Большое спасибо, в таком случае нам следует повиноваться, ведь это лучшая вежливость) [17].

Указанная формула выражения благодарности подчиняется рассмотренному нами выше правилу уничижения себя и позволяет сохранить лицо собеседнику.

Анализ представленных в российской и китайской культурах этикетных формул благодарности показал, что в большинстве своем способ выражения благодарности в данных языках аналогичен и выражен с помощью слова «благодарить» в русском языке и его аналога, «感谢», в китайском языке. Небольшое расхождение встречается в способах выражения благодарности заблаговременно, для реализации которого в русской культуре используется стратегия сближения, а в китайской культуре – стратегия дистанцирования. Уникальной для китайского делового языка является выражение благодарности за приглашение на какое-либо мероприятие, которое включает в себя имплицитную в ответ необходимость дать согласие, несмотря на нежелание, которое отражает правило уничижения себя, характерное для китайского типа вежливости.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Веселов П. В.* Современное деловое письмо в промышленности. – М. : Издательство стандартов, 1990. – 160 с.
2. *Готлиб О. М.* Коммерческое письмо. Русско-китайские соответствия: учебное пособие по переводу. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : АСТ : Восток–Запад, 2006.
3. *Гу Ю.* Вежливость, прагматика и культура // Преподавание иностранных языков. – 1992.
4. *Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка Владимира Даля. – СПб. : Тип. М. О. Вольфа, 1880. – 1882 с.
5. *Еремينا Л. И., Любимцева С. В., Тарковская Б. М.* Русский язык для бизнесменов. Интенсивный курс : учебное пособие. – 5-е изд., стереотип. – М. : Русский язык. Курсы, 2006. – 240 с.
6. *Корец Г. Б.* Китайский язык. Деловая переписка. – М. : Живой язык, 2010.
7. *Ларина Т. В.* Категория вежливости и стиль коммуникации: сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. – М. : Рукопис. памятники Древней Руси, 2009.
8. *Ли Я., Халяпина Л. П.* Анализ лингвистических особенностей в бизнес-коммуникации на китайском и русском языках // Современное педагогическое образование [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-lingvisticheskikh-osobennostey-v-biznes-kommunikatsii-na-kitayskom-i-russkom-yazykah/viewer> (дата обращения: 06.01.2024).
9. *Манкевич А. А.* Перевод деловой документации и корреспонденции (второй иностранный язык) (китайский) : методические рекомендации для подготовки студентов к практическим занятиям. – Пинск : ПолесГУ, 2022. – 58 с.
10. *Новый русско-китайский словарь.* – Пекин : Иностр. языки, 2006.
11. *Ожегов С. И.* Словарь русского языка / под. ред. Н. Ю. Шведовой. – М. : Рус. яз., 1987.
12. *Рогожин М. Ю.* Современное деловое письмо : пособие. 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ГроссМедиа Ферлаг : РОСБУХ, 2009. – 272 с.
13. *Русский язык и культура речи: учебник / О. Я. Гойхман, Л. М. Гончарова и др.* – М. : ИНФРА-М, 2010.
14. *Рыбкин А. Г.* Стратегия сложных переговоров: учебное пособие. – М. : ИНФА-М, 2020.
15. *У Бо* Речевой жанр благодарности в русском языке: специальность 10.02.01 «Русский язык» : дис. ... канд. филол. наук; МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 2014 [Электронный ресурс]. – URL : https://www.philol.msu.ru/~ref/2015/2015_U-Bo_diss_10.02.01_19.pdf (дата обращения: 14.12.2023).
16. *Фалина В. А.* Деловой русский язык в сфере профессиональной коммуникации: учеб. пособие. – Иваново, 2017.
17. *Чжан Ю.* Китайский коммуникативный стиль в контексте делового дискурса : направление подготовки 45.04.02 Лингвистика и межкультурная коммуникация : магистерская диссертация. – Красноярск, 2017. – 107 с. [Электронный ресурс]. – URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/129483702.pdf> (дата обращения: 23.12.2023)
18. *Хуан В.* Практический курс делового китайского языка. – Пекин : Sinolingua, 2002.
19. *Business writing in Chinese* [Электронный ресурс]. – URL : https://vk.com/doc60934414_475220119?hash=f94sLANPrdgiZbcIrkzrpZgIUBXmmNyLVw6kvCwqv2z&dl=9mS3z6TFOk2L0wECxmKaT0BRIDHGZacc3ctvMo3O7LX (дата обращения 15.02.2024).
20. *Brown, P., Levinson, S. C.* Politeness: Some Universals in Language Usage. –

Cambridge: Cambridge University Press, 1978, 1987.

21. 郑怀德. 商务国际现代汉语词典 /郑怀德. 北京: 商务印馆国际有限公司, 2013.

УДК 8.81-2.81-23

Потемкина Т. Н.

ВЕРБАЛЬНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОЛИЭТНИЧЕСКИХ КУЛЬТУРНЫХ КОНЦЕПТОВ НА ТЕРРИТОРИИ БАУНТОВСКОГО РАЙОНА РЕСПУБЛИКИ БУРЯТИЯ

*Забайкальский государственный университет,
г. Чита, Российская Федерация*

Аннотация. В статье рассматриваются вербальные региональные полиэтнические концепты, встречающиеся в Баунтовском эвенкийском районе Республики Бурятия, на территории которого отмечается взаимовлияние русского, бурятского и эвенкийского языков друг на друга, а также и взаимодействие культур. Определяются языковые особенности концептов, проводится их анализ по модели, предложенной А. П. Чудиновым. Концепты рассматриваются с позиции шести компонентов: понятийного, лингвистического, культурно-исторического, образного, ценностного и эмоционального. Делается вывод об уровне взаимодействия языков и культур в данной местности.

Ключевые слова: концепт, полиэтнизм, лингвокультура, эвенки, буряты, национальные праздники.

Стержневым термином понятийного аппарата лингвокультурологии является концепт. С. А. Аскольдова, Е. С. Кубрякова, С. Х. Ляпин, О. П. Скидан под концептом понимают «многомерный мыслительный конструкт, отражающий процесс познания мира, результаты человеческой деятельности, его опыт и знания о мире, хранящий информацию о нем» [1]. Р. Павиленс дает такое определение понятию – это «смыслы, составляющие когнитивно базисные подсистемы мнения и знания» [1]. Емкое толкование, на наш взгляд, дает Ю. С. Степанов: «концепт есть некое суммарное явление, по своей структуре состоящее из самого понятия и ценностного (нередко образного) представления о нем человека» [1].

Актуальность изучения концепта в русле лингвокультурологии обусловлена тем, что концепт непосредственно связан со словом, он включает в себя помимо предметной отнесенности всю коммуникативно значимую информацию: парадигматические, синтагматические и словообразовательные связи, в которые вступает знак [1]. Семантический состав концепта содержит всю прагматическую информацию языкового знака, а также его

смысловые характеристики, связанные с его исконным предназначением и системой духовных ценностей носителей языка [1].

В составе лингвокультурного концепта В. И. Карасик выделяет три компонента: понятийный, образный и ценностный [1]. Подобных концептуальных структур учеными выделяется много. Остановимся на универсальной схеме анализа любого концепта, разработанного А. П. Чудиновым: понятийный, лингвистический, культурно-исторический, образный, ценностный и эмоциональный компоненты [7].

Целью данной статьи является рассмотрение региональных полиэтнических культурных концептов, бытующих на территории Баунтовского эвенкийского района Республики Бурятия.

Население Баунтовского района, несмотря на его крупные территориальные параметры, невелико. По состоянию на апрель 2024 года в районе проживает 8122 тыс. человек, из них русских – 76,8 %, бурят – 14,7 %, эвенков – 5,4 %, представителей других этносов – 3,1 % [4].

Полиэтническая ситуация, сложившаяся в Баунтовском районе, интересна с позиции лингвокультурологии, поскольку представляет собой сплетение разных языков, культур, мировоззрений. Рассмотрим на примере нескольких концептов, насколько тесно взаимодействуют между собой этносы в данной местности.

В Баунтовском районе эвенков с каждым годом становится меньше, однако их язык и культура трепетно охраняются баунтовцами. Так, например, здесь масштабно отмечается национальный эвенкийский праздник *Большдёр*.

Анализ концепта «Большдёр»:

1. **Понятийный компонент.** *Большдёр* / *Большджёр* / *Большжор* – национальный праздник эвенков, считающийся символом открытия сезона охоты.

2. **Лингвистический компонент.** Согласно словарю Г.М. Василевич, *большдёр* с эвенкийского переводится как «толпа, собрание, встреча» [6]. Интересно, что в русском языке данная лексема имеет несколько вариантов произношения и написания: *Большджёр*, *Большжор*, *Бальжор*. Как отмечают сами эвенки, для их языка нехарактерен звук [ж], а для русской синтагматики не свойственно сочетание [дж] с последующим [о]. В связи с этими особенностями А. Е. Аникин отмечает, что возможно заимствование в русский язык из бурятского языка [2].

В русском языке лексема «*Большдёр*» приобрела ряд морфологических характеристик имени существительного, таких как род, число, падеж, склонение. Таким образом, существительное *Большдёр* является именем собственным, относится к мужскому роду, единственному числу, ко II склонению.

3. **Культурно-исторический компонент.** Официально *Большдёр* стал праздноваться с 1990 г. До этого известно проведение праздника в 1945 г. и 1978 г. На него съезжаются представители всех родов эвенков из разных уголков Сибири: Республики Бурятия, Забайкальского края, Хабаровска,

Красноярского края и др.

Поскольку *Большдёр* является древним праздником, то он обязательно сопровождается национальными традициями и обрядами. К ним относятся чествование старейшин древних эвенкийских родов, песни, танцы, изображающие сцены охоты, сбора урожая, общения с духами; национальные состязания – прыжки через *нарты* (узкие сани для собачьих упряжек), забрасывание *маута* (ременного аркана оленеводов), перетягивания палки, ловли *хариуза* (вид рыбы) и т.д. Праздничная площадка украшается различными предметами быта. Ставятся чумы, внутри которых мастерицы – хозяйки чума – демонстрируют сделанные своими руками изделия из рогожи, сувениры, *кумаланы*.

На мероприятии звучит этническая музыка, можно услышать и живое исполнение песен под национальные инструменты. На *Большдёр* обязательно привозят оленей – символ баунтовских орочнонов. Зажигается большой костер «*Гулувун*» – костер дружбы. Праздник продолжается до глубокой ночи [6; 3].

4. Образный компонент. В качестве образных компонентов концепта *Большдёр* можно отметить эвенкийский чум, костер дружбы, оленей, вымпелы эвенкийских родов, национальную одежду, *кумаланы*, бубны.

5. Ценностный компонент. *Большдёр* является для эвенков символом возрождения их национальной культуры и родного языка. Это дань народной памяти истории края, единение народов Баунтовского района.

6. Эмоциональный компонент. Эвенки, а также и русские, с большим удовольствием празднуют *Большдёр*: принимают участие в национальных состязаниях, танцуют и поют в эвенкийском ансамбле песни и танца «*Осикта*». Буряты также не остаются в стороне, но, в отличие от русских, принимают меньшее участие в проведении *Большдёра*.

Еще одним важным компонентом эвенкийской культуры является *кумалан* – атрибут не только *Большдёра*, но и всей эвенкийской культуры в целом.

Анализ концепта «кумалан»:

1. Понятийный компонент. *Кумалан* – национальный эвенкийский коврик, сшитый из выделанных шкурок оленя, дикой козы и других животных. Мог состоять из двух или четырёх шкур лобовины оленя или лося и лапок тарбагана или кабарги.

2. Лингвистический компонент. Г. М. Василевич переводит лексему «*кумалāн*» как «коврик для покрывания вьюка» [6]. В современное время *кумаланы* практически ушли из обихода эвенков: становится меньше мастериц, исчезает надобность в применении – поэтому лексему «*кумалан*» можно считать своего рода историзмом. Однако интересно следующее. В русском языке понятие «*кумалан*» приобрело и другое значение: оно стало названием эвенкийского оберега, который изготавливается из шкурок животных, меха, бисера, бусин. Такие обереги популярны в районе в качестве

сувениров. Именно их русские и называют *кумаланами*, а также и *кумаланчиками*, с присоединением к слову русского уменьшительно-ласкательного суффикса *-чик-*. В связи с чем возникла такая семантика данной лексемы – сказать трудно. Можно предположить, что причиной стало визуальное сходство таких предметов.

Существительное *кумалан* приобрело в русском языке следующие морфологические характеристики: мужской род, наличие и единственного, и множественного числа (*кумаланы*), отнесенность ко II склонению. Кроме того, можно проследить наличие в русском языке словообразовательного гнезда: *кумалан – кумаланчик*.

3. Культурно-исторический компонент. *Кумаланом* устилали чум изнутри, он был теплым, украшался национальным орнаментом. Чаще всего имел форму круга, иногда был квадратным, пятиугольным или в форме восьмерки. По размеру достигал 60-80 см в ширину и 130-170 см в длину. *Кумалан* являлся символом достатка и благополучия. Большие ковры расстилали для почетных гостей, а также дарили в качестве приданого.

В *кумаланах* отражалась модель мира: верхний, средний и нижний мир, в которые верили эвенки. Он считался оберегом от злых духов.

4. Образный компонент. Обычно *кумалан* ассоциируется с формой круга. Сейчас *кумаланы* часто можно встретить в качестве сувениров, в машинах в виде подвески, как женские украшения.

5. Ценностный компонент. *Кумаланы* в качестве оберегов-сувениров встречаются у всех жителей Баунтовского района – и русских, и бурят. Он представляет собой духовную ценность эвенкийского народа. Люди верят, что он защищает их, приносит удачу и благополучие.

6. Эмоциональный компонент. И русские, и буряты с удовольствием изготавливают *кумаланы* сами на специальных мастер-классах, проводимых в школах района. Не только сам процесс дарения *кумалана*, но и работа над ним приносят радость.

Концептов эвенкийской культуры, конечно, очень много. К ним можно отнести оленя, национальные обряды, предметы шаманизма, но в данной статье мы выделили те, которые особенно дороги для русских и бурятских жителей Баунтовского района. Баунтовцы с большим уважением относятся ко всем языкам, культурам и конфессиям, бытующим на их территории. Так, например, для проведения эвенкийских обрядов и молебнов в окрестностях поселков отведены специальные площадки. Таким образом, рассмотрение языковой и национальной культуры эвенкийского народа говорит о тесном их взаимодействии с другими языками и культурами Баунтовского района, что свидетельствует о неповторимом колорите этой местности [3].

В языке русскоговорящих жителей района находят свое отражение бурятские заимствования. Большая часть из них появилась благодаря нацио-

нальному бурятскому празднику – *Сагаалгану*, который обозначает наступление Нового года у буддистов.

Анализ концепта «Сагаалган».

1. **Понятийный компонент.** *Сагаалган* – буддийский Новый год, иначе называемый праздником «Белого месяца».

2. **Лингвистический компонент.** В переводе с бурятского языка лексема «*Сагаалган*» (от бур. «*Цагалган*» - *праздник первого весеннего месяца*) означает «белый месяц» (от «*сагаан*», «*цагаан*» – белый) [5]. По правилам бурятского языка звук [г] в данном слове должен произноситься как фрикативный [h], однако в речи баунтовцев часто можно услышать произношение звонкого [г], а также и краткое произношение удвоенного гласного [а].

Лексема «*Сагаалган*» употребляется в традиционной поздравительной фразе: «*Сагаан хараар! Сагаалганаар!*», что переводится как: «*С Белым месяцем! С Сагаалганом!*».

С точки зрения морфологии существительное «*Сагаалган*» имеет следующие характеристики: имя собственное мужского рода, единственного числа, II склонения.

3. **Культурно-исторический компонент.** *Сагаалган* считается важнейшим праздником у всех монголоязычных народов, отмечаемым на протяжении целого месяца, обычно февраля. Он является праздником белой пищи, почитания старших, символом чистоты и надежды. Традиционно во время торжества в дацанах и на специальных площадках проводятся национальные молебны и обряды, такие как, например, обряды очищения «*Дугжууба*» и *линг*; бурятская национальная борьба *бухэ барилдаан* и другие спортивные состязания, например, *хээр шаалган* – разбиванием хребтовой кости, *шагай наадан* – игра в кости, стрельба из лука и др. В *Сагаалган* к столу обязательно готовится белая пища, в том числе и *буузы (позы)*, *бух-лёр (мясной бульон)* и т. д. [5].

4. **Образный компонент.** *Сагаалган* всегда ассоциируется с белым цветом, белой пищей, *буузами*, с чистотой и доброжелательностью.

5. **Ценностный компонент.** Существует множество правил относительно празднования «Белого месяца», которые русские стараются придерживаться. Они также верят, что в день *Сагаалгана* нельзя работать, ссориться, выяснять отношения. Необходимо приглашать гостей, быть радостным, обновленным, надеяться на лучшее, чтобы весь предстоящий год был благополучным, принес счастья и удачу.

6. **Эмоциональный компонент.** Праздник «Белого месяца» – любимый праздник в районе, его всегда с нетерпением ждут, готовятся к его проведению. С большим удовольствием *Сагаалган* отмечают русские и относительно малая часть эвенков района.

В Баунтовском районе в летние месяцы масштабно отмечается еще один бурятский национальный праздник – *Сурхарбаан*.

Анализ концепта «Сурхарбаан»:

1. **Понятийный компонент.** *Сурхарбаан* – бурятский спортивный народный праздник.

2. **Лингвистический компонент.** Лексема «*Сурхарбаан*» (бур. *Сурхарбаан* – «три игры мужей») в дословном переводе на русский язык значит «стрельба в сур», где «сур» – это мишень из кожаного ремня для стрельбы из лука [5].

При произношении слова «*Сурхарбаан*» русские часто допускают ошибку, избавляясь от звука [р] и удвоенного звука [а]. В результате получается следующий вариант произношения слова: [*Сухарбан*].

Существительное *Сурхарбаан* имеет следующие морфологические характеристики: имя собственное мужского рода, единственного числа, II склонения.

3. **Культурно-исторический компонент.** *Сурхарбаан* всегда отмечается летом. На нем проверяется сила и выносливость мужчин, принимающих участие в спортивных состязаниях, таких как борьба, скачки на коне, стрельба из лука и др. Женщины и мужчины, облачившись в национальные костюмы, встречают гостей *хадаками* – длинными узкими платками синего цвета, которые дарят в знак уважения и дружбы. В святых местах, называемыми *бурханами*, буряты обращаются к духам, проводят обряды. Во время праздника обязательно исполняется народный танец – *ёхор*, звучат бурятские песни.

4. **Образный компонент.** *Сурхарбаан* ассоциируется с соревновательными компонентами, национальной одеждой, *ёхором*, *хадаком*.

5. **Ценностный компонент.** Праздник представляет собой возможность испытать свои силы, показать свое мастерство.

6. **Эмоциональный компонент.** *Сурхарбаан*, как и *Сагаалган*, очень любят все жители района. Он всегда проходит весело, с соблюдением положенных традиций. И русские, и эвенки, принимают в нем активное участие.

Концептов бурятской культуры можно выделить много. Но главное для данного исследования – определить, какую роль играют национальные компоненты для представителей соседствующих национальностей в районе.

Региональные полиэтнические культурные концепты Баунтовского района представляют собой научный интерес с точки зрения лингвокультурологии. Они отражают культуру каждого автохтонного народа, его отношение к миру и к человеку в этом мире. Но, что еще важнее, данные концепты передаются народам, в первую очередь, с помощью языка. Отсюда и возникает такое глубокое погружение в язык и культуру другого этноса. Несмотря на то, что русский язык и культура в Баунтовском районе являются доминирующими, все же национальные компоненты других народов поддерживаются, пропагандируются.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ангелова М. М. «Концепт» в современной лингвокультурологии // Актуальные проблемы английской лингвистики и лингводидактики: сб. научных трудов. – Вып. 3. –

Москва : Изд-во «Прометей», 2004. – С. 3–10.

2. *Аникин А. Е.* Этимологический словарь русских диалектов Сибири: заимствования из уральских, алтайских и палеоазиатских языков. – Москва ; Новосибирск : Наука, 2000. – 768 с.

3. *Баунтовские эвенки.* След на земле. Баунтонги эвенки. Дуннэвдук уджа: сб. публицистики, этнографии, фольклора / ФГУП «Читинская областная типография»; под ред. Е. Ф. Куренной. – Чита, 2004. – 75 с.

4. *Баунтовский эвенкийский район* [Электронный ресурс]. – URL : https://ru.wikipedia.org/wiki/Баунтовский_эвенкийский_район#Население (дата обращения: 08.04. 24).

5. *Бурятско-русский словарь* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.evengus.ru/slovari/evk-rus/k/ku.html> (дата обращения: 10.04.24).

6. *Василевич Г. М.* Русско-эвенкийский словарь [Электронный ресурс]. – URL : [https://dl.libcats.org/genesis/755000/8594b3629daddf388b98cfdcc6aff44a/_as/\[Vasilevich_G.M.\]_Russko-yevenkysky_slovar._CHast_\(libcats.org\).pdf](https://dl.libcats.org/genesis/755000/8594b3629daddf388b98cfdcc6aff44a/_as/[Vasilevich_G.M.]_Russko-yevenkysky_slovar._CHast_(libcats.org).pdf) (дата обращения: 13.04.24).

7. *Чудинов А. П.* Полиэтническая лингвистика. – Москва : ФЛИНТА. – 15 с. [Электронный ресурс]. – URL : <https://studylib.ru/doc/2258524/politicheskaya-lingvistika> (дата обращения: 27.02. 24).

УДК 316.722

Пчелина А. И.

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ РОССИЕЙ И США

*Арзамасский филиал ННГУ им. Н. И. Лобачевского,
г. Арзамас, Российская Федерация*

Аннотация. В данной статье рассматриваются проблемы взаимодействия и взаимовлияния культур, соотношения культуры и языка, а также поиск наилучших форм межкультурного общения между Российской Федерацией и Соединёнными Штатами Америки. В данном исследовании проводится анализ американской национальной культуры, посредством рассмотрения языка, неписанных правил и культурных стереотипов, что позволяет рассмотреть возможные проблемы и перспективы в процессе коммуникации между гражданами России и США. Кроме того, в данной статье предложены рекомендации по улучшению взаимопонимания и взаимодействия между двумя странами.

Ключевые слова: коммуникация; Россия; США; межкультурная; взаимоотношения; стереотипы; предрассудки.

Один из главных факторов, который влияет на отношения между государствами и народами является межкультурная коммуникация. Данный аспект актуален и сейчас, особенно в контексте отношений между Россией и США. В статье будет рассмотрено влияние межкультурной коммуникации

на взаимоотношения двух государств.

Межкультурная коммуникация – это обмен различной информацией между разными культурами. Очень важный навык для современного человека – это умение понимать основные принципы межкультурной коммуникации. Для того чтобы улучшить отношения между разными народами, необходимо вкладывать в поддержание и развитие сферы коммуникации. Коммуникация является важным пунктом при построении конструктивного диалога между государствами. Развитие межкультурной коммуникации нужно рассматривать не только с политической точки зрения, но также это должно касаться взаимодействия в таких сферах, как музыка, искусство, культурное наследие, образование, литература и многое другое. Межкультурная коммуникация может повлиять на все сферы жизни людей в разных странах.

Главный фактор, который может стать барьером для развития межкультурной коммуникации между Россией и США является язык. Сильные различия в языке и менталитете несут угрозу возникновения не только недопониманий, но также и конфликтов между народами. Использование идиом и других речевых оборотов, неприсущих другому языку, создают стену противоречий для коммуникации и искажают восприятие информации у представителей разных стран.

Для того чтобы избежать конфликтных ситуаций и понять людей, из другой страны, необходимо уважать и принимать культурные ценности и нормы разных стран. Разные культуры могут иметь кардинально разное восприятие и картину мира, поэтому нужно учитывать данный факт в процессе межкультурной коммуникации [2, с. 156–158].

Нужно учитывать тот факт, что коммуникация не сводится лишь к языку. Различие между устными правилами и подходами также влияют на процесс общения.

Один из важнейших аспектов межкультурной коммуникации – это диалог. Точнее не сам диалог, а умение его вести, то есть слушать собеседника, задавать ему вопросы и отдавать обратную связь. Существуют культуры, коммуницируя с которыми, высказывание собственного мнения является нарушением личных границ собеседника, несмотря на это, в других странах такой диалог поощряется и считается проявлением инициативы. При межкультурной коммуникации важно обращать внимание на невербальные знаки и адаптироваться под особенности общения собеседника.

Помимо этого, человек может сам загнать себя в рамки, которые были сделаны в результате построения собственных предубеждений о других культурах. Стереотипы и предрассудки также могут негативно повлиять на общение с людьми других культур. Для избежания непонимания, важно быть открытым к пересмотру своих установок [3, с. 8–10].

Для качественной и успешной межкультурной коммуникации важно быть готовым к изменениям в общении и уметь адаптироваться к разным стилям общения.

Кроме языкового барьера у представителей разных культур существуют различия в эмоциональном окрасе речи. Эмоции в диалоге также могут приводить к непониманию и конфликтам. К примеру, в некоторых культурах употребление прямых высказываний считается грубым, в то время как в других культурах оно воспринимается как честность.

Исходя из вышесказанного, можно выделить несколько особенностей межкультурной коммуникации: языковой барьер, особенности в правилах общения, эмоциональная окраска речи. Уважение и принятие данных особенностей – главный аспект, который может привести к успешной межкультурной коммуникации между Россией и США.

Э. Холл пришёл к выводу, что можно научиться коммуникации с представителями других стран благодаря изучению культуры тех народов. Это означало выделение межкультурной коммуникации не только как предмета научных исследований, но также как отдельную дисциплину. По мнению Э. Холла, целью межкультурной коммуникации как науки является достижение практических потребностей представителей разных культур, чтобы сделать их общение более успешным. Э. Холл был первым, кто считал коммуникацию видом деятельности, требующей анализа. Позже он разработал коммуникативную теорию взаимодействующих культурных моделей (theory of cultural patterns of interaction).

Большую роль в межкультурной коммуникации между Россией и США играют неписанные правила и стереотипы, которые годами создавались посредством фильмов, пропаганды и СМИ. Некоторые установки очень прочно укоренились в сознании людей, что мешает созданию конструктивного диалога между представителями разных культур.

1. Жители России и США имеют кардинально разное представление о политической ситуации в мире и между странами, а также о вкладе каждого из государств в мировую политику и историю. Взаимоотношения между державами сильно страдают из-за неписанных правил и установок.

2. Россия и США отличаются общей, но долгой и достаточно тяжёлой историей. Из-за сильно различающихся взглядов на мировую политику, страны находились в состоянии «холодной войны». Отсутствие обоюдного соглашения между странами и долгое соперничество оставило свой след на политических отношениях и межкультурной коммуникации и в современном мире.

3. Конфликты и непонимания между Россией и США также возникают на фоне разных ценностей и традиций. Необходимо воспитывать в людях уважение к другой культуре, а также принимать ценности другого народа для того, чтобы строить конструктивный диалог и успешную межкультурную коммуникацию.

4. В рамках современного мира СМИ играют немаловажную роль в формировании новых стереотипов и установок в сознании людей из раз-

ных стран. Информационная война между Россией и США усугубляет положение и оказывает негативное влияние на восприятие людей из разных государств. Интернет и другие средства массовой информации необходимо правильно использовать для того, чтобы влиять на людей и подталкивать их к налаживанию межкультурных связей.

5. Политическая обстановка между Россией и США также влияет на межкультурную коммуникацию. Политические деятели должны научиться уважительно относиться к культуре другой страны и правильно выстраивать диалог для успешной коммуникации между государствами.

Описанные факторы затрудняют взаимодействие людей не только в политической сфере, установки и стереотипы отразились на восприятии людей других стран и культур.

Несмотря на долгую историю отношений между Россией и США, в сознании людей есть множество стереотипов и предрассудков, мешающих грамотно выстроить межкультурную коммуникацию.

Главные ассоциации, которые возникают у американцев при мысли о русских людях – это водка, балалайка и медведи. Кроме того, американцы убеждены, что Россия полна загадок и странных традиций. Такие убеждения негативно влияют на отношения между людьми, исключая возможность конструктивного общения [4, с. 47–51].

У жителей России также есть свои установки насчёт американцев и жизни в Америке. Россияне представляют себе США как роскошную и богатую страну для людей с американской мечтой. Отсутствие понимания каждой из культур создаёт проблемы в общении между нациями.

«Россия ведёт войну с нашей демократией», «Грязные трюки России – как Путин вмешивается в западную демократию», «Россия и угроза демократии» – все это заголовки, появившиеся с начала 2018 года в *The Washington Post*, *Economist* и *The Atlantic*.

Искусственно созданные образы людей из других стран также являются проблемой для выстраивания успешной межкультурной коммуникации. К примеру, самые популярные ценности, которые продвигаются в США – это свобода выбора и индивидуализм. Данный образ создан искусственно благодаря фильмам и пропаганде в СМИ. Американцы считают, политическое и экономическое развитие России крайне низким, что сказывается на бедности граждан и обстановке на грани кризиса.

«Самые тонкие и самые распространённые механизмы воздействия – это те, что создают и поддерживают репертуар стереотипов. Нам рассказывают о мире до того, как мы его видим. Мы получаем представление о большинстве вещей до того, как непосредственно сталкиваемся с ними. И если полученное нами образование не помогает чётко осознать существование этих предубеждений, то именно они управляют процессом восприятия» – Уолтер Липпман.

Так данные стереотипы и предрассудки провоцируют возникновение

проблем в межкультурной коммуникации между Россией и США. Во-первых, Это может стать причиной возведения стены недоверия между представителями двух наций. Люди могут склоняться к принятию предположений о других, основываясь на их национальности или общепринятых представлениях [1, с. 113–116].

Кроме сложившихся стереотипов, оказывать влияние на межкультурную коммуникацию, может также и искажённая информация, которая транслируется в СМИ. Искусственный образ, который создаётся телевидением и фильмами также сказывается на сознании людей и дальнейшей коммуникации между странами. Следует отделить образ от реальности и грамотно выстраивать отношения.

Существующие проблемы в коммуникации между культурами России и США негативно сказываются на отношениях между государствами. Для того, чтобы убрать стену непонимания, необходимо принять наличие стереотипов и прекратить поддаваться их влиянию на представление культуры другой страны. Нужно принимать во внимание индивидуальные черты, а не обобщать всех людей и подвергать их действию сложившихся стереотипов [5, с. 18].

Можно рассмотреть несколько рекомендаций, которые могут помочь приблизиться к успешной межкультурной коммуникации и конструктивному диалогу между странами:

1. Публичные диалоги между политическими деятелями могут сильно повлиять на межкультурную коммуникацию. Для того чтобы наладить взаимоотношения между странами, необходимо открыто демонстрировать разрушение стереотипов и предрассудков насчёт других стран и их граждан.

2. Создание новых культурных и образовательных программ положительно скажутся на межкультурной коммуникации. Культурные обмены, такие как туры американских артистов в Россию, в школы и университеты. Трудовые биржи должны получить дополнительное финансирование. Администрация также могла бы рассмотреть вопрос о безвизовом режиме поездок для молодых россиян с целью путешествовать и учиться в США.

3. Средства массовой информации также имеют огромное влияние на сознание людей, поэтому такое оружие можно использовать для создания успешной межкультурной коммуникации.

4. Глобальные проблемы могут стать связующим звеном между Россией и США. Державы в состоянии объединить свои силы в борьбе с такими проблемами как терроризм, распространение ядерного оружия, информационная безопасность и многое другое. Сплочение стран в решении общего вопроса может положительно повлиять на общение между людьми из разных стран.

«Кеннеди-младший выступил за налаживание отношений между нашими странами. И это очень правильное намерение – ядерные сверхдержавы, члены Совета Безопасности ООН не могут не коммуницировать, это

нужно для глобальной стабильности. Даже если опустить глобальный аспект – за океаном, в тех же Штатах, живут наши люди, и мы не можем о них забывать», депутат Госдумы Александр Толмачев.

Соблюдение таких рекомендаций может помочь России и США укрепить существующие связи и создать новые. В том числе тесное сотрудничество однозначно повлияет на межкультурную коммуникацию и создание доверительных отношений.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать заявление, что межкультурные отношения оказывают огромное влияние на отношения между Россией и США. Принятие других взглядов и культур, уважительное отношение к ценностям другой страны, понимание эмоционального контекста и снижение языкового барьера значительно повлияют на политические отношения держав. Необходимо верить, что тщательное, вдумчивое и уважительное изучение истории, культуры и политического устройства каждой из сторон предполагаемого сотрудничества может привести к тому, что отношения перейдут от фазы неприятия к выгодному сотрудничеству. А сохранение академического взаимодействия позволит поддерживать позитивную и плодотворную деятельность, что так важно для развития международной науки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андуганова М. Ю., Постоян Л. К. Лингвокультурологические помехи и проблемы в межкультурной коммуникации граждан России и США // Вестник Марийского государственного университета. – 2017. [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturologicheskie-pomehi-i-problemy-v-mezhkulturnoy-kommunikatsii-grazhdan-rossii-i-ssha>

2. Леонтович, О. А. Россия и США: введение в межкультурную коммуникацию : Учебное пособие. – Волгоград : Перемена, 2003. – 398 с. [Электронный ресурс]. – URL : https://www.academia.edu/8065654/Леонтович_О_А_Россия_и_США_Введение_в_межкультурную_коммуникацию

3. Хабибулина Л. Ф. Культура и межкультурная коммуникация: проблемы и пути решения: учебное пособие. – 2022. – 60 с. [Электронный ресурс]. – URL : https://kpfu.ru/staff_files/F278852620/Uch.posobie_Kultura_i_mezhkulturnaya_kommunikaciya_Khabibulina.pdf

4. Richmond, Yale From Nyet to Da: Understanding the Russians. – Yarmouth, Maine: Intercultural Press, 1996. – 191 p. [Электронный ресурс]. – URL : https://books.google.ru/books/about/From_Nyet_to_Da.html?hl=ru&id=UZxqQgAACAAJ&output=html_text

5. Storti, C. Americans at Work: A Guide to the Can-Do People // Intercultural Press, Inc. Nicholas Brealey Publishing, 2004. – 200 p. [Электронный ресурс]. – URL : https://books.google.ru/books/about/Americans_at_Work.html?hl=ru&id=uTb9OZAwpesC&redir_esc=y

ЭТНОСПЕЦИФИКА ФОРМ ПРИВЕТСТВИЯ В КИТАЙКОМ ЯЗЫКЕ КАК ОТРАЖЕНИЕ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА

*Тихоокеанский государственный университет,
г. Хабаровск, Российская Федерация*

Аннотация. В статье описываются формы приветствия, используемые носителями китайского языка в различных контекстах, а также предложена их классификация. Проведенный в ходе исследования лингвокультурологический анализ позволил дать культурологические комментарии по разъяснению семиотики содержания речевых актов приветствия в КНР, что помогает раскрыть языковую картину мира носителей китайского языка и культуры. Прослеживается очевидная взаимосвязь языкового выражения форм приветствия с нравственными нормами жизнедеятельности представителей того или иного этноса, как носителя не только языка, но и культуры.

Ключевые слова: языковая картина мира, формы приветствия, китайский язык, лингвокультурологический анализ, коммуникативное поведение.

В настоящее время в лингвистике активно применяется антропоцентрический подход к исследованию языка. Личность носителя языкового сознания является центром языковой системы, а язык, в свою очередь, рассматривается как феномен человеческой психики и менталитета в пространстве объективной действительности. Таким образом, для целостного понимания речевого поведения носителей того или иного языка анализируются не отдельные его фрагменты, а непосредственно человеческую личность в языке. В этой связи необходимым становится изучение не только вербального выражения окружающей человека действительности, но и исследования взаимного влияния языка и сознания, мышления, культурных традиций, тактик поведения, социального статуса и прочее. Данный подход изучения языка неизбежно подводит исследователя к понятию языковой картины мира.

Впервые термин «Языковая картина мира» использовал в своих научных трудах Л. Вайсгербер. Вдохновленный идеей идиоэдентичности языкового содержания и опираясь на работы В. фон Гумбольдта о внутренней форме языка, он построил свою теорию «Языковой картины мира». Согласно которой в языке конкретного сообщества живет и воздействует духовное содержание, сокровище знаний, которое по праву называют картиной мира конкретного языка [4, с. 250].

ЯКМ, как полагает З. К. Термигазина, отражает «систему различных ценностей, культивируемых в конкретном обществе, упорядоченных в

определенной иерархии. В ней различается общечеловеческая часть, содержащая ценности, свойственные всем народам, и часть, содержащая ценности, обусловленные спецификой национальной культуры, особенностями социально-исторического развития целого народа [5, с. 11].

Категория вежливости играет важную роль в китайском коммуникативном поведении. Она выражается в языке в наличии особых форм речевого этикета. Большой интерес представляет исследование форм выражения приветствия, что позволит выявить национальную специфику китайской культуры и раскрыть языковую картину мира носителей китайского языка. Особое внимание при исследовании устойчивых форм, в этом случае, уделяется области речевого этикета, так как он «из всех речеповеденческих единиц обладает, пожалуй, максимальной степенью семиотичности и, как следствие, национально-культурной обусловленности» [1, с. 296].

Следовательно, речеповеденческие единицы языка находят свое отражение в коммуникативном поведении носителя конкретного языкового сознания. Под коммуникативным поведением подразумевается «компонент национальной культуры, обусловленный национальным менталитетом, зафиксированный в национальных коммуникативных нормах и правилах и материально проявляющийся в национально-культурных коммуникативных ритуалах» [3, с. 57].

Рассмотрим приветствия как один из компонентов национальной культуры, в котором отражается языковая картина мира носителей китайского языка через различные формы их коммуникативного поведения. Приветствия, в широком смысле, – это один из самых важных знаков речевого этикета. С его помощью устанавливается контакт общающихся, определяются отношения между людьми. Поэтому не владеть формулами приветствия – значит быть всем чужим, не уметь общаться, быть невеждой в определенной коммуникативной ситуации.

С приветствия начинается общение, поэтому приветственные формулы – обязательный для усвоения материал. А поскольку в китайском языке присутствуют разные формы приветствия, то возникает необходимость давать правильные реплики в ответ. Для этого необходимо не только знание языка, но и правила речевого этикета, и культурологические, этноспецифические и ментальные особенности его функционирования.

Лингвокультурологический анализ предполагает создание культурологических комментариев, которые помогут разъяснить семиотику содержания речевых актов, используемых в этикетных ситуациях приветствия среди носителей китайского языка, что позволит максимально раскрыть языковую картину мира китайцев.

Для анализа были отобраны как общеизвестные приветствия, так и приветствия официально деловой сферы, а также разговорные формы приветствия, используемые носителями китайского языка и культуры. Условно их можно поделить на шесть групп, в каждой из которых собраны формы

приветствия, наполненные культурным и языковым содержанием и отражающие контекст ситуации.

Так, к первой группе отнесем универсальные формы приветствия, такие как “你好” (Nǐ hǎo), “您好” (Nín hǎo) – это самый универсальный способ поздороваться на китайском языке. Причем выражение “您好” (Nín hǎo) раскрывает вежливое уважительное отношение к собеседнику. К этой же группе отнесем ряд формальных приветствий, используемых китайцами в разное время суток: “早上好” (Zǎoshang hǎo), “下午好” (Xiàwǔ hǎo), “晚上好” (Wǎnshàng hǎo) и т.п.

К следующей группе отнесем неформальные, сленговые формы приветствия, появившиеся в китайском языке сравнительно недавно в результате фонетического заимствования с английского языка, и используемые среди молодежи и в социальных сетях: “哈喽” (Hā lóu), “嗨” (Hāi), “嘿” (Hēi) – это непринужденный способ приветствия, обычно используемый среди близких друзей, либо в отношении иностранцев.

В третью группу включены формы приветствия, в которых присутствует идентификационный маркер личности собеседника. Такой способ поздороваться в китайской культуре является отражением уважения и почтения, демонстрирует элементарную вежливость и воспитанность: “老师好” (Lǎoshī hǎo), “面试官好” (miàn shì guān hǎo), “叔叔好” (shū shu hǎo), “阿姨好” (ā yí hǎo) и т.д.

В четвертую группу объединены приветствия, передаваемые вопросительной формой высказываний – проявление интереса к тем или иным событиям в жизни собеседника, в разных жизненных ситуациях:

“你吃了吗?” (Nǐ chī le ma?) – буквально означает «Ты уже поел?», поэтому иностранцы часто воспринимают это приветствие как отражение «приоритета гастрономического кода в китайской культуре» [1, с.74]. Однако для менталитета китайцев такая форма приветствия является очевидной и часто используемой, что подчеркивает традиционное китайское гостеприимство и заботу о здоровье других;

“最近怎么样啊?” (Zuì jìn zěnmē yàng a?) – это самый распространенный способ поприветствовать друзей и узнать «Как твои дела в последнее время?»;

“一切都好吗?” (yí qiè dōu hǎo ma?) – «Все в порядке?» и т.д.

Вопреки бытующему мнению вопросительная форма приветствия “你好吗?” (Nǐ hǎo ma?) не совсем подходит для повседневного приветствия. Дело в том, что данное вопросительно-приветственное высказывание используется в основе следующих высказываний, в которых заложен контекст «собеседник был болен»: “你好些了吗?” (Nǐ hǎo xiē le ma?) и “你好点儿吗?” (Nǐ hǎo diǎnr le ma?) – «Тебе уже лучше? Таким образом,

чтобы не попасть в двусмысленную ситуацию, необходимо конкретизировать содержание вопроса, добавляя более конкретные слова, например, 最近 – “你最近好吗?” (Nǐ zuìjìn hǎo ma?) «Как у тебя дела в последнее время?».

Пятая группа форм приветствия представлена этикетными высказываниями, в которых обсуждаются сценарии текущего развития событий, либо какие-то общие темы: “今天天气真好啊!” (Jīntiān tiānqì zhēn hǎo a!), “这个活动看起来很有趣!” (Zhège huódòng kàn qǐlái hěn yǒuqù!). Принято считать, что подобные приветствия свидетельствуют о том, что собеседник хочет сблизиться.

В последнюю шестую группу отнесем уникальные культурные формы приветствия. Интересным становится тот факт, что они тоже носят вопросительный характер:

“来啦”? (Lái la ?) – «О, ты пришел?»

“忙呢”? (Máng ne?) – «Занят?»

“溜狗呢”? (Liùgǒu ne?) – «С собакой гуляете?»

“散步呢”? (Sànbù ne ?) – «Прогуливаешься?»

“吃饭呢”? (Chīfàn ne ?) – «А, перекусываешь?»

“回去啦”? (Huíquò la ?) – «Ну что, возвращаешься?»

“干嘛呢”? (Gàn má ne?) – «Что делаешь?»

“干啥去”? (Gàn sha qù ?) – «Чем займешься?» и т.п.

На первый взгляд, подобные высказывания воспринимаются как некорректное, даже фамильярное обращение к собеседнику. Но именно в этих высказываниях скрыты культурные особенности речевого поведения носителей китайского языка и культуры. Инициатор разговора таким образом здоровается и начинает коммуникацию, описывая текущую ситуацию в данный момент. Такое приветствие часто вводит в недоумение иностранцев, ведь не во всех культурах при встрече следует проговаривать очевидные вещи.

Итак, в ходе исследования была рассмотрена важная часть этикетного коммуникативного поведения – приветствие как особый ритуал коммуникативной культуры. Лингвокультурологический анализ разнообразных форм приветствия в китайском языке позволил предложить классификацию форм приветствия, в которой перечислены традиционные способы обращения при встрече, используемые китайцами в различных уголках КНР. Кроме того, анализ показал, что в зависимости от выбора формы приветствия китайцы обозначают контекст коммуникативной ситуации, тем самым определяя в ней место собеседника.

Следует подчеркнуть, что по этикету сколько бы раз за день не встречались потенциальные собеседники, они должны обмениваться приветствиями. И эти приветствия могут варьироваться в зависимости времени суток,

социальных отношений, степени близости и т.п. Все перечисленные факторы являются отражением языковой картины мира носителей китайского языка и культуры. Язык с его устойчивыми этикетными формами и формулами речевого поведения является отражением богатого народного опыта, неповторимости обычаев, образа жизни, условий быта каждого народа. Бесспорным является тот факт, что каждый язык национально специфичен и отражает не только особенности природных условий или культуры, но и своеобразие национального характера его носителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Верещагин Е. М., Костомаров В. Г.* Язык и культура: Три лингвострановедческие концепции: Лексического фона, речеповеденческих тактик и сапиентемы: Монография. – М., 2005. – Москва, Берлин : Дитект-Медиа, 2014. – 509 с.
2. *Гао Юе.* «Внутренняя форма» китайских приветствий как отражение социокультурных трансформаций // Русский язык в зеркале инокультуры. – М. : Изд-во МПГУ, 2016. – С. 73–77.
3. *Прохоров Ю. Е., Стернин И. А.* Русские: коммуникативное поведение. – М. : Флинта : Наука, 2007. – 326 с.
4. *Радченко О. А.* Язык как мирозидание. Лингвофилософская концепция неогумбольдтианства. Т. 1. – М., 1997. – 308 с.
5. *Темиргазина З. К.* Образ человека в русской ценностной картине мира. – 2-е изд., стер. – М. : Флинта, 2015. – 95 с.
6. *Чжу Юйфу* О различиях в русском и китайском коммуникативном поведении // Русское и китайское коммуникативное поведение. – Воронеж : Истоки, 2002. – Вып. 1. – С. 24–25.
7. *Китайский информационный ресурс* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.doubao.com> (дата обращения 10.04.2024)
8. *Национальный корпус китайского языка* [Электронный ресурс]. – URL : https://ccl.pku.edu.cn/ccl_corpus (дата обращения 10.04.2024)
9. *Русско-китайский параллельный корпус НКРЯ* [Электронный ресурс]. – URL : <https://ruzhcorp.ruscorgora.ru> (дата обращения 15.04.2024)

УДК 81'367.623.1

Рябова О. И.

ОБЗОР РАБОТ ПО СОПОСТАВЛЕНИЮ СИСТЕМ «ОСНОВНЫХ» ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

*Удмуртский государственный аграрный университет,
г. Ижевск, Российская Федерация*

Аннотация. В статье представлен обзор данных по сопоставлению систем прилагательных цветообозначения (ПЦ) в русском и английском языках в исследовательских работах отечественных и зарубежных авторов.

Проведенный анализ выявил сходства и различия систем ПЦ в рассматриваемых языках. Учитывая различия на уровне восприятия цвета, межязыковые различия, использование в литературе и другие критерии исследователи выделяют «ядро» – «основные» ПЦ в русском и английском языках, которые обнаруживают значительное сходство. Количество ПЦ, называемых «основными», незначительно отличается у разных исследователей.

Ключевые слова: прилагательные цветообозначения, цветовосприятие, коннотации, категория, сопоставление.

На примере названий цвета можно убедиться, что даже такое объективное и общее для всех людей физическое ощущение как цвет, субъективно в восприятии, вызывает различные физиологические, эстетические и психологические реакции, в разных языках отражается по-разному [7, с. 182]. А. Вежбицкая объясняет модель различного восприятия цвета в разных языках и культурах тем, что цветовое восприятие нельзя выразить словами, но можно о нем говорить, так как человек умеет связывать зрительные категории с определенными универсальными доступными ему образцами (моделями). А. Вежбицкая предлагает включить в число таких категорий огонь, солнце, растительный мир и небо (так же, как день и ночь). Связь между представлением цвета в мозгу и языковым представлением о цвете может быть только через понятия, которые поддаются передаче другому человеку средствами языка. Понятия в разных языках могут отличаться, так *blue* значит не то же самое, что *голубой* [4, с. 283–284].

Изучение способов наименования цвета в разных языках достаточно активно, что говорит об интересе лингвистов к данной теме и неоднозначности подходов. Несомненно, прилагательные цветообозначения (ПЦ) являются значимыми в среде базовых национально-культурных концептов. «Язык с помощью прилагательных цвета отражает и закрепляет реалии, абстрактные понятия, свойственные данному народу, обязанные своим существованием специфическим условиям трудовой, культурной, исторической жизни» [9, с. 4].

Целью данного исследования стало выявление «главных/базовых/основных» цветообозначений через рассмотрение работ по сопоставлению систем наиболее часто употребляемых цветоименований в русском и английском языках. Изучая литературу, посвященную исследованиям цветообозначений в обозначенных языках, необходимо выявить сходство различия в цветоименовании в данных языках, посмотреть причины общности и расхождения систем ПЦ.

Данный обзор кажется целесообразным представить на основе научных работ и материалов статей исследований в разных областях науки, выявить «ядро» ПЦ в языках по различным критериям. К обзору представлены исследования А. П. Василевича, А. А. Залевской, В. А. Московича, А. Х. Мерзляковой, А. И. Белова, С. В. Светличной и других авторов.

Для доказательства факта существования межъязыковых различий либо их полного или частичного отсутствия в лексике цветоназывания (а также семантике значений ПЦ) представляется целесообразным сопоставить ПЦ в русском и английском языках. Пользуясь материалами свободных ассоциативных экспериментов, А. А. Залевская провела анализ частых парадигматических реакций на исходные слова и выявила, что испытуемые чаще всего использовали ПЦ: *черный, синий, зеленый, красный, белый и желтый*. Данные исследования позволили автору сделать вывод о том, что в лексиконе носителей каждого из исследуемых языков имеется некоторое «ядро» активных цветообозначений [6, с. 34–35].

На материале произведений английской художественной литературы В. А. Москович был произведен подсчет ПЦ и выявлена «основная группа» цветообозначений, которые чаще всего использовались в текстах: *blue, green, yellow, red*. Эти прилагательные английского языка стилистически нейтральны, свободно сочетаются с любыми словами в контексте [11, с. 84–85].

Согласно Берлину и Кею основными являются следующие ПЦ (basic colour terms): *white, black, red, green, yellow, blue, brown, pink, purple, orange, grey* [16, с. 2].

Следуя теории Берлина и Кея, О. А. Огурцова для русского языка выделяет двенадцать основных прилагательных цветообозначения, (так как в русском языке два термина для английского *blue*- *синий* и *голубой*): *белый, черный, красный, зеленый, желтый, синий, голубой, коричневый, фиолетовый, розовый, оранжевый, серый* [12, с. 32].

А. П. Василевич, проанализировав более пятисот тысяч английских словоупотреблений (тексты художественной литературы современных исследователю авторов, торговые каталоги), подсчитал частоту и выявил самые часто употребляемые одиннадцать цветоименований: *white, black, red, brown, green, blue, yellow, orange, pink, grey, purple*. Это составляет семьдесят процентов всех случаев употребления в текстах П. Если попадание слова в категорию «самых частых» продиктовано «психологической значимостью» понятия смысла для носителей данного языка, то факт совпадения группы самых частых слов – цветоименований в шести европейских языках указывает по мнению А. П. Василевича на универсальный характер значимости этих слов, то есть универсальную психологическую значимость понятий, определяемых в разных языках соответствующими словами. Резюмируя результаты исследования ПЦ в шести европейских языках Хейсом и Паркинсом, А. П. Василевич приходит к выводу, что применительно к европейскому лингвокультурному ареалу существует вполне определенная упорядоченность относительной значимости цветообозначений; наиболее значимым является смысл «белый», далее идут «черный», «красный», «зеленый», «синий», «желтый», «коричневый», «розовый», «фиолетовый»,

«оранжевый» (авторы исследования делают оговорку на небольшие вариации по отдельным языкам) [2, с. 32].

Так как материалом для исследования А. П. Василевича послужил и русский язык, результаты эксперимента справедливы для определения «основных» значимых ПЦ в русском языке, которыми, следовательно, являются: *белый, черный, красный, зеленый, синий, желтый, коричневый, розовый, фиолетовый, оранжевый*. Признавая значимость работы Хейса и Паркинса, А. П. Василевич не полностью соглашается с их выводами, в частности со «смыслом» русского прилагательного *голубой*, которое, как он указывает, также относится к числу «основных» цветоименований [2, с. 33].

А. П. Василевич провел собственное исследование (на материале трех тысяч цветоименований в четырнадцати языках) и выявил группу из двенадцати наиболее часто употребляемых прилагательных в русском языке – *белый, черный, красный, синий, зеленый, желтый, коричневый, оранжевый, розовый, голубой, серый, фиолетовый*. Как показал анализ, эти прилагательные также явились и «центрами» категорий, вокруг которых объединились другие цветоименования [2, с. 34].

А. Х. Мерзлякова рассматривает структуры семантических полей ПЦ, которые в целом совпадают, и ядро которых образуют прилагательные, передающие основные цвета: *white, black, red, blue, green, yellow, violet, brown* – в английском языке; *белый, черный, красный, синий, зеленый, желтый, фиолетовый, коричневый* – в русском языке [10, с. 14].

Различен не только состав, но и восприятие ПЦ. Ассоциативно – коннотативные оттенки значений ПЦ, отмеченные авторами рассмотренных классификаций как «основных» ПЦ, видны на примере сопоставительного анализа восприятия основных ПЦ англичанами и русскими. Используя метод эксперимента с информантами, исследователи кубанского университета провели сопоставительный анализ восприятия основных ПЦ (одиннадцать в английском и двенадцать в русском языках) англичанами и русскими [2, с. 35]. Испытуемые соотносили цвет со свойством цвета. Как англичанами, так и русскими *красный* цвет был отмечен как живой, возбуждающий, радостный, бросающийся в глаза, кричащий и не был отмечен как спокойный, печальный, унылый, успокаивающий, гнетущий ни одним из испытуемых. Русские и английские информанты отметили свойство «спокойный» для *серого*, свойство «унылый» для *коричневого*. Однако полное совпадение в восприятии цвета наблюдалось в редких случаях. Частичное совпадение наблюдается в свойстве «веселый», где русские информанты отметили *зеленый* и *желтый*, англичане – *pink* и *yellow*. В остальных случаях просматриваются расхождения цветов. Для большинства опрошенных англичан характеристике «интенсивный» соответствует *brown*, для русских – *красный*, «благоприятным» большинство русских информантов признали *черный*, большинство англичан – *purple*, «торжественный» для русских *белый*, для англичан – *black* [2, с. 35].

Эксперимент А. П. Василевича выявил как различие, так и некоторое сходство ранжирования одиннадцати образцов, представляющих оранжевые, красные, розовые и фиолетовые оттенки (предлагалось отождествить каждое цветоименование данного языка с тем или иным цветообразцом, чтобы выявить представление информанта о денотативном значении каждого слова) у русских и англичан. Одной из причин выявленного сходства в восприятии цветового пространства является принадлежность носителей русского и английского языков к одному и тому же европейскому культурному ареалу. По данным эксперимента можно говорить об отсутствии, и о наличии близости некоторых смыслов. Смысл слова *темно-красный* оказался близким со «смыслом» русских слов *багровый, рубиновый, гранатовый* или английского *ruby* [3, с. 64].

Различия символических связей в ассоциативных реакциях на слова *белый, желтый, красный и синий*, и, соответственно *white, yellow, red, blue* представлены А. А. Залевской на материале свободных ассоциативных экспериментов. *Белый* цвет у русских и американцев связан с представлениями о чистоте, невинности, свадьбе, а также о больнице и смерти. Для американцев *белый* цвет также связан с представлениями об ангеле, душе. Специфичной для американцев и англичан оказалась связь *white* – Christmas. *Желтый* цвет для русских отождествляет измену и разлуку, для американцев – трусость; *красный* для русских символизирует любовь и страсть, для американцев – предупредительный сигнал «стоп» и гнев; *синий* связан у русских с мечтой и счастьем, у американцев – с надеждой [6, с. 34–48].

По результатам ассоциативного эксперимента А. И. Белова в русской культуре *белый* цвет ассоциируется с мелом, лебедем, снегом, молоком, полотном, скатертью, березой, аистом, чайкой, парусом, сахаром, черемухой, его можно определить как «монотонный, нежный, чистый, холодный». «У русских с *белым* цветом устойчиво ассоциируются лица, боровшиеся в годы революции и гражданской войны против советской власти. С точки зрения русского языка поворотными для *белого* цвета стали дни Октябрьского вооруженного восстания в Москве» [1, с. 49–57]. «*Белый* цвет, выступавший в традиционной русской культуре как коррелят *красного* (в значении «лучший», «красивый»), стал с ним в оппозицию» [1, с. 58].

Ассоциации с ПЦ прослеживаются при рассмотрении фразеологических единиц (ФЕ) в языке [5, с. 326–336]. Т. Ю. Светличная сопоставила цветообозначения в составе ФЕ в русском и английском языках и выявила, что количество примеров в русском языке значительно уступает количеству примеров в английском языке. Это подтверждает, что немотивированные «основные» ПЦ в русском языке имеют достаточно информации об объекте или явлении, поэтому обладают меньшим потенциалом вторичной номинации, где значение слова частично или полностью исчезает [14, с. 96]. Результаты данного исследования подтверждают лаконичность английского языка

и ПЦ в английском языке в частности; в то же время английские ПЦ по сравнению с русскими обладают большим потенциалом вторичной номинации.

Также коннотации «основных» ПЦ, впрочем, как и «неосновных», могут быть выявлены в результате анализа их употребления в текстах [8, с. 92]. В специализированных текстах могут встретиться специальные термины цвета: *белые стихи* – стихи без рифм; *зеленое мыло* – специальное лечебное мыло; *black* – сажа, черная краска; *green* – необожженный (о кирпиче); тощий (об угле); *ultramarine green* – окись хрома (краска). [13, с. 8]

В результате анализа работ по сопоставлению систем ПЦ в английском и русском языках, выявлено, что в целом наименования «основных» ПЦ совпадают, носители русского и английского языков принадлежат к одному европейскому лингвокультурному ареалу – системы ПЦ в этих языках во многом симметричны по составу. «Основные» ПЦ интересны для дальнейшего исследования с точки зрения выявления различных коннотаций. Являясь культурно -окрашенной лексикой, они по различным причинам могут представлять трудность при переводе. Как считают исследователи, ПЦ в английском языке, по сравнению с русским обладают большим потенциалом вторичной номинации. Компонентом ФЕ с ПЦ чаще является «основное» ПЦ, которое не имеет предметной связи и не имеет ярко выраженной внутренней этимологии. Также интерес для дальнейшего изучения многообразия ПЦ в русском и английском языках представляет широкий и разнообразный пласт ПЦ, отличных от «основных», т.е. «неосновных».

Практическая значимость заключается в возможности использования материалов и результатов исследования в рамках практических занятий по английскому языку, в курсах лексикологии английского языка, теории и практики перевода, межкультурной коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белов А. И. Цветовые этноэидемы как объект этнопсихолингвистики. // Этнопсихолингвистика. – М. : «Наука», 1988. – С. 49–59.
2. Василевич А. П. Исследование лексики в психолингвистическом эксперименте. – М. : Наука, 1987. – 138 с.
3. Василевич А. П. Язык и культура: сопоставительный анализ группы слов- цветообозначений // Этнопсихолингвистика. – М. : Наука, 1988. – С. 58–64.
4. Вежбицкая А. Язык, культура, познание. – М. : Русские словари, 1996. – 416 с.
5. Ермаков С. А., Савенко М. С. Цвета и ассоциации с ними у британцев и россиян // Всероссийский педагогический форум. Сб. ст. II Всеросс. науч.-метод. конф. 2020. – С. 323–339.
6. Залевская А. А. Некоторые проявления специфики языка и культуры испытуемых в материалах ассоциативных экспериментов // Этнопсихолингвистика. – М. : «Наука», 1988. – С. 34–48.
7. Кочурова О. И. Понятия цветовосприятия и цветообозначения // Научное и кадровое обеспечение АПК для производственного импортозамещения. Мат-лы Всеросс. науч.-практ. конф. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, ФГБОУ ВПО «Ижевская государственная сельскохозяйственная академия», 2016. – С. 182–186.

8. *Кочурова О. И.* Способы перевода прилагательных цветообозначения с русского на английский язык. // Вестник Ижевской государственной сельскохозяйственной академии. – Ижевск : Ижевская гос. сельскохозяйственная академия, 2012. – С. 92–94.
9. *Кулинская С. В.* Цветообозначения: Национально-культурные особенности функционирования: на материале фразеологии и художественных текстов русского и английского языков : дис. ... канд. филол. наук. – Краснодар, 2002. – 159 с.
10. *Мерзлякова А. Х.* Типы семантического варьирования прилагательных в поле «Восприятие» : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Уфа, 2004. – 37 с.
11. *Москович В. А.* Система цветообозначений в современном английском языке // Вопросы языкознания. – №6. – Изд-во Академии наук СССР, 1960. – С. 83–87.
12. *Огурцова О. А.* Сходство и различие в восприятии цветов русскими и англичанами // Лингвистические единицы разных уровней в языке и речи. – Краснодар, 1988. – С. 31–36.
13. *Светличная Т. Ю.* Сравнительные лингвокультурные характеристики цветообозначения и цветовосприятия в английском и русском языках : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Пятигорск, 2003. – 17 с.
14. *Светличная Т. Ю.* Сравнительные лингвокультурные характеристики цветообозначения и цветовосприятия в английском и русском языках : дис. ... канд. филол. наук. – Пятигорск, 2003. – 186 с.
15. *Berlin, Brent and Kay, Paul* Basic Color Terms. Their Universality and Evolution. – University of California press, Berkley and Los Angeles, 1969. – 178 p.
16. *Crystal, D.* The Cambridge Encyclopedia of The English Language. – Cambridge University Press, 1995. – 484p.

УДК 81'373.46

Яранова А. Д., Кормилина Н. В.

АНГЛИЙСКИЕ И РУССКИЕ ПОГОВОРКИ И ПОСЛОВИЦЫ НА ТЕМУ «ОБРАЗОВАНИЕ»

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И. Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. Данная статья исследует особенности менталитета, сходства и различия пословиц и поговорок в подходах к образованию в культуре Великобритании и России. В работе представлено исследование 40 английских и русских пословиц и поговорок, относящихся к теме «образование». В английских и русских пословицах и поговорках были выделены следующие ключевые аспекты: ценность образования, знаний и учения, образование, умения, знания как залог светлого будущего, образование требует больших умственных вложений, полной отдачи себя, многократность попыток по достижению знаний и успеха, необходимость учиться всю свою жизнь. Авторы устанавливают схожесть и различия в подходе к образованию в двух лингвокультурах.

Ключевые слова: образование, поговорки, пословицы, английский язык, русский язык.

Актуальность данного исследования заключается в изучении пословиц и поговорок в двух культурах, которое помогает понять ценности, традиции и менталитет людей. Образование играет важную роль в жизни людей по всему миру, поэтому в каждой культуре существуют выражения, связанные с этой темой. Исследование темы помогает выявить уникальные особенности каждой культуры в отношении образования. Это помогает людям, изучающим английский язык, понять восприятие образования в жизни людей двух культур.

Целью является выявление сходств и различий в английских и русских пословицах и поговорках на тему образования для понимания культурных особенностей восприятия знаний и обучения. Материалом исследования послужили словарь «1000 русских и английских пословиц и поговорок» А. И. Григорьева [2] и сборник «1340 английских пословиц и поговорок с русскими эквивалентами» [4].

Каждая культура имеет свои уникальные ценности и традиции. Изучение поговорок и пословиц двух народов поможет выяснить, как формируется отношение к учению и знаниям. Исследование позволит более глубоко понять отличия и сходства в подходах к образованию в данных культурах и даст возможность расширить знания о влиянии культурных факторов на восприятие знаний и обучения.

Для того чтобы исследовать тему необходимо дать конкретное определение слову «образование». Данный термин обозначает процесс, в течение которого человек получает знания, навыки, ценности и понимание мира. Он включает в себя формальное обучение в школах, колледжах, университетах, а также неформальное обучение через самообразование, общение с окружающим миром и личный опыт.

Нами было установлено, что и в английской, и в русской культурах в пословицах и поговорках выражаются схожие ценности. Рассмотрим их подробнее.

1. Ценность образования, знаний и учения:

«*Knowledge is power*» [2, с. 15]

«*Education is the key to success*» [2, с. 17]

«*Little knowledge is a dangerous thing*» [2, с. 14]

«*Scientist – way to skill*» [2, с. 17]

«*The lesson – the best wealth*» [4, с. 17]

Как мы видим, в данных пословицах подчеркивается, что знание – это сила и ключ к успеху. Даже небольшой запас знаний может стать основой для дальнейшего развития и роста, а дальше человека ждет большое будущее и будет накапливаться всё больше и больше знаний о мире. Так же образование помогает человеку узнать все доступные знания и развиваться дальше, узнавать себя и быть владельцем ценных и мудростей. Также для человека образование – это великая мудрость;

В русских пословицах и поговорках мы видим следующие ключевые

идеи:

«Знание – сила» [1, с. 29]

«Ученье лучше богатства» [1, с. 45]

«Больше узнаешь – сильнее станешь» [1, с. 47]

«Отстал в ученье – в бою мученье» [1, с. 20]

Данные пословицы и поговорки указывают на постоянное самосовершенствование и увеличение багажа своих знаний. Исследование показывает, что знания – это ключ к успеху, независимости и счастливой жизни. Чем больше человек знает, тем он более способен контролировать свою жизнь и способен быть образованным во всех жизненных аспектах. Показывается важность образования по сравнению с богатством, которое имеет человек.

2. Образование, умения, знания – это залог светлого будущего:

«*An ounce of knowledge may be worth a pound of comfort*» [2, с. 29]

«*A good education is a foundation for a better future*» [2, с. 35]

«*The study is always useful*»

«*The harder you work, the luckier you get*» [2, с. 42]

Исследование показало, что знания – это фундамент для лучшего будущего. Получение образования полезно для дальнейшей жизни и чем больше человек работает, тем удачнее сложится его судьба.

В русских пословицах и поговорках отмечается, что:

«Обучение – залог успеха!» [2, с. 15]

«Кто силен в ученье, тот герой в сражение» [2, с. 17]

«Наука в лес не ведет, а из лесу выводит» [2, с. 32]

В русской лингвокультуре также выявлена важность учебы и получения знаний для достижения успеха в жизни. Пословицы говорят о том, что образование играет ключевую роль в достижении поставленных целей, повышении профессионального уровня и личного развития, обучение и усвоение новых знаний способствует расширению возможностей, повышению квалификации и улучшению результатов в различных сферах жизни, преодолению препятствий и достижению поставленных целей.

3. Образование требует больших умственных вложений, полной отдачи себя:

«*The roots of education are bitter, but the fruit is sweet*»

«*If things were to be done twice all would be wise*»

«*Knowledge without practice makes but half an artist*» [2, с. 55]

Исследование показало, что образование – это сложное дело, и не всегда получается овладеть знаниями без больших вложений, но это того стоит, чтобы получить достойный результат. Также в пословицах и поговорках подчеркивается упорство и продолжение получения знаний, чтобы в результате обрести мудрость. Когда результат получен, то недостаточно иметь только теоретические знания, необходимо так же применять их на практике и постоянно совершенствоваться.

Русские поговорки и пословицы также свидетельствуют о том, что:

«Учение – свет, а неучение – тьма»

«Образованного человека не обманешь»

«Что вымучит, то и выучит»

«Кто знает, тот владеет миром» [1, с. 48]

Данные пословицы и поговорки указывают на то, что человека, который стремится узнать много нового и применить свои знания и навыки на благо, впереди ждет успешное беззаботное будущее, построенное своими руками. А те, кто ленится и не проявляет никакого интереса к образованию, останутся всю свою жизнь во тьме своего духовного мира и неграмотности до конца своих дней. То есть английские и русские поговорки и пословицы на тему образования делают акцент на значении духовного обогащения через образование и том, что знания приносят пользу и просвещение.

4. Многократность попыток по достижению знаний и успеха:

«*If things were to be done twice all would be wise*» [6]

«*Money spent on the brain is never spent in vain*» [6]

«*The more you learn, the more you know*» [6]

«*Learning is a treasure that will follow its owner everywhere*» [6]

Как мы видим, данные пословицы и поговорки указывают на то, что не нужно останавливаться после первой неудачи в образовании, всегда будет второй шанс показать себя. Пословицы и поговорки указывают на важность образования, и поэтому неважно сколько средств будет потрачено на учебу, все это идет на просвещение и обогащение духовного мира. Нужно постоянно обогащаться знаниями и совершенствоваться.

И следующие русские пословицы и поговорки содержат ту же мысль:

«Идти в науку – терпеть муку»

«Повторение – мать ученья»

«Не ошибается тот, кто ничего не делает» [2]

Данные пословицы и поговорки подчеркивают, что учение требует много усилий, терпения, но плоды образования не заставят себя ждать и откроют дверь в беззаботное будущее и указывают на необходимость многократного повторения, выполнения каких-либо действий, потому что без этого невозможно стать образованным человеком. Нужно снова и снова начинать то, что не получается, либо практиковать старые знания. Каждая новая попытка дает определенные знания, человек от этого становится лишь сильнее и умнее.

5. Учиться нужно всю свою жизнь подчеркивается и в английской культуре:

«*Live and learn*»

«*Education is not preparation for life; education is life itself*»

«*Learn as if you were to live forever*» [6]

Пока человек жив ему нужно учиться, так как появляются новые технологии, и необходимо подстраиваться под них, и тем самым быть готовым

обучаться чему-либо заново. Люди живут и учатся одновременно. учиться нужно все то время пока ты живешь, ведь знания приобретаются со временем, и при этом они все время усложняются и обновляются.

В русской лингвокультуре мы находим следующие пословицы:

«Век живи – век учись»

«Грамоте учиться всегда пригодится»

«Что ни день – то урок»

«Учиться, чтобы не быть глупым» [2, с. 25]

В русских пословицах и поговорках подчеркивается мысль о том, что на протяжении всей жизни человек продолжает постигать новые знания. И иногда получение знаний не зависит от него, это превращается в необходимость, так как невозможно существовать без знаний в обществе. Обучаться и узнавать что-либо новое нужно на протяжении всей своей жизни и, если человек будет поддерживать свои знания всю его жизнь, он будет чувствовать себя комфортно в обществе и жить беззаботно.

Несмотря на множество общих ценностей в отношении образования в двух культурах, можно обнаружить ряд различий. Русские пословицы и поговорки акцентируют внимание на значимости коллективных ценностей, семейных уз, а также взаимопомощи, например:

«Учи народ, учись у народа»

«Бей того, кто боится, учи того, кто слушает»

«В чужом глазу соринку видим, а в своем бревна не замечаем»

«Ум в голове, а не в книгах» [2, с. 50]

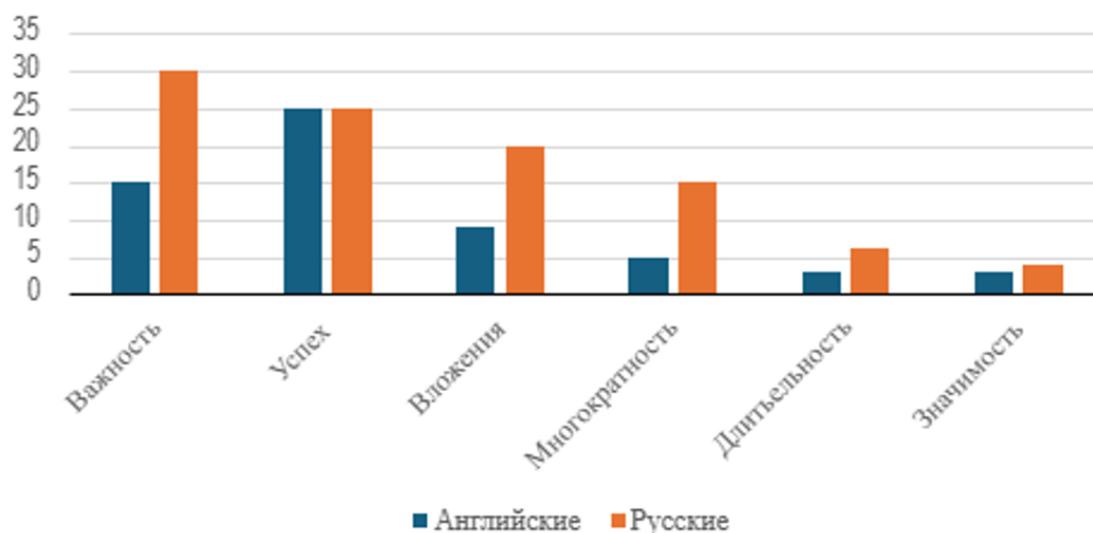
Пословицы и поговорки указывают на то, что кто не боится спросить и получить новые знания – узнает много нового и интересного. А тот, кто этих новых знаний получать не хочет – так и будет неучем всю свою жизнь и даже не узнает ответа на свой вопрос. Английские же пословицы и поговорки могут чаще подчеркивать индивидуальные усилия, стремление к самосовершенствованию и достижению личных целей без чужой помощи. Эти народные мудрости говорят о том, что знания, умения и навыки не даются с рождения, и чтобы стать мастером своего дела, надо учиться у тех, кто владеет знаниями, уже приобрёл опыт и сможет вам доходчиво объяснить и показать. В первую очередь это семья. Например:

«Learn as if you were to live forever»

«Learn wisdom by the follies of others» [6]

В процессе исследования пословиц и поговорок выяснилось, что нужно учиться так, как ты хочешь прожить жизнь, то есть хорошо и успешно. Также в английских пословицах и поговорках, где подчеркивается индивидуальный подход к образованию, употребляется повелительная форма глагола, как и этих двух примерах. Подчеркивается превосходство индивида над остальными, что нужно быть образованнее и умнее чем кто-либо, и при этом получать уроки от неудач других людей.

Сравнение английских и русских поговорок и пословиц



По результатам проведенного исследования было выявлено, что большая группа русских пословиц и поговорок выражает то, что образование является важным в жизни человека, и оно является залогом успешного будущего. Далее не менее важным является то, что образование требует умственных вложений и необходимо многократно повторять попытки по достижению или получению образования. Все эти группы выражают значимость образования в обеих исследуемых культурах.

В заключение необходимо сказать, что английские и русские поговорки и пословицы на тему образования выражают схожие ценности: знание как сила человека, образование как фундамент для светлого будущего, постоянное обучение и стремление к развитию принесет свои плоды. Обе культуры уделяют внимание образованию как инструменту самосовершенствования как личности, тем самым необходимо приобретать мудрость и использовать ее в достижениях целей в жизни. Также в обоих языках подчеркивается преодоление тернистого пути к образованию, а далее к успешному будущему, которым умный, образованный человек может гордиться, ведь он отдал все свои ресурсы, как умственные, так и физические. Эти поговорки и пословицы напоминают о том, что знания – это мощный ресурс, способный открыть для нас дверь в светлое будущее, где люди сильны духом благодаря знаниям, независимо от национальной принадлежности. Различие наблюдается лишь в разных подходах к получению образования, в русских пословицах это коллективность и взаимопомощь в приобретении знаний, а в английских – это индивидуальные усилия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аникин В. П. Русские народные пословицы, поговорки, загадки и детский фольклор. – Москва : Учпедгиз, 1957 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.booksite.ru/fulltext/anikin/index.htm>

2. *Григорьева А. И.* 1000 русских и английских пословиц и поговорок. – Москва : АСТ, 2009 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.elkniga.ru/static/booksample.pdf>
3. *Даль В. И.* Пословицы русского народа. – Москва : Изд-во Эскимо, Изд-во ННН, 2003 [Электронный ресурс]. – URL : <https://rodnovery.ru/images/knigi/dal-poslovitsy-russkogo-naroda-1.pdf>
4. *1340 английских* пословиц и поговорок с русскими эквивалентами [Электронный ресурс]. – URL: <https://obuchalka.org/1340-angliiskih-poslovic-i-pogovorok-s-russkimi-ekvivalentami.html>
5. *Кунин А. В.* Англо-русский фразеологический словарь. – Изд. 4-е, перераб. и доп. – М., 1984 [Электронный ресурс]. – URL : <https://ezliveru.netlify.app/category-18/frazeologicheskij-slovarj-kunina>
6. *Английские пословицы* и поговорки о знаниях и учебе [Электронный ресурс]. – URL : <https://thelang.ru/proverbs/proverbs-about-knowledge>

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ КОГНИТОЛОГИИ И СЕМАНТИКИ

УДК 8142:659.123.3.

Васильева А. А., Никитинская Л. В.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ СЛОГАНОВ

*Чуваши́ский государственный педагогический университет
им. И. Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. В данном исследовании предпринята попытка проанализировать туристические слоганы с целью выявления наиболее часто используемых концептов, которые находят свою актуализацию в туристической рекламе и считаются наиболее аттрактивными с точки зрения привлечения потенциального потребителя туристических услуг. Выделяется семь основных концептов: открытие нового, потенциал страны, аутентичность, эмоциональная связь, гостеприимство, историчность, индивидуализация. Рассмотрено употребление стилистических средств выразительности в слоганах и описаны примеры взаимосвязи вербальных и невербальных элементов рекламы.

Ключевые слова: реклама, туристический слоган, концепт, средства выразительности.

Туристическая реклама является специфическим видом рекламы, ориентированным на привлечение потенциальных туристов в определенную местность или к объектам туристического интереса. Она начала активно развиваться во второй половине XX века, когда туризм стал активно расти как отрасль. С развитием технологий массовой коммуникации, появились новые возможности для привлечения туристов. Начали создаваться рекламные кампании, использующие печатные издания, радио, телевидение и позднее интернет для привлечения внимания потенциальных путешественников [1].

Реклама в сфере туризма охватывает широкий спектр направлений, так как туризм может предложить различные виды отдыха и развлечений. Все эти направления требуют различных стратегий рекламы, поскольку они ориентированы на разную аудиторию и имеют свои особенности.

Структурно-композиционная модель любого рекламного текста, как правило, выглядит следующим образом: 1) заголовок и изображения; 2) подзаголовок; 3) основной текст; 4) слоган; 5) контактная информация (адресные данные, печати, логотипы и подписи) [2, с. 577].

Предметом изучения данной статьи выбраны лингво-семантические и стилистические особенности англоязычного туристического слогана. По мнению Аластера Кромптона, рекламный слоган (a motto of the brand) — это краткая запоминающаяся фраза, которая передает в яркой, образной форме основную идею рекламной кампании [3, с. 84]. Будучи наиболее часто используемой формой рекламного текста, слоган рассматривается как поликодовое явление. Он может включать в себя как вербальные, так и невербальные элементы. Для понимания сути слогана большую роль наряду с лингвистическими средствами (лексические, грамматические, синтаксические, стилистические) играют визуальные факторы, такие как цвет, шрифт, изображение, существенным образом влияющие на восприятие слогана и всего рекламного сообщения в целом.

Для проведения исследования было отобрано методом сплошной выборки около 150 туристических слоганов с различных сайтов в сети Интернет. Всего в рамках исследования было выявлено семь главных тем (концептов), транслируемых туристическими слоганами: 1) exploration (открытие нового); 2) country's riches (потенциал страны); 3) originality and uniqueness (аутентичность); 4) emotional association (эмоциональная связь); 5) hospitality (гостеприимство); 6) historicity (историчность); 7) personalization (индивидуализация).

Тема *exploration* (исследования, освоения) в слоганах широко используется для привлечения туристов, которые ищут что-то необычное и хотят получить разнообразные впечатления от своего визита в страну. Такие слоганы ориентированы на туристов, которые хотят выйти за рамки устоявшихся традиционных направлений на туристической карте мира и найти новые. Например, “*Set Forth on a Great Journey*” / «*Отправляйтесь в велико-лепное путешествие*» (Иордания): выражения *set forth* / *отправиться* и *journey* / *приключение* предвосхищают грандиозное приключение, которое ожидает решившихся исследовать Иорданию.

Согласно Merriam-Webster Dictionary *reveal* означает *allowing a look at or an understanding of something inner or hidden* (русский перевод «обнаружить» значит «позволить увидеть то, что до тех пор было скрыто»). Таким образом, слоган “*Revealing Benin*” / «*Открытие Бенина*» намекает на то, что в Бенине есть что-то особенное, что ждет своего открытия. Туристы приглашаются стать исследователями и первооткрывателями, а слово “*revealing*” можно интерпретировать как обещание страны поделиться своей культурой, историей и природными красотами. Размещение слогана на постере с изображением карты Африки (Рисунок 1), где территория Бенина напоминает фонарь, усиливает идею открытия. Три луча, исходящие из Бенина и окрашенные в цвета его флага, означают, что посещение Бенина позволит путешественникам получить глубокое понимание африканского региона, открыть его культуру, историю и природную красоту.



Рисунок 1 — Реклама Бенина



Рисунок 2 — Территория Бенина

Слоган “*Untouched since the Dawn of Time*” / «*Непронутый с незапамятных времен*» (Сейшелы) напечатан шрифтом, напоминающим рукописный, на фоне дикого пляжа со скалами. Такой слоган создает образ необитаемости острова, и приглашает туриста его исследовать.

Также довольно часто встречаются слоганы с такими лексическими единицами как *discover* / *обнаружить* и *explore* / *исследовать*. Этот тип слогана может задействовать глагол в повелительном наклонении, придав слогану форму директива, например: “*Discover the Touristic Moldova*” / «*Откройте для себя туристическую Молдову*» (Молдавия); “*Discover How to Be*” / «*Научитесь жить*» (Белиз). Другой способ синтаксического оформления слогана – это непредикативные конструкции типа: “*More to Explore*” / «*Больше открытий*» (Мальта); “*South America Undiscovered*” / «*Неизвестная Южная Америка*» (Гаяна).

Тема исследования и открытия также используется в рекламах стран, которые относительно невелики по размеру, но имеют многочисленные достопримечательности, с которыми туристам предлагается познакомиться. Так, простой слоган небольшой страны Сербии “*See Serbia*” / «*Увидь Сербию*» выделяется и легко запоминается за счет аллитерации, то есть стилистического приема, при котором рядом расположенные слова начинаются с одного и того же звука. Использование глагола “*see*” (видеть) в качестве альтернативы “*discover*” (открывать) и “*explore*” (исследовать) не только создает аллитерацию, но и подчеркивает визуальный аспект путешествия, приглашая туристов увидеть своими глазами все, что может предложить Сербия.

Слоган “*Endless Discovery*” / «*Бесконечные открытия*» для Японии в сочетании с изображением цветков сакуры (Рисунок 3) и летящих лепестков на фоне японского флага создает более глубокий и поэтический образ.



Рисунок 3 – Реклама Японии 2010

Цветы сакуры символизируют быстротечность жизни и красоту мимолетных моментов, а летящие лепестки представляют собой бесконечный цикл открытий и новых впечатлений. Слоганом передается идея о том, что жизнь состоит из непрерывных открытий, и Япония – одно из мест, где туристы могут испытать эти открытия.

Оба слогана, “*See Serbia*” / «Увидь Сербию» и “*Endless Discovery*” / «Бесконечные открытия», успешно передают идею о том, что даже в небольших странах есть что-то новое и захватывающее для открытия, приглашая туристов выйти за пределы проторенных дорог и исследовать скрытые сокровища этих стран.

С другой стороны, можно таким же образом подчеркнуть масштабы страны, как в слогане России “*The Whole World Within Russia*”. Повторение звука “w” в словах “*world*” и “*within*” создает ритмический эффект, который привлекает внимание. Передается идея о том, что “*the whole world*” / «*весь мир*» можно исследовать “*within Russia*” / «*в пределах России*». Это создает впечатление, что Россия – это страна, которая предлагает бесконечные возможности для исследования и открытия. Аллитерация усиливает запоминаемость слогана и подчеркивает контраст между обширностью России и тем фактом, что все это можно найти в пределах одной страны.

Слогану “*Turkey unlimited*” / «Турция без ограничений» придается дополнительная выразительность за счет эллипсиса “*Turkey is unlimited*”. Это сочетание слов привлекает внимание к слогану, вызывая у читателей любопытство. Использование слова “*unlimited*” (неограниченный) несет идею о том, что в Турции есть безграничные возможности для туризма и открытий. Помещение этого слогана на постеры с изображением достопримечательностей из разных регионов страны иллюстрирует это утверждение, показывая, что Турция предлагает бесконечное разнообразие туристических впечатлений, от исторических памятников и природных чудес до современной городской жизни и пляжного отдыха.

Продолжим анализ слоганов, объединенных темой *exploration*. Среди них есть слоганы, которые бросают туристам вызов “*have not done it all*” / «еще не все успели сделать», такие как “*Abu Dhabi – And you think you’ve done it all*” / «И вы думаете, что уже все попробовали?», являются эффективным способом привлечения внимания и интереса у потенциальных туристов. Они подразумевают, что страна или регион предлагает уникальные и

незабываемые впечатления, которые туристы еще не испытали. В случае с Абу-Даби слоган подчеркивает, что город предлагает гораздо больше, чем просто небоскребы и торговые центры. Видеореклама, сопровождающая слоган, демонстрирует разнообразные достопримечательности, местную кухню, пустыню и экстремальные виды деятельности, показывая, что в Абу-Даби есть что-то для каждого. Аналогичным образом, слоганы “*Sri Lanka – Hello Again Sri Lanka*” / «И снова здравствуй, Шри-Ланка» и “*Mexico – The Place You Thought You Knew*” / «Место, которое, как вы думали, вы знаете» (Мексика) подразумевают, что эти страны предлагают туристам новые и неожиданные впечатления, даже если они уже бывали там ранее. В данных слоганах применен прием коммуникативной актуализации, заключающийся в том, что их формулировка имитирует обращение к собеседнику. В первом случае – “*Sri Lanka*” – “*Hello Again Sri Lanka*” – это как бы обращение к самой стране, во втором случае за счет введения в контекст местоимения “you” звучит апелляция к адресату рекламного текста.

Далее затронем тему *country's riches* (богатства страны), которая звучит в словах, квалифицирующих пункт назначения как сокровищницу, например, “*Treasure Island*” / «Остров сокровищ» (Мадагаскар), “*A Kingdom of Unexpected Treasures*” / «Королевство невиданных сокровищ» (Бруней), “*A World of Treasures*” / «Мир сокровищ» (Камбоджа), “*Empire of Hidden Treasures*” / «Империя запертых сокровищ» (Перу), “*#treasureitaly*” / «#сокровищаИталии» (Италия). Использование лексемы *treasure* (сокровище) в качестве ключевого слова создает образ пункта назначения как сокровищницы, полной скрытых чудес и драгоценных впечатлений.

Перейдем к рассмотрению следующего концепта *originality and uniqueness* (подлинность и оригинальность). В современную эпоху мир быстро превращается в глобальную деревню, предлагающую унифицированную продукцию, а страны стремительно теряют свою идентичность под натиском глобализации. В мире, где “все можно найти везде”, оригинальные направления, сохранившие свою первозданную красоту и аутентичную культуру, – это то, чего жаждет турист в поисках уникального опыта и впечатлений. Поэтому для стран утверждение и продвижение себя как предлагающих особенный, отражающий национальную специфику туристический продукт стало важнейшей целью маркетинга. В маркетинговых слоганах используются слова, передающие оригинальную и неповторимую сущность их культуры.

В качестве примера рассмотрим слоган Новой Зеландии “*New Zealand – 100% Pure*”. Эпитет *pure* (чистый) передает атмосферу чистоты, красоты и уникальности Новой Зеландии. По определению Cambridge Dictionary, слово *pure* означает *not mixed with anything else* (не смешанный ни с чем другим); *clean and free from harmful substances* (чистый и не содержащий опасных веществ).

Указание процента со значением абсолютной степени “100% Pure” в

данном случае представляет собой гиперболу и создает впечатление гарантии того, что турист прибудет в ухоженную страну с нетронутой природной средой. Более того, у рассматриваемого слогана имеется сопутствующее визуальное оформление (Рисунок 4), в котором знак процента графически повторяет вытянутый контур страны (косая черта) окруженный водой (круги), что подчеркивает уникальность статуса островного государства. Выбор шрифта также играет важную роль в передаче сообщения слогана. Заглавный жирный шрифт с углами напоминает горный ландшафт Новой Зеландии, усиливая впечатление о стране как о месте с захватывающими дух природными красотами.



Рисунок 4 – Реклама Новой Зеландии

Рассмотрим еще несколько примеров слоганов, транслирующих концепт самобытности: “*Truly Asia*” / «*Настоящая Азия*» (Малайзия), “*Essential Costa Rica*” / «*Незаменимая Коста-Рика*» (Коста-Рика), “*Wild Beauty*” / «*Дикая красота*» (Черногория). “*An Authentic Africa*” / «*Подлинная Африка*» (Мали), “*Land of Origins*” / «*Земля истоков*» (Эфиопия). Такие конструкции подчеркивают глубокую связь страны с ее историческими корнями, приглашают туристов погрузиться в богатую культуру, традиции и наследие этих стран. Идея уникальности и неповторимости акцентируется употреблением таких адъективных единиц, как *authentic* ‘истинный, настоящий, подлинный, неподдельный’, *essential* ‘внутренне присущий, неотъемлемый’, адвербиальной единицы *truly* ‘по-настоящему, действительно’, а также субстантивной единицы *origins* ‘истоки’.

Далее затронем тему – ***emotional association*** (эмоциональная связь). В данном типе слоганов используются слова, способные вызвать эмоциональный отклик у целевой аудитории. В следующем примере рекламируется такая европейская страна, как Словения. В слогане сделан акцент на элементе “любви”, “*I feel SLOVEnia*” / «*Я чувствую Словинию*» за счет графического выделения компонента, совпадающего по написанию с словом “love” (любовь). Аналогичную картину наблюдаем в слогане Джибути: налицо игра слов “*Djibeauty*” / «*Джибьюти*», а именно объединение слов “Djibouti” (Джибути) и “beauty” (красота). Благодаря подобному стилистическому приему у читателя вызываются дополнительные ассоциации, способствующие возникновению заданного образа как страны, вызывающей чувство любви (SLOVEnia), или как страны – воплощения красоты (Djibeauty).

Перейдем к рассмотрению концепта *hospitality* (гостеприимство), который можно выявить по наличию в слоганах таких глагольных единиц как *welcome* (приветствовать), *come* (приезжать), *await* (ждать), *visit* (посещать) и именной единицы, аналогичной концепту, *hospitality* (гостеприимство), например: “*Where Hospitality is Natural*” / «Где гостеприимство – это естественно» (Сенегал); “*You’re Welcome*” / «Добро пожаловать» (Уганда); “*Bolivia Awaits You*” / «Боливия ждет вас»; “*The Most Welcoming Place*” / «Самое гостеприимное место» (Колумбия); “*Visit the USA*” / «Посетите США».

Разберем подробнее еще несколько примеров концепта *hospitality*. Слоган “*Hospitality Without Borders*” / «Гостеприимство без границ» (Беларусь) с помощью лексической единицы *hospitality* (гостеприимство) подчеркивает, что гостеприимство в Беларуси не ограничивается какими-либо границами, и все туристы будут чувствовать себя желанными гостями. Фраза “*when the time is right*” в слогане “*Welcome to Sweden, when the time is right*” / «Добро пожаловать в Швецию, когда придет время» транслирует идею уважения шведского народа к личному пространству и времени туристов, а также выражает его готовность приветствовать их, когда они примут решение посетить их страну. Слоган Австралии “*Come Live Our PhilAUsophy*” / «Приезжайте пожить нашей философией» приглашает туристов полностью погрузиться в австралийский образ жизни. Экспрессивность слогана обусловлена не только его содержательной стороной, но и использованием следующих стилистических приемов. Эллипсис, пропуск частицы *to* перед неопределенной формой глагола создает ощущение неформальности и непринужденности, что соответствует австралийскому образу жизни. Окказионализм *PhilAUsophy* представляет собой игру слов, которая соединяет в себе лексему *philosophy* (философия) и аббревиатуру *AU* от *Australia* (Австралия). Этот прием привлекает внимание и намекает на то, что у жителей Австралии есть своя особая философия жизни, которой они готовы поделиться с туристами.

Далее затронем тему *historicity* (историчность). Слоганы стран, использующие тему историчности, побуждают туристов исследовать богатую историю и культурное наследие страны. “*Where it all begins*” / «Там, где все начинается» (Египет) намекает на древнюю историю Египта как колыбели цивилизации и приглашает туристов стать свидетелями ее богатого прошлого. “*Come to where it all started*” / «Приезжайте туда, где все началось» (Мозамбик) подчеркивает историческое значение Мозамбика как одной из первых стран, через которые проходили торговые пути между Востоком и Западом. “*Land of Creation*” / «Земля сотворения» (Израиль) отсылает к библейской истории и приглашает туристов открыть для себя землю, которая считается священной для многих религий. Таким образом, задумку концепта отражают лексические единицы: *to begin* (начинать), *to start* (начинать), *creation* (сотворение).

Также нами был выделен концепт *personalization* (индивидуализация) в слоганах: “*Our ride, your destination*” / «*Наша поездка, ваше место назначения*» (Ботсвана); “*Ours. Yours. Bahrain*” / «*Наш. Ваш. Бахрейн*»; “*Qurated for You*” / «*Курированный для вас*» (Катар); “*Imagine Your Korea*” / «*Вообразите свою Корею*» (Южная Корея). Они подразумевают, что отдых в их стране может быть адаптирован к индивидуальным интересам и предпочтениям каждого туриста. Лексемы *you* (ты) и *your* (твой) транслируют идею персонализации и открытости.

Подводя итоги, в ходе исследования англоязычных слоганов, рекламирующих различные туристические направления для путешествий по всему миру, мы выделили семь основных концептов: *exploration* (открытие нового), *country's riches* (потенциал страны), *originality and uniqueness* (аутентичность), *emotional association* (эмоциональная связь), *hospitality* (гостеприимство), *historicity* (историчность), *personalization* (индивидуализация). В слоганах туристического направления активно используются следующие стилистические средства выразительности: метафора, олицетворение, эпитеты, окказионализмы, аллитерация, эллипсис, графическое оформление, гипербола.

ЛИТЕРАТУРА

1. Иванова Е. В. Туристская реклама в культуре XX века. Текст : непосредственный // Туризм и культурное наследие : межвуз. сб. науч. тр. – Саратов : Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского, 2004. – С. 136–141.
2. Аренс У. Ф., Вейголд М. Ф. Современная реклама / пер. с англ. – М. : Эксмо, 2011. – 880 с.
3. Кромптон А. Мастерская рекламного текста. – М. : Довгань, 2007. – 243 с.
4. Рыбочкина Ю. Л. Стилистические средства создания образов в рекламном слогане // КиберЛенинка [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/stilisticheskie-sredstva-sozdaniya-obrazov-v-reklamnom-slogane> (дата обращения: 13.04.2024).
5. Yagnoseni Das The Ultimate List Of Tourism Slogans From Almost Every Country In The World // Travel + Leisure [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.travelandleisureasia.com/global/people/travellers/tourism-slogans-from-almost-every-country-in-the-world/> (дата обращения: 14.04.2024).
6. Cambridge Dictionary : электронный словарь [Электронный ресурс]. – URL : <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения: 14.04.2024).
7. Merriam-Webster Dictionary : электронный словарь [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 14.04.2024).
8. YouTube : социальная сеть [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.youtube.com/> (дата обращения: 15.04.2024).
9. Google Images : поисковая платформа [Электронный ресурс]. – URL : <https://images.google.com> (дата обращения: 15.04.2024).

СХОДСТВО И РАЗЛИЧИЕ ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКОГО ВОПЛОЩЕНИЯ КОНЦЕПТА «СЕМЬЯ» В ИСПАНСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. Концепт «семья» является одним из ключевых в любой культуре, и он отражается в языке различными способами, в том числе через паремии (пословицы, поговорки, крылатые выражения). В статье рассматривается сходство и различие паремиологического воплощения концепта «семья» в испанском и английском языках.

Ключевые слова: семья, перевод, языки, брак, испанские пословицы, английские поговорки, дети, муж, жена, любовь, родители, родственники.

Семья – это несомненная ценность. Множество психологических исследований подтверждают, что люди, принадлежащие к разным возрастным, социальным и этническим группам, ставят семью на первое место среди жизненных ценностей.

Концепт «семья» является основополагающим в каждой культуре, представляя собой социальную единицу, основанную на родственных связях и играющую жизненно важную роль в формировании структуры общества.

В семье нуждается каждый человек, и все семьи в мире, так или иначе, имеют схожие черты, но национальные различия в отношении к семье и к семейно-родственным связям все же существуют. Паремнология, изучающая пословицы и поговорки, предлагает ценный источник для исследования культурных представлений и ценностей, связанных с семейной жизнью. Способность пословиц воспроизводить ценностные приоритеты общества позволяет использовать их для описания концепта. Прежде чем приступить к анализу концепта «семья» в паремнологии английского и испанского языков, уместно дать характеристику семейных отношений в этих культурах. Английская семья замкнута изнутри – каждый из ее членов тщательно сохраняет неприкосновенность своей частной жизни, эмоциональное проявление любви и душевной близости между членами семьи в определенной мере избегается англичанами, чего нельзя сказать об испанцах. У испанцев семейные узы очень сильны, чаще это большие семьи с множеством родственников, которые живут вместе, характерно яркое проявление эмоций среди членов семьи [4].

Паремиологический анализ дает нам понять, что к концепту «семья»

у англичан и испанцев отношение неоднозначное. В данной статье мы анализируем следующие аспекты этого отношения: отношение к браку в целом, положительное отношение к браку, отрицательное отношение к браку, отношение к воспитанию детей, отношение между супругами, отношение к старшему поколению и родственникам.

Рассмотрим паремиологические единицы, характеризующие отношение к браку в целом. Аксиологическая составляющая этих единиц делится на два типа: положительное отношение и отрицательное отношение.

Высокую оценку браку и семье можно увидеть в применении таких эпитетов как *honourable marriage* (почетный брак), *solution to problems* (решение проблем), *unidos* (вместе), *pilar de la sociedad* (основа общества), *fuerza* (сила). Рассмотрим пословицы, в которых выражается позитивное отношение к браку. Например, в следующих пословицах брак оценивается как почетное дело, как союз, заслуживающий уважения или дающий силу, являющийся опорой, как путь к решению многих проблем и как дорога к победе. Например, *Marriage is honourable* (Брак почетен), *La unión hace la fuerza*. (Союз создает силу), *La familia es el pilar de la sociedad* (Семья – это столп общества), *Marriage is a quick solution to many problems* (Брак – это быстрое решение многих проблем), *En familia, unidos venceremos* (В семье, вместе мы победим) [1].

В данных пословицах акцентируется внимание на том, что брак является важным социальным явлением. Так, например, прилагательное *honourable* дает понять, что заключение брака: это почетно и благородно, существительные *union* и *unidos* подчеркивают важность единения членов семьи, субстантивная лексема *pilar* делает акцент на семье как опоре общества, а слово *fuerza* показывает, что семья – это сила.

В английской паремии подразумеваются то, что заключение брака закрывает такие человеческие потребности в материальном и эмоциональном плане как потребность в жилище, в финансовой и поддержке, в чувстве безопасности и заботы, в потребности получения социального статуса. Данные паремии показывают нам, что семейный союз – это особо важное объединение двух людей в семейный институт, означающее создание семьи на основе брака или другой формальной установки, а также обязующее супругов к совместной жизни, заботе о детях и обеспечению друг друга. Семейный союз подразумевает совместные усилия, уважение к партнеру, поддержку и взаимопонимание, которые помогают супругам преодолевать трудности и строить общее будущее. В данном аспекте также можно выделить паремии в которых прослеживается идея о браке как проявление глубоких чувств и взаимной привязанности. Например, *Love makes the world go round* (Любовь движет миром), *A penny-weight of love is worth a pound of law* (Пенни любви стоит фунта закона), *Amor no respeta ley ni obedece a rey* (Любовь не уважает закон и не подчиняется королю), *Ni abril sin flores, ni juventud sin amores* (Ни апреля без цветов, ни молодости без любви).

Смысл данных пословиц заключается в том, что любовь способна преодолевать различия, сближать людей и создавать гармонию в отношениях, что нельзя представить жизненный опыт без опыта любви. В некоторых пословицах налицо использование приема антитезы, которая очень характерна для организации многих паремий. Так, в одном из приведенных выше примеров значимость чувства любви в отношениях подчеркивается противопоставлением *penny-weight* и *pound* в метафорических выражениях *penny-weight of love* и *pound of law*. Любовь не подвергается рациональному объяснению, а является искренним проявлением чувств и эмоций человека. Она вдохновляет на добрые поступки, помогает преодолевать препятствия и поддерживает нас в трудные моменты. Любовь способна изменить человека, делая его лучше и добрее. Она дарит смысл и цель нашей жизни, наполняя её счастьем и радостью. *Love lives in cottages as well as in courts* (Любовь живёт и в лачугах, и в дворцах), *Hay que estar a las duras y a las maduras* (Нужно быть как с неспелым, так и со спелым). Смысл данной пословицы можно передать с помощью аналогии с русской паремией «и горе и радости», то есть, любовь не зависит от обстоятельств и не исчезает в трудные времена, а скорее проявляется и укрепляется в таких моментах. Данное чувство помогает сохранять семью и заключать брак, вне зависимости от изменившегося положения человека в обществе или финансовых возможностей.

В таких пословицах акцентируется важность того, что хотя материальные блага могут обеспечить нам комфорт и стабильность, они не могут заменить теплоту и поддержку, которые приносит настоящая любовь. Любовь может дать нам силу преодолевать жизненные трудности, чувство удовлетворения и счастья, которые нельзя купить за деньги. В этих примерах мы снова видим антитезу: противопоставляются хижины (*cottages*) и дворцы (*courts*) в английской пословице, «спелое и «неспелое» – в испанской.

Следующий аспект – это отрицательное отношение к семье и браку, т.е. как к обременяющему и тягостному явлению. Отрицательное отношение к браку выражается с помощью существительных *guerra* (война), *males* (зло), *padlock* (замок), словосочетания *single life* (холостяцкая жизнь) в сочетании с превосходной степенью прилагательного *best*. Например, *Wedlock is a padlock* (Брак – это кандалы), *A single life is best* (Холостяцкая жизнь лучше), *Quien no se casó, de mil males se libró* (Кто не женился, освободился от тысячи зол), *Quien teniendo paz se casa mete la guerra en su casa* (Кто живет мирно и вдруг женится приводит в свой дом войну), *Quien se casó una vez, por necio perdonado es; pero si dos, por bestia no lo perdona Dios* (Дураку прощительно, когда он женится в первый раз; ослу, который второй раз падает в ту же яму и бог не простит) [2]. В данных пословицах превалирует идея преимущества безбрачия и они акцентируют негативные стороны брака. Со-

здание семьи может влечь за собой определенные ограничения и обязательства, могут возникать конфликты, непонимание и разногласия, которые могут быть источником стресса и напряжения в отношениях. Брак может привести к потере личной свободы и независимости, особенно если один из партнеров стремится контролировать другого.

Также в паремиях двух языков прослеживается идея того, что материальная сторона брака важнее чувств. Пословицы говорят нам о том, что при выборе спутника жизни следует ориентироваться не только на эмоции, которые мы испытываем, но и на материальную выгоду, которую мы можем получить от брака с этим человеком. В паремиях акцентируется важность рационального подхода к заключению брака, который в перспективе должен улучшить финансовое положение или социальный статус. Например, *It's unlucky to marry for love* (Брак по любви неудачен), *Who marries for love without money, has good nights and sorry days* (У женившегося без денег по любви хорошие ночи и жалкие дни), *Marry first and love will follow* (Сначала женись, а любовь придет потом), *Amor con amor se paga, y además son dinero* (Любовь считается только с любовью и еще с деньгами). Мы видим, что в одной из пословиц концепт любви сочетается с понятием неудачи (unlucky) и лексемой sorry days, что оказывается выражением довольно печального вывода, о том, что брак по любви не гарантия счастливой семейной жизни. Брак рассматривается скорее как социальный договор, социальная установка или выгодная сделка. Пословицы посвящены тому, что ключевым фактором заключения брака все же является социальное положение и материальное состояние избранника, чувства уходят на второй план.

В паремиологических фондах английского и испанского языков следует отметить другой аксиологический аспект: это отношение к воспитанию детей. В этом случае были выявлены сходства и различия в связи с культурными особенностями двух наций. Англичане считают, что проявление родительской любви и нежности приносит вред детскому характеру, что лишний раз поцеловать ребенка значит испортить его [7]. В их традициях относиться к детям сдержанно, даже холодно: *A child may have too much of his mother's blessing* (Мать своей любовью может испортить ребенка), *A man who has not been flogged is not educated* (Кого не пороли, того не воспитали), *Spare the rod and spoil the child* (Пожалеешь розгу: испортишь ребенка), *Children must be seen but not be heard* (Дети должны быть видны, но не слышны). В Испании налицо детоцентрический подход к воспитанию [5]. Сами испанцы объясняют это тем, что они главной целью ставят воспитать счастливого человека, окруженного любовью. Испанские родители активно проявляют любовь и даже балуют своих детей. Опека своих детей считается долгом родителей и может продолжаться даже тогда, когда дети становятся взрослыми и самостоятельными. Например, *Los padres todo lo deben a sus hijos*. (Родители все должны своим детям).

Также поощряется, когда в семье много детей: *De hijos y de bienes, tu*

casa llenes (Наполняй свой дом благами и детьми). Для подавляющего большинства испанских родителей характерно трепетное отношение к детям. Например, используется сравнение ребенка с цветком: *Casa sin niños, tiesto sin flores* (Дом без детей – горшок без цветов). *Casa sin hijos, higuera sin higos*. (Дом без детей – смоковница без плодов). Вместе с тем в обоих языках существуют пословицы, в которых дети представляют особую ценность в жизни человека. Детей сравнивают с понятием богатства (*riches*) в английском и (*riqueza*) в испанском языках. Например, *Children are poor men's riches* (Дети – богатство бедняка), такой же вариант есть и в испанском языке, *Los hijos son la riqueza del pobre* (Дети – богатство бедняка).

Из контекста воспитания можно также выделить следующий аспект, реализуемый в английских и испанских поговорках – аспект связан с отношениями мужа и жены. Эти отношения в Англии носят довольно сдержанный характер: супруги редко вмешиваются в дела друг друга. Шумные сцены, выяснения отношений – все это не присуще английской семье. Например, *Quarrels are like babies: they grow bigger with nursing* (Ссоры, как маленькие дети: чем больше с ними нянчатся – тем хуже). Так же, как и чувство привязанности, чувства стыда, обиды и гнева прячутся за сдержанной улыбкой супругов. Например, *The only woman who always praises her husband is a widow* (Только одна женщина постоянно хвалит своего мужа – это его вдова). Мы видим, что, как и в отношении детей, так и между супругами, принято не проявлять излишнюю похвалу и обожание.

Также есть пословицы, где выражается равенство и партнерство в отношениях между супругами, что характерно и для английских поговорок, так и для испанских. Данное отношение выражается с помощью таких лексем как существительное *partnership* (партнерство), глагол *equal* (быть равным), с помощью метода сравнения обоих супругов с жизненно важными органами человека: *madre* (мать) – *corazón* (сердце), *marido* (муж) – *cabeza* (голова). Например, *Marriage is a partnership of equals* (Брак – это партнерство равных), *La madre es el corazón de la familia* (Мать – это сердце семьи), *El marido es la cabeza de la familia* (Муж – глава семьи.). Данные пословицы создают образ семьи как единого организма, где супруги являются одинаково значимыми органами, которые зависят друг от друга.

Рассмотрим пословицы, объединенные общей когнитивной «Хорошая жена важна для успешного брака» «Хорошая жена – залог успеха» «Хорошая жена – большая ценность». Реализация выражения такой оценки характерна и для английских, и для испанских пословиц. Женщине отводится очень важная роль в семье, для вербализации этого утверждения используются такие лексемы как *best wealth* (лучшее богатство), *good wife* (хорошая жена) в английском языке и сравнение женщины с необходимыми элементами чего-либо (штурвал корабля в испанской поговорке). Например, *A good wife and health are a man's best wealth* (Хорошая жена и доброе здоровье – лучшие богатства), *Casa sin mujer no es lo que debe ser* (Дом без женщины-

то, чего не должно быть), *Casa sin mujer y barco sin timón, igual cosa son.* (Дом без женщины: что корабль без штурвала)

Вместе с этим в испанском есть пословица, о жестоком обращении с женщиной: *Mujer casada: huesos rotos* (Замужняя женщина – сломанные кости). В английском языке схожих паремий не удалось найти.

Также интересно рассмотреть аспект отношения к старшему поколению между родственниками в английских и испанских паремиях. В английских пословицах семейные узы и родственные связи высоко ценятся. Это выражается с помощью существительных *blood* (кровь), *home* (дом), *heart* (сердце), наречия *together* (вместе). Например, *Blood is thicker than water* (Кровь гуще воды) – здесь подчеркивается важность родства и семейного древа. Аналогичная мысль звучит в пословицах *Home is where the heart is* (Дом там, где сердце), *A family that prays together, stays together* (Семья, которая молится вместе, остается вместе). Эти поговорки отражают тесную связь, которая объединяет членов семьи, подчеркивая важность кровных уз и общих ценностей. Они выделяют понятие домашнего очага как места комфорта и безопасности.

В испанских поговорках также особую роль играют отношения к родственникам. Отсутствие родственников или их малое количество ассоциируется с лексемой *nido de ratones* (мышинное гнездо). Например, *Casa sin moradores, nido de ratones* (Дом без жителей – мышинное гнездо), *En casa llena, presto se hace la cena.* (В полном доме быстро готовится ужин). В данных пословицах поощряется многочисленность родственников и детей в доме, так как считается что в такой семье больше взаимоподдержки и понимания. Сравнение пустого дома с мышинным гнездом вызывает негативные ассоциации, заставляет думать о грязи и болезнях.

Особое значения для испанцев занимают их старшие родственники и предки [6]. Люди в возрасте, имея значительный жизненный опыт, могут передавать его следующим поколениям. Данное значение выражается с помощью лексем *buen consejo* (хороший совет), *sabiduría* (мудрость). Например, *En la casa que hay un viejo no faltará un buen consejo* (Если есть в доме старик, всегда будет и добрый совет), *Los abuelos son la sabiduría de la familia* (Бабушки и дедушки – это мудрость семьи).

Встречаются поговорки и о сложностях отношений между дальними родственниками. Понятие тесной связи между родственниками описывается с иронией. Например, *Con la familia comer y beber, pero no comprar ni vender* (С родственниками – есть и пить, но не покупать и не торговать), *A casa de tu tía, mas no cada día* (К своей тете, но не каждый день), *A quien Dios no le da hijos, el diablo le da sobrinos* (Кому Бог не дает детей, тому дьявол дает племянников), *Ira de hermanos, ira de diablos* (Гнев братьев, гнев дьяволов).

Сравнительный анализ паремиологического воплощения концепта «семья» в испанском и английском языках выявляет как общие черты, так и

культурные различия в семейных ценностях и традициях. Пословицы и поговорки обеих культур подчеркивают важность единства, взаимоподдержки и воспитательной роли семьи. Однако они также отражают различные культурные акценты, такие как религиозные аспекты в испанском языке и физическое пространство в английском языке [3].

Паремиологическое воплощение концепта «семья» в испанском и английском языках представляет собой сложный и многогранный предмет исследования. Хотя пословицы и поговорки обеих культур отражают фундаментальную значимость семьи, существуют также тонкие различия, которые раскрывают уникальные культурные ценности и представления.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Алефиренко Н. Ф., Семаненко Н. Н.* Фразеология и паремиология : Учебное пособие для бакалаврского уровня филологического образования. – М., 2019. – 241 с.
2. *Антонова Е. Н., Бредис М. А., Владимирова Т. Е.* Паремиология без границ. – Москва : Российский университет дружбы народов, 2020. – 241 с.
3. *Апресян Ю. Д.* Языковая картина мира и системная лексикография. – М., 2006. – 910 с.
4. *Кутьева М. В.* Особенности испанского национального характера: их след в «Первой сотне» испанских слов // Вестник ВятГУ. – 2012. – № 2.
5. *Кутьева М. В.* Коммуникативное поведение испанцев: лингвокультурологический подход // Язык и мир изучаемого языка. – 2011. – № 2. – С. 75–78.
6. *Локтев С. П.* Этнокультура Испании. – Пятигорск : ПГЛУ, 2009. – 120 с.
7. *Афанасьев А. Н.* Происхождение мифа. – М. : Высшая школа, 2022. – 150 с. [Электронный ресурс]. – URL : <https://lework.net/list/products/koncept-semya-v-paremiyakh-dvukh-yazykov-angliyskiy-i-ispanskiy---26238>
8. *Киселев А. В.* Испанские пословицы и поговорки и их русские аналоги. – М., 2007.
9. *Гнездилова В. А.* Испанско-русский словарь пословиц и поговорок. – М., 2005.
10. *Кусковская С. Ф.* Сборник английских пословиц и поговорок. – М., 1987.
11. *Митина И. Е.* Английские пословицы и поговорки и их русские аналоги. – М., 2019.

УДК 81+811.111

Гордеева М. Н., Бочкарев А. И.

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНЦЕПТА «СМЕРТЬ» В СТЕНДАП КОНЦЕРТЕ ВАНИ УСОВИЧА «40 ЛЕТ МАКСИМУМ»

*Новосибирский государственный технический университет,
г. Новосибирск, Российская Федерация*

Аннотация. В представленной работе анализируется комическая объективация концепта «смерть» в стендап концерте комика Вани Усовича «40

лет максимум». Смерть принадлежит к аксиогенным ситуациям, вызывающим страх у большинства людей. В представленном произведении высмеивание смерти осуществляется с целью отстранения от опасности и возвышения над ней. В ходе исследования были выделены такие комически значимые характеристики смерти, как отторжение смерти, желание бессмертия, обесценивание жизни, высмеивание загробной жизни, внезапность смерти.

Ключевые слова: аксиологическая лингвистика, концепт, ценности, смерть, комический дискурс, черный юмор, стендап.

В современных лингвистических исследованиях растет внимание к ценностным аспектам различных концептов [1–5]. Несмотря на широкую изученность концепта «смерть» в русле философских и лингвистических направлений [6–11], его аксиологический аспект остается недостаточно освещенным. В нашей работе рассматриваются аксиологические особенности концепта «смерть» в сфере комического дискурса.

Концепт «смерть» в комическом дискурсе реализуется, в основном, в сфере черного юмора, который является одним из путей художественного освоения окружающей реальности, отражающим естественный интерес человека к пугающей ее стороне, в том числе, к смерти. Осмеяние страшных ситуаций отстраняет самого адресанта комического и делает его неуязвимым перед лицом опасности [14].

В представленной работе анализируется комическая объективация концепта «смерть» в стендап концерте комика Вани Усовича «40 лет максимум». Запись данного стендап концерта находится в доступе по ссылке: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=RTifScOdX-U&t=183s>.

Комически значимые характеристики концепта «смерть» выявляются по реакции аудитории, посетившей данный стендап концерт [15]. В примерах, приведенных в нашей статье, полужирным курсивом обозначены высказывания, которые вызвали у аудитории наиболее выраженный смех.

В рассмотренном стендап концерте были выделены следующие комически значимые аксиологические характеристики концепта «смерть»: отторжение смерти, желание бессмертия, обесценивание жизни, высмеивание загробной жизни, внезапность смерти.

а) Отторжение смерти выражается в несогласии с конечностью собственной жизни: ***Не хочу умирать. Но я всё равно умру. Вы, кстати, тоже. Поумираете все в течение 40 лет максимум.*** В представленном примере адресант использует прием вовлечения зрителей в действие концерта.

Далее комиком задаются риторические вопросы, а предполагаемая им реакция зрителей на сообщение об их неизбежной смерти гиперболизируется: ***Мы будем с этим чё-то делать? Почему мы не орём? Почему не оргия совместная сейчас? Сидите такие: «Я умру. Мои родители умрут.***

Мои дети умрут. Идём на стендап!». Для того чтобы указать на неразумность и нелогичность поведения зрителей, адресант прибегает к софизму (Я умру. Мои родители умрут. Мои дети умрут. Идём на стендап!).

б) Соппротивление факту неизбежности собственной смерти порождает мечту о бессмертии: *Хочу быть бессмертным. Тебе говорят: «О, бессмертие – это скучно». Скучно быть мёртвым. Вот это реально скукоптица.* Субъективный и рефлексивный характер скуки делает ее наличие невозможным у покойного. В основе создания комического эффекта лежит антитеза: фраза «бессмертие – это скучно» противопоставляется фразе «скучно быть мёртвым».

Если получение бессмертия невозможно, комик желает быть возвращенным к жизни: *Когда я умру, всё-таки попытайтесь меня воскресить. Не надо вот это: «Он сейчас в лучшем мире!» Я вернусь, скажу, где лучше было. Не надо, чтобы я потом воскрес, а меня уже черви съели. Если не будете знать, что делать, хотя бы заморозьте. Киньте на нижнюю полку морозилки, чтобы я там был, брусника...* В данном примере также реализуется антитеза: бережное отношение к телу (Не надо, чтобы я потом воскрес, а меня уже черви съели. Если не будете знать, что делать, хотя бы заморозьте) противопоставляется рекомендуемому действию (Киньте на нижнюю полку морозилки, чтобы я там был, брусника).

в) Неизбежность смерти приводит к осознанию бесполезности жизни и ее обесцениванию: *И при этом я бы не сказал, что жизнь как бы вау... Чем вообще умные люди занимаются, вместо того, чтобы решать проблему смерти? Зачем мне эта умная колонка? Чтобы я перед смертью грустную песню попросил включить?* Значимость современных достижений общества значительно принижается (Зачем мне эта умная колонка?), в сравнении с глобальной проблемой конечности существования (Чтобы я перед смертью грустную песню попросил включить?).

Обесцениваются и собственные достижения человека: *Ну, выучу я этот английский... И умру? Thank you. Во-первых, зная себя, я учить его буду лет 30. А оставшееся время что мне делать? На английском просить, чтоб за мной убрали? Clean my ass, please. Maybe I will die tomorrow.* Бесполезность изучения иностранного языка человеком средних лет подчеркивается отсутствием адекватных ситуаций его применения (Clean my ass, please). Кроме того, данная шутка представляет собой аллюзию на предыдущий концерт этого стендап комика, в котором часть монолога была посвящена сложности изучения английского языка. Соответственно, для полного понимания данной шутки необходимо знание другого произведения автора.

г) Загробная жизнь стандартно высмеивается в рамках парадигмы «рай – ад»: *Вы, кстати, как, верите во что-то после смерти? А есть среди вас такие, кто верит в рай и ад? Потому что вы думаете, что вы*

в рай попадете. Хотя на самом деле вы попадете в ад. Весь этот зал будет гореть в аду. Это я вам обещаю. Потому что вы видели требования в рай? Я читал недавно эти 7 смертных грехов, 10 заповедей. Больше напомнило описание меня как личности. Осмеивается уверенность зрителей в том, что после смерти они попадут исключительно в рай. Испорченность присутствующих подчеркивается и гиперболизируется (Весь этот зал будет гореть в аду), а для характеристики праведного поведения используется канцеляризм (вы видели требования в рай?.. Больше напомнило описание меня как личности). В представленном примере смех сопровождается аплодисментами зрителей.

д) Подчеркивается внезапность смерти по различным причинам: *Умереть можно просто в любую секунду. Прямо сейчас может прийти тип с пулемётом, нас всех перестрелять... У кого-то тромб может оторваться. Кровоизлияние в мозг пойти... У меня единственная просьба: не умрите во время этого концерта. Потому что, скорее всего, это конец концерта. Не получится вынести ваш труп и продолжить, понимаете? Что я скажу? «Он умер – ну вот, как раз в тему...».* Призыв контролировать внезапную смерть является оксюмороном, на котором основывается комический эффект (Умереть можно в любую секунду – не умрите во время этого концерта).

Любой вид транспорта также смертельно опасен: *Да, умереть что-то вообще слишком легко. А люди себя ведут в самолёте вообще, как ни в чём не бывало. Вы в окно не хотите посмотреть? <...> Вы думаете, я машин не боюсь, что ли? Машины – это хуже в тысячу раз, чем самолеты. Стоит хоть одному подумать: «Убью себя прямо сейчас. И вон того белобрисого прихватчу с собой, который сзади за водилой прячется. Думает, самое безопасное место...».* Когда ты едешь в такси, у тебя только периферическое зрение старого мужика с катарактой, который пять суток подряд выбивал ананасы в онлайн-казино. Во фрагменте реализуется антитеза «опасный – безопасный» на примере самолета, который считается одним из самых безопасных транспортных средств для путешествий, и автомобиля, в котором, вопреки общепринятому делению, нет безопасных мест. При этом осуществляется гиперболизация опасности обоих видов транспорта.

В заключение следует отметить, что представленный стендап-концерт является ценным практическим материалом для исследования комической объективации концепта «смерть», так как данный концерт практически полностью посвящен смерти, которая актуализируется здесь через разнообразные характеристики. Кроме того, стендап комик использует как «затертые» приемы (например, фрагмент с актуализацией парадигмы «рай – ад», по сути, является расширением схожей шутки американского комика Луи Си Кея в стендап выступлении “Monologue. March 29”), так и относительно новые (например, переосмысление привычных антитез).

ЛИТЕРАТУРА

1. *Богданова Л. И.* Оценки и ценности в зеркале словарей русского языка // *Russian Journal of Linguistics*. – 2017. – Т. 21. – № 4. – С. 729–748.
2. *Карасик В. И.* Аксиогенная ситуация как единица ценностной картины мира // *Политическая лингвистика*. – 2014. – № 1 (47). – С. 65–75.
3. *Марьянчик В. А.* Аксиологичность и оценочность медиа-политического текста. – М. : URSS, 2013. – 272 с.
4. *Нелюбова Н. Ю., Хильтбруннер В. И., Ершов В. И.* Отражение иерархии ценностей в пословичном фонде русского и французского языков // *Russian Journal of Linguistics*. – 2019. – Т. 23. – № 1. – С. 223–243.
5. *Новоселова Д. А.* Ценностные ориентиры с позиций аксиологической лингвистики. – 2019. – E-SCIO. – № 12 (39). – С. 110–117.
6. *Дмитриева П. Р.* Отношение к смерти: от страха и избегания к принятию смерти // *Инновационная наука*. – 2020. – № 8. – С. 76–79.
7. *Кленина Е. А., Песков А. Е.* Модели отношения к жизни и смерти: аксиологический аспект // *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. – 2012. – С. 79–81.
8. *Солдатова Е. Л., Жукова Н. Ю.* Теоретический обзор современных зарубежных исследований отношения к смерти // *Вестник ЮУрГУ. Серия «Психология»*. – 2018. – Т. 11. – № 3. – С. 13–23.
9. *Скрипник А. В.* Принципы исследования концепта «Смерть» в языковом сознании // *Язык и культура*. – 2013. – С. 161–165.
10. *Писаренко Д. А.* Слово «смерть» в русском языке: семантический, семиологический, лингвокультурологический аспекты : автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Ставрополь, 2021. – 29 с.
11. *Бочкарев А. И.* Антиценностный концепт *трусость* в комическом дискурсе англосаксонской лингвокультуры // *Вестник КемГУ*. – 2021. – № 23 (4). – С. 1016–1023.
12. *Бочкарев А. И., Гордеева М. Н.* Особенности актуализации ценностного концепта ‘acceptance of grief’ в рамках комического дискурса // *Вестник Томского государственного университета*. – 2023. – № 494. – С. 5–12.
13. *Бочкарев А. И.* Цинизм как базовая ценность современного англоязычного комического дискурса // *Вестник Томского государственного университета*. – 2022. – № 482. – С. 59–66.
14. *Клейберг Ю. А.* Креативная девиантология. – М., 2016. – С. 151–152.
15. *Бочкарев А. И.* Эмоциональная реакция аудитории как способ оценки комического и ценностного статусов различных явлений // *Вопросы психолингвистики*. – 2023. – № 1 (55). – С. 24–35.

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ КОНЦЕПТА
«КУЛЬТУРА ОТМЕНЫ» В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ**

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И. Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. В рамках данной статьи рассматриваются лексические средства выражения англоязычного концепта «культура отмены». Актуальность темы определяется растущим влиянием «культуры отмены» в социальных сетях, а также общественного давления на отдельных индивидуумов, компаний, брендов и организаций в западном обществе. В ходе исследования на материале медиадискурса выявлены синонимичные выражения базового наименования концепта «cancel culture», определены их сходные черты, а также особенности употребления.

Ключевые слова: концепт, медиадискурс, культура отмены, синонимы, лексические средства.

В настоящее время термин «культура отмены» становится все более популярным и широко обсуждаемым. Этот термин отражает явление публичного отрицания или отвержения определенных идей, практик или людей на основе их действий или убеждений. Он возник в 1940-х годах в США, но стал особенно распространенным в 2010-х годах с развитием движений Black Lives Matter (движение, отстаивающее права темнокожего населения) и MeToo (движение, отстаивающее права женщин, столкнувшихся с домогательствами), а также социальных сетей. Феномен «культуры отмены» заключается в том, что данный концепт все больше набирает обороты в западном обществе, как уже было сказано, за счет развития социальных сетей. Однако, в настоящее время, он вызывает множество дискуссий о свободе слова, толерантности и культурном разнообразии.

Интерес исследования концепта «культуры отмены» объясняется его недавним появлением и значительным влиянием на современное англоязычное общество. А. П. Бабушкин определяет концепт как дискретную единицу коллективного сознания, которая хранится в национальной памяти носителей языка в вербально обозначенном виде [1]. В данной трактовке подчеркивается локализация, общенациональный характер, а также языковое выражение концепта, так как он существует в сознании человека, присущ всем носителям языка и объективируется языковыми средствами. Кроме того, А. П. Бабушкин отмечает, что концепты хранятся в коллективном сознании, таким образом, подчеркивая их национально-культурную специфику [1].

Средства реализации концептов в языке различны. Целью данной статьи является анализ синонимичных выражений, отражающих концепт «культуры отмены». Материалом исследования выступают заголовки и тексты статей популярных англоязычных журналов и газет. Задача исследования: выявить синонимы, выражающие концепт «культуры отмены», определить их сходные черты и особенности употребления.

Согласно Кембриджскому словарю (The Cambridge Dictionary) термин «*cancel culture*» обозначает способ поведения в обществе или группе, преимущественно в социальных сетях, при котором принято полностью отвергать и прекращать поддерживать кого-либо за его слова или действия, которые являются оскорбительными [2]. Отталкиваясь от этого определения, мы выявили наиболее близкий по значению синоним *call-out culture* (от *callout* ‘призыв’ + *culture* – ‘культура’), который подразумевает способ поведения в обществе или группе, в котором людей часто публично критикуют и призывают к ответственности, преимущественно в социальных сетях, за их слова или действия [2]. В лексему *call-out* в данном синониме вкладывается значение *призыва* к ответственности и справедливости за слова или действия. В журнале *Very Well Mind* в статье “*Navigating Call-Out Culture: 5 Ways to Respond to Backlash Online and IRL*” содержится следующий пример: “*For individuals, the potential of being called out by others, and the subsequent fear of being publicly shamed or ostracized from one's community, can lead us to not take action*” [3]. В данном примере при помощи лексемы *call out*, «отмененных» людей называют «призванными», подразумевая то, что общество призывает таких людей к ответственности.

Призыв к ответственности сохраняется и в значении синонима *accountability culture* (от слова *accountability* ‘ответственность’), который, согласно Кембриджскому словарю, подразумевает привлечение человека к ответственности за свои слова, поступки, теряя привилегии [2]. В данное определение входит лексема *privileges* (‘привилегии’), в которые могут входить работа, выгодные содружества, контракты, сделки с компаниями, издательствами. Другими словами, синонимичное выражение *accountability culture* используется в тех случаях, когда «отмененный» потерял какое-либо выгодное предложение: “*The publisher canceling Senator Hawley's book deal is accountability culture, not cancel culture.*” [4].

Потеря привилегий – это одно из последствий «культуры отмены», в связи с этим ее часто называют *consequence culture* (от слова *consequence* ‘последствие’) – это феномен интернет-культуры, при котором люди несут более высокую ответственность за свои слова и действия, поскольку невыполнение этого требования приведет к немедленным последствиям, меняющим жизнь [2]. В журнале *FEE (Foundation for Economic Education)* в статье “*What Is Cancel Culture? Getting Beyond The Partisan Talking Points*” [5] содержится мнение, о том, что «культуры отмены» на самом деле не суще-

ствует как явления, и что «культура последствий» является наиболее подходящим названием явления «отмены»: *“In terms of cancel culture, I think it’s misnamed, that’s a misnomer. I think we have a **consequence culture** and that **consequences** are finally encompassing everybody in the society.”* [5]. По сути, любая «отмены» человека или организации сопровождается последствиями: от испорченной репутации до увольнения с работы. Соответственно, синоним *consequence culture*, зачастую, употребляется в контексте описания определенных последствий, с которыми сталкивается «отмененный». Примером такого употребления может послужить комментарий автора канала Fun Sport на Reddit: *“I just got banded from youtube for using hate speech! **Consequence Culture** has censored me and made me a big victim, even though I put myself in this position !!!”* [6].

В словаре Merriam Webster “cancel culture” определяется как процесс прекращения поддержки общественных деятелей в ответ на их предосудительное высказывание, включающий в себя бойкот или увольнение с работы [7]. Отсюда возникает взаимосвязь со следующим синонимом *boycott culture*, который является формой цензуры и используется, когда речь идет об «отмене» брендов и компаний, поскольку, согласно Кембриджскому словарю термин «boycott» обозначает соглашение, обычно между определенной частью населения о сокращении или прекращении использования и покупки определенных продуктов. В журнале *Bazaar* в статье *“Boycott culture”* [8] рассказывается о самом термине “boycott”, который был введен в 1800-х годах после капитана Ирландской земельной лиги Чарльза Бойкота, чтобы устранить концепцию землевладельцев Ирландии. В газете *Trends in Worlds* в статье *“How The #Boycott Culture On Social Media Takes Attention Away From The Real Issues”* [8] рассказывается о том, что частые «отмены» отвлекают общество от реальных проблем. В пример приведен «бойкот» крупных продуктовых компаний Zomato и Bingo: *“Recently, Twitter* witnessed not one but two topics that are trending on the micro-blogging website which ‘demand’ people to **boycott** Zomato and Bingo, for separate reasons, of course.”*

Следующий синоним *ensorship culture* (от слова *ensorship* ‘цензура’) является формой «культуры отмены» и обозначает бойкот или цензурирование продуктов деятельности, такие как книги, фильмы, произведения искусства [2]. Если “cancel culture” «отменяет» человека или компанию, то “ensorship culture” затрагивает продукты деятельности, с которыми связан «отмененный». В журнале *Areo* содержится статья: *“Cardi B and our **Censorious Culture**”* [9]. Данная статья, на примере одного из читателей журнала, рассказывает о важности «культуры отмены» для обычных потребителей, поскольку «отмена» и «цензура» затрагивает не только «отменяемого» музыканта, но и его слушателей и фанатов. В журнале *Polling Stone* рассказывается о цензурировании эссе четвероклассника, который написал о подвергающихся «отмене» трансгендерах: *“A school **censoring** a fourth grader writing about transgender people deserving to be treated with respect and*

equality?” [10].

Синонимичное выражение *ostracism culture* содержит термин *ostracism*, который обозначает изгнание или избегание. Это состояние вытеснение из какого-либо общества при помощи всенародного голосования по любой причине [11]. Взаимосвязь данного термина с термином “cancel culture” определяется их сходным значением, поскольку, если углубиться в историю, в 5 веке до нашей эры в Афинах, человек, подвергнутый остракизму не мог вернуться в родной город в течении десяти лет [12]. Схожие последствия мы можем наблюдать и с жертвами «культуры отмены», так как зачастую «отмененные» пропадают из поля зрения. Данную лексему используют как в заголовках, так и в текстах статей, подчеркивая, что «культура отмены» является новой формой остракизма: “*Cancel culture: Modern form of ostracism debuts*” [13], а также определяют остракизм как «культуру отмены» в древнегреческом стиле: “*Ostracism: ‘Cancel culture’ Ancient Greek-style*” [12].

«Культура отмены» зачастую выступает защитным механизмом различных меньшинств, соответственно, она связана с дискриминациями. Лексема *justice* (‘справедливость’, ‘правосудие’), входящая в состав синонима *social justice culture*, используется для призыва к адекватному отношению, определению прав между противоборствующими группами: “*Many of the social justice types of totalitarianisms manifest themselves in a remarkably feminine way.*” [14] – комментарий к статье “*Social Justice Culture and Toxic Femininity*” [14] журнала *Areo*, в которой обсуждается проблема сексизма из-за возникновения токсичного «маскулинного» и «феминного» общества и то, как «культура социальной справедливости» призывает к толерантному отношению между вышеупомянутыми группами, а также выступает инструментом привлечения внимания к данной проблеме и инструментом широкого ее распространения. Синонимизм терминов *social justice culture* и *cancel culture* определяется их сходным значением, поскольку оба понятия связаны с борьбой за справедливость и равенство. Однако, термин *social justice culture* является более узким по значению, так как описывает спектр действий и усилий, направленных на борьбу за социальную справедливость и равноправие между противоборствующими группами. В то время, как термин *cancel culture* акцентирует внимание на проблемах неравенства и дискриминаций в целом, и призывает к преодолению этих проблем.

Лексема *shaming* (‘позор’), входящий в состав следующего синонима *public shaming culture*, появилась еще в 1787 году. В то время позор признавался худшим наказанием, чем смерть. В настоящее время критический взгляд на позор в западной культуре укоренился из-за широкого распространения социальных сетей, и стал одной из составляющих «культуры отмены» [15]. Синонимичность выражений *cancel culture* и *shaming culture* объясняется областью использования данных терминов. Другими словами, «куль-

тура отмены» является формой публичного позора, в тех случаях, когда человека могут «отменить» из-за внешних данных. *Shaming culture* в англоязычном обществе является предметом дискуссий и споров, так как люди задаются вопросом: «Можем ли мы ‘отменять’ за внешние данные?». Об этом свидетельствуют многочисленные заголовки статей: “*Is public shaming now our biggest fear?*” [16], “*I’m Making the Case for Public Shaming*” [17], “*Public Shaming: Why We Do It and Why We Should Stop*” [18].

Существует еще один синоним “cancel culture” – *blacklist culture* (от слова *black* ‘черный’, *list* ‘список’). Он имеет несколько значений, и, в рамках нашего концепта, встречается в журналах и газетах гораздо реже вышеупомянутых синонимов. Данный термин появился еще в 1774 году, когда на промышленном предприятии США одного из забастующих занесли в «черный список». Согласно Кембриджскому словарю лексема *blacklist* обозначает список людей, стран и тех, кого определенная авторитетная группа считает неприемлемыми, и кого следует избегать [2]. Другими словами, *blacklist* – это форма цензуры, которая распространяется на «отмененных» людей и подразумевает определенные запреты для них. В статье “*The modern American blacklist culture is wide and deep, and will require a lot of dredging to clear*” рассказывается о широком использовании культуры «черного списка» в политической сфере для устранения политических оппонентов, а также о «черном списке» как мешающим свободе слова механизме. Хотя «культура отмены», «черные списки», цензура и нетерпимость к инакомыслию является нормальным стандартом общества, найдутся те, кто будут отстаивать свободу слова: “*Even now, with cancel culture, blacklisting, censorship, and intolerance against dissent the normal standard held by our leftist elitist intellectual class, conservatives still assume naturally that anyone they meet ... will stand together for liberty wherever tyrants strike*” [19]. Взаимосвязь терминов *blacklist culture* и *cancel culture* определена в журнале *Behind the black*, в которой случаи занесения в «черный список» отнесли в базу данных «культуры отмены»: “*Today’s blacklisted American: New cancel culture database lists more than 1,400 examples of censorship and blacklisting in academia*” [20]. Другими словами, мы можем сделать вывод о том, что «культура отмены» предполагает занесение людей в «черный список». Существует и другое значение термина *blacklist*, которое возникло в 2020 году с развитием движения Black Lives Matter. Это движение, в свою очередь, дало начало развитию самой «культуре отмены». *Blacklist* был создан для усиления прав в темнокожем сообществе, формирующем культуру мыслительного лидерства. В данный список включены как «команды», отстаивающие права темнокожих (например, мероприятие и культурная платформа Everyday People, прославляющая разнообразие культуры чернокожих), так и отдельные личности (Анжелика Росс – бизнесвумен, актриса и активистка движения за трансгендерность и расовое равенство) [21]. Таким, образом,

синонимизм терминов *blacklist culture* и *cancel culture* определяется как их сходным значением, так и областью возникновения и использования данных терминов.

В ходе нашего исследования, мы можем заключить, что концепт «культуры отмены» репрезентируется при помощи синонимичных выражений, так как базовое наименование концепта «*cancel culture*» имеет ряд популярных синонимов. Мы расположили их в порядке от самого близкого значения до самого дальнего: *call-out culture*, *accountability culture*, *consequence culture*, *boycott culture*, *ensorship culture*, *ostracism culture*, *social justice culture*, *public shaming culture*, *blacklist culture*. Наличие широкого ряда синонимичных выражений говорит о том, что данный концепт имеет широкий ассоциативный круг. Кроме того, каждый из этих синонимов выражает разные аспекты явления «культуры отмены», отмечая его как позитивные стороны («культура отмены» может выступать в качестве защитного механизма), так и негативные стороны («культура отмены» несет за собой разрушительные последствия), подчеркивая его социокультурное значение.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бабушкин А. П.* Концепты разных типов в лексике и фразеологии и методика их выявления // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: научное издание / Под ред. И. А. Стернина. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2001. – С. 52–57.
2. *Cambridge University Press*: Definition of cancel culture from the Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus, 2021. – P. 1.
3. *Resnick, A.* Navigating Call-Out Culture: 5 Ways to Respond to Backlash Online and IRL // *Verywellmind*. January 04, 2024 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.verywellmind.com/navigating-call-out-culture-how-to-respond-to-backlash7971234> (дата обращения: 18.03.2024)
4. *Stocking, Bronson* Publisher Cancels Josh Hawley's Book Discussing Censorship // *Townhall*. January 08, 2021 [Электронный ресурс] – URL : <https://townhall.com/tipsheet/bronsonstocking/2021/01/08/cancel-culture-scalps-hawleysbook-deal-n2582827> (дата обращения: 18.03.2024)
5. *Adorney, J.* What Is Cancel Culture? Getting Beyond The Partisan Talking Points // *Fee.org.com*. July 09, 2022 [Электронный ресурс]. – URL : <https://fee.org/resources/whatiscancel-culture-getting-beyond-the-partisan-talking-points/> (дата обращения: 19.03.2024)
6. *Reddit.com* [Электронный ресурс]. – URL : https://www.reddit.com/r/youtube/comments/124em4t/youtube_channel_terminated_for_hate_speech/ (дата обращения: 19.03.2024)
7. *Merriam-Webster Dictionary* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.merriamwebster.com/wordplay/cancel-culture-words-were-watching> (дата обращения: 21.03.2024)
8. *Dharni, A.* How The #Boycott Culture On Social Media Takes Attention Away From The Real Issues // *Indiatimes.com*. November 20, 2020 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.indiatimes.com/trending/social-relevance/boycott-culture-on-social-media-needs-to-stop-527912.html> (дата обращения: 21.03.2024)
9. *Hunter, L.* Cardi B and our Censorious Culture // *Areomagazine.com*. December 02, 2022 [Электронный ресурс]. – URL : <https://areomagazine.com/2022/12/02/cardi-b-and-her->

ensorious-critics/ (дата обращения: 22.03.2024)

10. *Cohen, D. S.* The Real Case of Censorship That Proves ‘Cancel Culture’ Outrage Is Bullshit // *Rollingstone*. March 06, 2021 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.rollingstone.com/culture/culture-commentary/cancel-culture-censorship-1137782/> (дата обращения: 22.03.2024)

11. *Britannica* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.britannica.com/topic/ostracism> (дата обращения: 24.03.2024)

12. *Ostracism: ‘Cancel culture’ Ancient Greek-style* // *History.co.uk* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.history.co.uk/articles/ostracism-cancel-culture-ancient-greek-style> (дата обращения: 24.03.2024)

13. *James, H.* Cancel Culture: Modern Form of Ostracism debuts // *Pd.co.ke.com*. April 13, 2021 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.pd.co.ke/lifestyle/cancel-culture-modern-form-of-ostracism-debuts-71734/> (дата обращения: 24.03.2024)

14. *Social Justice Culture ans Toxic Femininity* // *Areomagazine* [Электронный ресурс]. – URL : <https://areomagazine.com/2021/01/26/social-justice-culture-and-toxic-femininity/> (дата обращения: 24.03.2024)

15. *A history of shaming in America and its modern revival* // *Brewminate* [Электронный ресурс]. – URL : <https://brewminate.com/a-history-of-shaming-in-america-and-its-modern-revival/> (дата обращения: 25.03.2024)

16. *Pavia, L.* Is public shaming now our biggest fear? // *Marieclaire*. May 4, 2017 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.marieclaire.co.uk/life/public-shaming-497591> (дата обращения: 15.03.2024)

17. *I’m Making the Case for Public Shaming* // *Time*. August 13, 2015 [Электронный ресурс]. – URL : <https://time.com/3995794/im-makingthe-case-for-public-shaming-unless-you-publicly-shame-me-for-doing-so/> (дата обращения: 25.03.2024)

18. *Public shaming : why we do it and why we should stop* // *Our community now* [Электронный ресурс]. – URL : <https://ourcommunitynow.com/lifestyle/public-shaming-why-we-do-it-and-why-we-shouldstop> (дата обращения: 25.03.2024)

19. *Zimmerman, R.* The modern American blacklist culture is wide and deep, and will require a lot of dredging to clear // *Behind the black*. January 12, 2023 [Электронный ресурс]. – URL : <https://behindtheblack.com/behind-the-black/essays-and-commentaries/the-modernamerican-blacklist-culture-is-wide-and-deep-and-will-require-a-lot-of-dredging-to-clear/> (дата обращения: 28.03.2024)

20. *Zimmerman, R.* Today’s blacklisted American: New cancel culture database lists more than 1,400 examples of censorship and blacklisting in academia // *Behind the black*. September 28, 2021 [Электронный ресурс]. – URL : <https://behindtheblack.com/behind-the-black/points-of-information/todays-blacklistedamerican-new-cancel-culture-database-lists-more-than-1400-examples-of-censorship-andblacklisting-in-academia/> (дата обращения: 29.03.2024)

21. *The blacklist100: Celebrating 100 Black Culture Makers And Thought-Leaders From Harlem To Hollywood* // *Harlem world*. July 3, 2020 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.harlemworldmagazine.com/the-blacklist100-celebrating-100-black-culturemakers-and-thought-leaders-from-harlem-to-hollywood/> (дата обращения: 29.03.2024)

**КОНЦЕПТ ОДИНОЧЕСТВА В ДРЕВНЕАНГЛИЙСКИХ
ПОЭТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ (НА ПРИМЕРЕ ЭЛЕГИЙ “SÆFARAN”
«МОРЕСТРАННИК» И “WĪDFAREND” «СКИТАЛЕЦ»)**

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. В статье рассматривается концепт «Одиночество», его ядерные и периферийные признаки и способы его актуализации в древнеанглийской поэзии. В основе проведенного анализа лежат слова, играющие ключевую роль в вербализации исследуемого концепта. Определение концептуальных характеристик происходит путем применения лексикографических и текстуальных методов анализа. В основу работы положены древнеанглийские элегии “Sæfaran” «Морестранник» и “Wīdfarend” «Скиталец». Цель исследования – выявление и анализ лексических единиц, вербализующих концепт «Одиночество» в древнеанглийских поэтических текстах.

Ключевые слова: элегия, древнеанглийская поэзия, концепт «Одиночество», ядерные признаки, периферийные признаки.

Англосаксонская литература берет свое начало в V-XI вв нашей эры. Появление литературы этого древнейшего периода связано с вторжением на территорию Британии в середине V в. англосаксов и ютов – племен германского происхождения, которые принесли на Британские острова свой язык, свой быт и свою культуру [1, с. 67].

Известно, что подавляющая часть англосаксонской литературы была сохранена в четырех рукописных «кодексах», среди них рукопись «Беовульфа» (VII-VIII вв.), Эксетерский кодекс (The Exeter Book), Кэдмоновский кодекс (Sædmon manuscript), рукопись Верчелли (The Vercelli Book). В этих кодексах собраны религиозно-эпические поэмы, загадки и многие другие памятники англосаксонской литературы, которые посвящены сражениям, героическим подвигам воинов, верности королю, тоске по дому.

Кодекс Эксетера по сей день привлекает внимание ученых-лингвистов, не только потому что книга полностью состоит из элегий и загадок, но и благодаря тому, что Эксетерская книга – самая большая, древняя, содержащая шестую часть всей сохранившейся древнеанглийской литературы. Элегии «Морестранник» (“Sæfaran”) и «Скиталец» (“Wīdfarend”), автор которых неизвестен, находятся в рукописи Эксетера. Каждое произведение состоит из 115 строк, перевод на русский язык был сделан В. Г. Тихомировым. Считается, что данные элегии очень близки по содержанию и взаимно друг друга дополняют. В обоих произведениях лирическим героем выступает мужчина, который сетует на горести своего бытия и переживает этот тяжелый период вдали от родного дома и близких людей.

Оба эти произведения объединены концептом одиночества. Во все времена тема одиночества являлась основной в творчестве поэтов и писателей, так как она помогает раскрыть внутренний мир героев, их личные переживания или показать протест, а также отражает тесную взаимосвязь с национальной культурой и менталитетом того или иного народа. Считается, что этот мотив – один из наиболее анализируемых и употребляемых, так как он проявляется в многообразии используемых языковых средств. По мнению Н. В. Подзолковой, одиночество как эмоция была присуща человеку на всем протяжении его исторического развития. Многие ученые отмечают, что именно сегодня одиночество получило наибольшее распространение и наиболее губительно воздействует на человека [7, с. 12].

Эмоции и чувства, включая одиночество, были неотъемлемой частью человеческой жизни на протяжении веков. Тем не менее, различные культуры имеют свои уникальные особенности в выражении эмоций, что проявляется в разнообразных вербальных формах. Лингвистическая организация понятия «одиночество» в литературе достигается за счет использования слов и выражений, содержащих этот эмоциональный компонент. Уникальность художественных произведений заключается в том, что они наполнены личностными и нестандартными ассоциациями авторов.

Мотив одиночества относится к одним из самых противоречивых, анализируемых концептов. В нашей работе при анализе этого концепта мы опираемся на определение концепта как представления о фрагменте мира или части такого фрагмента, имеющего сложную структуру, выраженную разными группами признаков, реализуемых разнообразными языковыми средствами и способами [6, с. 126]. В структуре концепта выделяют ядро – словарные значения той или иной лексемы, а именно ключевое слово и его синонимы, и периферийные компоненты – различные составляющие лексемы, коннотации и ассоциации [2, с. 45].

На наш взгляд, именно концепт одиночества является ключевым в элегиях «Морестранник» и «Скиталец». Данный концепт имеет сложную систему языкового выражения, реализуясь с помощью различных языковых единиц, таких как лексемы, фразеологизмы, словосочетания. Это объясняется тем, что эмоции лирического героя, которые лежат в основе концепта, передаются через описание его душевного состояния.

Состояние одиночества, вызванное изгнанием, потерей друзей, является доминантным у обоих лирических героев. Исходя из главного признака концепта, мы выявили, что ядро этого концепта на лексико-семантическом уровне составляют слова с корнем ап 'один', а также все формы ключевого слова и формы других однокоренных слов, например *anhaga*, в значении «отшельник, бирюк, одиночка».

В данных произведениях, используя метод сплошной выборки, мы отобрали 22 лексические единицы, наиболее полно отражающие исследуемый концепт. В структуре концепта «Одиночество» ядром является сема

«одинокость», которую мы обнаружили в 15 языковых единицах. На основе словарных дефиниций номинанта концепта были выявлены следующие ядерные признаки: «скитания», «изгнанник», «страдания». В таблице 1 представлены ядерные признаки концепта «Одинокость» и средства их реализации.

Рассмотрим ядерный признак «скитания». Скитания – это странствование без цели, бродячий образ жизни [5, с. 209]. Данная лексико-семантическая группа представлена словосочетаниями, приведенными ниже.

Таблица 1. Ядерные признаки концепта «Одинокость»

Ядерный признак	Средство реализации признака	
Скитания	<p><i>geswincdagum</i> «тяжелые дни, дни тяжелого труда»</p> <p><i>sealtyþa gelac</i> «по движениям волн»</p> <p><i>elpeodigra eard gesece</i> «ищу чужую землю»</p> <p><i>hweorfeð wide</i> «уходит далеко»</p> <p><i>geond lagulāde longe sceolde</i> «должен по долгому морскому пути»</p> <p><i>sliþen bið sorg to geferan</i> «печаль – жестокий товарищ»</p> <p><i>ofer waþeta gebind</i> «за скрепленными (связанными) волнами»</p>	<p><i>dæg</i> – day</p> <p><i>geswinc</i> – labor; toil, drudgery</p> <p><i>gelac</i> – tumult, motion «движение»</p> <p><i>sealtyþ</i> – sea-wave, «волна»</p> <p><i>elpeodig</i> – foreign «иностранный, чужой»</p> <p><i>eard</i> – home, land «земля»</p> <p><i>gesēcan</i> – seek, desire «искать»</p> <p><i>geond-hweorfan</i> – pass over, traverse «переходить, проходить»</p> <p><i>lagulād</i> – water-way, ocean journey «морской путь»</p> <p><i>sculan</i> – shall, ought to «следует, должен, вынужден»</p> <p><i>sliþen</i> – cruel, dire, evil «жестокий»</p> <p><i>bēon</i> – be, become, exist «быть, существовать, находиться»</p> <p><i>sorg</i> – sorrow, grief, distress «печаль, горе, бедствие»</p> <p><i>gefēra</i> – companion, comrade «спутник, товарищ»</p> <p><i>waþum</i> – wave, sea «море, волна»</p> <p><i>gebind</i> – band, binding, fastening «скрепленный, связанный»</p>

Анализируя словосочетания, приведенные выше, мы видим, что в контексте они объединены смыслом психологического и физического одиночества, так как лирический герой элегии «Скиталец» – изгнанник, с тяжёлым сердцем совершающий свой путь по темным волнам и обреченный напрасно искать пиршественные палаты и того господина, который одарит его советом и любовью [3, с. 430]. Его физическое одиночество, выраженное семами в значении «присутствие в качестве одного», проиллюстрировано в мере:

*“cearo bið geniwad
þam þe sendan sceal swiþe
geneahhe
ofer wafeta gebind
werigne sefan” [8]*

*«печаль была возрождена
у того, кто отправлять должен
очень часто
за скрепленными волнами
несчастной душой»*

Лирический герой обречен на вечное странствование в полном одиночестве, находясь в изгнании далеко «за оковами волн» – ‘ofer wafeta gebind’ оплакивая свою несчастную судьбу. В этом мире ему остается лишь, замкнуться в себе, своих воспоминаниях, которые на мгновение делают его счастливым, ведь он бы с радостью вернулся в тот идеальный для него мир.

Так же, как и Скиталец, герой другой элегии «Морестранник» испытывает те же чувства и эмоции, ведь его мир разделился на две части: счастливое прошлое и тяжелое, трагическое настоящее. Его настоящее построено на воспоминаниях о былых героических днях, которые вызывают у него чувство печали и одиночества. В примерах мы видим, что он оторван от мира, его окружает лишь стихия:

*“gecunnad in ceole... atoll uþa gewealc
ic earmcearing iscealdne sæ
þær ic ne gehyrde butan hlimman sæ
isclande wæg...” [8]*

*«узнав в лодке ужасную качку волн
я несчастный в ледяном море
там я ничего не слышал, кроме
того, как море ревело
в ледяных волнах...»*

Автор усиливает атмосферу подавленности, угнетенности, используя средства выразительности для описания морской стихии. В приведенном отрывке автор использует эпитет ‘iscealdne sæ’ – «по студеному морю» для воссоздания полной картины беспомощности человека перед лицом природы. Эпитет «несчастный» – ‘earmcearig’ углубляет эмоциональное состояние лирического героя, заставляя читателей сопереживать ему. Стоит отметить, что в отличие от Скитальца, Морестранник оказался в скитаниях исключительно по своей воле. Он героически преодолевает трудности, которые приготовила ему судьба.

Лирический герой элегии «Скиталец» – изгнанник, изображенный в кризисный период своей жизни, что подтверждают примеры, отражающие следующий ядерный признак «изгнанник».

Таблица 1 (продолжение). Ядерные признаки концепта «Одиночество»

Ядерный признак	Средство реализации признака	
Изгнанник	<p><i>wadan wræclastas</i> «перешагивать дороги изгнания»</p> <p><i>éðle bidcé led</i> «лишенный родины»</p> <p><i>wineléas guma</i> «человек без друзей (одинокий человек)»</p>	<p><i>wadan</i> – wade, stride over «перешагивать, переходить»</p> <p><i>wræclāst</i> – path of exile, misery track «путь изгнания»</p> <p><i>ēðel</i> – home, native land «родина, дом»</p> <p><i>bedælan</i> – deprive, release «лишить, освободить»</p> <p><i>wineléas</i> – friendless «одинокий, без друзей»</p> <p><i>guma</i> – man, hero «человек»</p>

Проанализировав примеры, можно сделать вывод, что лирический герой изображен пассивным, одиноким, глубоко погруженным в себя и свои переживания, сравнивающего себя с сиротой, ‘*wineléas guma*’ – «сирота-скиталец/одинокий человек». Весь текст поэмы пропитан ностальгией, душевными муками, тяготами его скитаний, размышлениями о личных и общих бедах. Размышляя о бренности своего бытия, Скиталец понимает, что его судьба изгнанника сближается с судьбой мира, когда кругом все рушится [4, с. 4].

“*waldend licgað*
dreame bidrorene,
dugup eal gecrong” [8]

«правители лежат,
лишены радости,
вся армия пала»

Изображения «мертвого города», опустевших палат, убитых друзей лишь усиливают переживания Скитальца, показывая ему, что все, что когда-то ему было дорого исчезло в один миг. Употребление таких словосочетаний, как «утрачена радость» – ‘*dreame bidrorene*’, «рять побита» – ‘*dugup eal gecrong*’ воссоздают полную картину горестного настоящего лирического героя. Несмотря на то, что Скиталец даже вдали от дома вспоминает свое счастливое прошлое и дорожит этими воспоминаниями, все имеет свой конец, подтверждение чему мы видим в следующих примерах: «вожди покоятся» – ‘*waldend licgað*’, «рять побита» – ‘*dugup eal gecrong*’. Потеряв государя, которому он служил верой и правдой, семью, друзей, он обречен лишь на вечное оплакивание своей судьбы и бесцельные скитания.

Он понимает, что в сложившейся ситуации не только у него теперь нет дома, но и тысячи его соратников остались без близких людей, без дома и возможно, так же, как и он отправились скитаться. Исходя из этого вытекает заключительный ядерный признак «страдания».

Таблица 1 (продолжение). Ядерные признаки концепта «Одиночество»

Ядерный признак	Средство реализации признака	
Страдания	<p><i>merewerges mod</i> «души, уставшей от моря»</p> <p><i>fēasceaftig ferð</i> «опустошенную душу»</p> <p><i>wintercearig</i> «опечаленный наступлением зимы»</p> <p><i>oft him anhaga are gebideð</i> «часто отшельник сам ожидает благосклонности»</p> <p><i>min modsefa mid mereflode</i> «мой разум с морем»</p>	<p><i>mere-wērig</i> – sea-weary «уставший от моря»</p> <p><i>mod</i> – mood, mind «дух, душа»</p> <p><i>fēasceaftig</i> – poor, destitute «бедный, опустошенный»</p> <p><i>ferð</i> – mind, soul, spirit «душа, дух, разум»</p> <p><i>winter-cearig</i> – sorrowful, winter-caring «скорбящий, опечаленный приходом зимы»</p> <p><i>ānhaga</i> – recluse, wanderer «отшельник, странник, скиталец»</p> <p><i>ār</i> – honor, favor «честь, благосклонность»</p> <p><i>gebīdan</i> – remain; await; experience; attain «ожидать, достигать, испытывать»</p> <p><i>mōdsefa</i> – mind, spirit «разум, душа»</p> <p><i>mereflod</i> – sea, ocean «море, океан»</p>

Как мы отметили выше, странствования даются нелегко обоим лирическим героям, они переживают, мучаются и в большинстве случаев их душевное состояние отождествляется с природным миром. Скиталец говорит: ‘*Oft ic sceolde ana uhtna gehwylce mine ceare swiþan*’ – «Часто должен я один каждое утро о моей печали говорить/часто я должен в одиночестве каждое утро свои невзгоды оплакивать» [8]. Считается, что раннее утро – время *особых* душевных мучений, тоски, разрывающей душу героя на части. Подобно рассвету, ненастья ассоциируются с несчастьями героев. В «Скитальце» герой отправляется в странствования зимой, поэтому всю дорогу его окружают холод, мороз и стужа, он называет себя ‘*wintercearig*’ – «опечаленным зимней заботой/ опечаленный наступлением зимы».

Так же, как и Скиталец, Морестранник оказывается заложником ледяных оков:

*“calde geþrunge wæron mine fet,
forste gebunden, caldum clomum,
þær þa ceare seofedun,
hat umb heortan”* [8]

*«холодом заполнены были мои ноги,
морозом связаны, ледяной хваткой,
тогда печаль хлынула,
горячо в сердце»*

Проанализированный отрывок наполнен метафорами и сравнениями, что помогает лучше создать живой образ, передать не только физические, но и душевные страдания героя. Мир природы и душевное состояние лирического героя составляют единое целое, что и подтверждает метафора «холодом поражены» – ‘*calde geþrunge*’. Морестранник ощущает не только физическую боль от обморожения ног, но и холод в своей душе, оказавшись

в полном одиночестве посреди бушующего моря. Приводя сравнение «морозом связаны, ледяными оковами» – *‘forstege bunden, caldum clomtum’*, автор усиливает образ страдальца-пленника и подчеркивает невозможность выбраться из сложившейся ситуации. Употребление метафоры «горести стенали жаркие в сердце» – *‘ceare seofedun, hat ymb heortan’* создает яркий контраст между образами вечной мерзлоты и жарким, жгучим чувством боли и страданий, скрытых в сердце героя.

На основе контекстуального анализа исследуемых лексических единиц, иллюстрирующих концепт «Одиночество», мы пришли к выводу, что указанные выше ядерные признаки сопровождаются следующими периферийными признаками – «уединение», «необщительность», «горе», которые представлены в семи лексических единицах. Периферия концепта – это ассоциации, стереотипы и различные оценки концепта. В Таблице 2 представлены периферийные признаки концепта «Одиночество» и средства их реализации.

Таблица 2. Периферийные признаки концепта «Одиночество»

Периферийный признак	Средство реализации признака	
Уединение	<i>winemægum bidroren</i> «лишенный близких людей»	<i>wine-mæg</i> – dear, friend-kinsman «близкий человек» <i>bedrēosan</i> – bereave, deprive of «лишать»

Стоит отметить, что компонент «уединение», в отличие от понятия «одиночество», имеет положительную оценку, он подразумевает уединение с близким человеком или же некое пространство, в котором герой чувствует себя свободно и защищенно. Как мы уже отметили выше, Морестранник отправился в скитания исключительно по своей воле, его образ не такой депрессивный и мрачный, как у Скитальца, ведь он сам осознал необходимость другого пути для себя. Именно поэтому словосочетания, которыми представлен данный признак, не омрачены, они нейтральны и лишь подчеркивают, что Морестранник отправился в далекий и непростой путь, в надежде обрести благодать, *‘winemægum bidroren’* – «вдали от соотечей/лишенный близких людей» [8].

Оба лирических героя совершили побег от реальности, тем самым, отказались от общества. Их добровольный отказ от социума проиллюстрирован следующими примерами:

Таблица 2 (продолжение). Периферийные признаки концепта «Одиночество»

Периферийный признак	Средство реализации признака	
Необщительность	<i>nænig hleomæga frefran meahte</i> «ни один родственник не может утешить» <i>wið feonda niþ</i> «с врагами завистливыми»	<i>hlēomæg</i> – protector-kinsman «защитник, родственник» <i>frēfran</i> – cheer, comfort «подбодрить, утешить» <i>tagan</i> – may, be able to «мочь, быть в состоянии» <i>fēond</i> – enemy «недруг/враг» <i>niþ</i> – envy, jealousy «завистливый, ревностный»

Анализируя лексические единицы, раскрывающие данный признак: ‘*nænig hleomæga frefran meahte*’ – «никто не в силах утешить/ни один родственник не может утешить»; ‘*wið feonda niþ*’ – «с недругами злобесными/с врагами завистливыми» [8], мы видим, что даже находясь в обществе они чувствовали себя изгоями, ведь они осознали брэнность человеческого бытия, ничтожность человеческих забот и мелочность людей. Находясь вдали от дома, среди бушующего моря, они познали, что человек может понять суть своего бытия в лишениях. Несмотря на то, что Скиталец оказался оторванным от общества против своей воли, в конце концов, он увидел, что нигде он не сможет найти поддержку и приют для своей души, и подобно Морестраннику он приходит к совершенной любви – любви к Богу.

Находясь в полном одиночестве, лирические герои впадают в отчаяние, а чувство горя является доминантным у обоих героев, что доказывают следующие примеры.

Таблица 2 (продолжение). Периферийные признаки концепта «Одиночество»

Периферийный признак	Средство реализации признака	
Горе	<i>ic sceolde</i> «я печалился /я был вынужден» <i>wyn eal gedreas</i> «вся радость пала» <i>seledréorig</i> «тоскующий» <i>bitre breostceare</i> «горькое беспокорство»	<i>sculan</i> – shall, ought to «следует, должен, вынужден» <i>wyn</i> – joy, delight «радость» <i>gedrēosan</i> – fall, fail «падать, провалиться, неудачно завершиться» <i>seledréorig</i> – sorrowful <i>bitre</i> – bitter, sharp «горький, острый» <i>brēostcearu</i> – anxiety, heart-care «беспокойство, тревога»

Чувство горя разнообразно, оно вызвано несчастьями и тяготами судьбы ‘*wyn eal gedreas*’ – «убита радость/вся радость пала», невозможно-

стью вернуться в родные края ‘*seledréorig*’ – «тоскующий по крову/тоскующий по залам». Для усиления этого чувства горя, тоски по дому, автор элегии «Морестранник» при описании весны рисует образ кукушки «с тоскующим голосом», которая пробуждает «горькую печаль в сокровище груди» т.е. в душе; ‘*sorge beodeð bitter in breosthord*’ лирического героя. Как мы видим из приведенного выше примера, горе дифференцируется по силе: оно может быть очень сильным ‘*bitre breostceare*’ – «горе горькое» или нейтральным ‘*ic sceolde*’ – «я печалился/я был вынужден». В свою очередь, Скиталец, оплакивая свое счастливое прошлое, считает горе частью настоящего и общей картины падения мира:

<i>“eall is earfodlic eorþan rice;</i>	<i>«все наполнено трудностями в земном царстве;</i>
<i>onwendeð wyrda gesceaft</i>	<i>меняется по действию судьбы</i>
<i>weoruld under heofonum.</i>	<i>мир под небесами</i>
<i>her bið feoh læne, her bið freond læne</i>	<i>здесь богатство не вечно; здесь друзья не вечны,</i>
<i>her bið mon læne, her bið mæg læne</i>	<i>здесь человек не вечен, здесь родственники не вечны.</i>
<i>eal þis eorþan gesteal idel weorþeð” [8]</i>	<i>вся эта земная основа станет пустынной»</i>

Мысль, к которой в заключении приходит лирический герой, «все полно тяготами в царстве земном» – ‘*eall is earfodlic eorþan rice*’ отражает общее настроение элегии. Он осознает, что трагедия падения мира и печаль, охватившая его, имеет более серьезные масштабы, а в его душе имеет место быть не только его личная, но и необъятная вселенская боль. Эпитет «пустынный» – ‘*idel*’ передает идею о тленности бытия, утрате всего земного. Лирический герой считает, что «все на земле станет пустынным» – ‘*eal þis eorþan gesteal idel weorþeð*’, но лишь ценные воспоминания о былых временах навсегда останутся с человеком и будут греть душу даже в самых тяжелых ситуациях.

Таким образом, анализ примеров из исследуемых произведений позволил выявить наиболее часто используемые лексические единицы, вербализующие концепт «Одиночество» в древнеанглийской литературе. Исследованные поэтические тексты наполнены разнообразными ядерными и периферийными признаками, которые наиболее полно описывают изучаемый концепт. Среди ядерных признаков, формирующих данный концепт, стоит выделить такие как «скитания», «изгнанник», «страдания», помогающие авторам наиболее полно раскрыть эмоции и чувства лирических героев. Противоречивому чувству одиночества присущи такие черты, как «уединение», «необщительность», «горе», которые относятся к периферийному признаку.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Егоров А. А.* История Англии. В 2 т. Т. 1. Часть I. Англия в древности и в средние века. – Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. – 228 с.
2. *Маслова В. А.* Введение в когнитивную лингвистику. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 296 с.
3. *Матюшина И. Г.* Пространство и время в англосаксонской лирике // Древнейшие государства Восточной Европы, 2006 г. Пространство и время в средневековых текстах. – 2010. – С. 418–460.
4. *Мощанская О. Л.* Англосаксонские элегии: жанровая специфика, проблемы поэтики // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2013. – № 1 (2). – С. 203–208.
5. *Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – URL : <https://ozhegov.info/slovar/> (дата обращения: 31.03.24)
6. *Пименова М. В.* Концептуальные исследования и национальная ментальность // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология. – 2011. – № 4 (28). – С. 126–132.
7. *Подзолкова Н. В.* Концепт «одинокчество» в немецкой и русской лингвокультурах : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2005. – 19 с.
8. *Old English elegies* [Электронный ресурс]. – URL : <https://sacred-texts.com/neu/ascp/index.htm> (дата обращения: 24.03.2024)

УДК 81'23

Полищук Н. Д., Коваленко Г. Ф.

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА *NATIONAL SECURITY* В ОФИЦИАЛЬНЫХ ДОКУМЕНТАХ США

*Тихоокеанский государственный университет,
г. Хабаровск, Российская Федерация*

Аннотация. Данная работа посвящена исследованию концепта *NATIONAL SECURITY*. Цель работы – выявление номинантов концепта, построение структуры номинативного поля концепта и выявление его содержания. В ходе анализа на основе дефиниционного анализа номинантов концепта выявлены обьективированные ими концептуальные признаки, составляющие содержание исследуемого концепта, и построен его фрейм. Актуальность данного исследования обусловлена повышенным интересом ученых и политиков к проблеме национальной безопасности, которая в современном мире все больше сталкивается с такими вызовами, как терроризм, распространение ядерного оружия, войны, миграция.

Ключевые слова: концепт, номинанты, вербализация, концептуальный признак, национальная безопасность.

До сих пор не было принято единое исчерпывающее определение понятию «концепт». «Концепты представляют собой идеальные абстрактные единицы, смыслы, которыми человек оперирует в процессе мышления. Они отражают содержание полученных знаний, опыта, результатов всей деятельности человека в виде определенных «квантов» знания», – определяет концепт Коннова М. Н. [2, с. 35].

Номинанты являются основным способом выражения концепта. В совокупности номинанты составляют совершенную и полную картину концепта [4, с. 260].

«Понимание национальной безопасности любой страны как состояния общественных отношений подводит нас к необходимости выделения в этих отношениях проблем политической, экономической, военной, научно-технической, социальной и иной безопасности», – Герасимович Л. И. [1, с. 51].

Российского политолог Н. А. Косолапов в своей работе «Безопасность международная, национальная, глобальная: взаимодополняемость или противоречивость?» определяет, что такое национальная безопасность: «Национальная безопасность – это стабильность, которая может поддерживаться на протяжении длительного времени, состояние достаточно разумной динамической защищенности от наиболее существенных из реально существующих угроз и опасностей, а также способности распознавать такие вызовы и своевременно принимать необходимые меры для их нейтрализации» [3, с. 5].

Материалом данного исследования послужил документ “Homeland Threat Assessment” [6], принятый Министерством национальной безопасности США в 2024 году.

Министерство Национальной безопасности США в документе уделяет большое внимание такой проблеме, как распространяющаяся торговля наркотиками:

(1) *While terrorists pose an enduring threat to the Homeland, **drugs kill and harm** far more people in the United States annually. **Traffickers in Mexico and the United States are using various additives*** [6, с. 4].

Рассмотрим номинанты исследуемого концепта в данных примерах: **drugs kill**: (*drugs – a substance taken for its narcotic or stimulant effects, typically illegally; kill – cause the death of a person, animal and other living thing*); **traffickers in Mexico and the United States are using additives** (*trafficker – person who buys and sells something illegally*) [5]. Языковые средства объективируют концептуальный признак *People who buy and sell drugs are a great threat to the national security*.

Влияние иностранных государств в экономику Соединенных Штатов также представляет серьезную угрозу для национальной безопасности

(2) *Complex economic threats from state and non-state actors, primarily the PRC and financially motivated **cyber criminals**, **harm US producers and consumers and degrade the competitiveness** of our companies and industries* [6,

с. 23].

Обратимся к средствам вербализации угроз, вызванных влиянием иностранных государств на экономику Америки: **cyber criminals** (*cyber – relating to or characteristic of a culture of computers, information technology, and virtual reality*); **harm US producers and consumers and degrade the competitiveness** (*harm – physical injury, especially that which is deliberately inflicted; degrade – treat or regard someone contempt or disrespect; the competitiveness – possession of a strong desire to be more successful than others*) [5]. Ключевые номинанты влияния иностранных государств на экономику актуализируют признак *Cyber criminals are a great threat to the USA companies and industries*.

Наиболее значимую угрозу для национальной безопасности Америки представляют международные преступные группировки, которые занимаются продажей людей:

(3) **Human trafficking** – *specifically transnational sex trafficking and forced labor – is an enduring threat to human and workers' rights* [6, с. 14].

Рассмотрим языковые средства, репрезентирующие факторы, представляющие угрозу национальной безопасности США: **human trafficking** – *the unlawful act of transporting or coercing people in order to benefit from their work or service*; **forced labor** (*forced – obtained or imposed by coercion or physical power; labor – work that involves physical effort*) [5]. Дефиниционный анализ лексических единиц выявляет актуализацию следующего признака концепта: *Unlawful human transporting is a threat to the national security*.

Терроризм по-прежнему остается одной из главных угроз национальной безопасности. Иран является причиной террористических угроз:

(4) **Terrorism, both foreign and domestic, remains a top threat to the Homeland** [6, с. V].

(5) **Foreign terrorist groups like al-Qa'ida and ISIS are seeking to rebuild overseas, and they maintain worldwide networks of supporters that could seek to target the Homeland** [6, с. V].

Обратимся к средствам вербализации террористических угроз: **terrorism** – *unlawful use of violence and intimidation, especially against civilians, in the pursuit of political aims*; **to target** – *select as an object of attention or attack* [5]. Ключевые номинанты актуализируют концептуальный признак *Violence against civilians is the important threat*.

Министерство национальной безопасности Америки обеспокоено кибер- и физическим шпионажем со стороны стран-недоброжелателей:

(6) **Adversaries continue to use cyber and physical espionage tactics to access and steal sensitive information from US critical infrastructure networks** [6, с. 20].

Основными средствами вербализации исследуемого концепта в данных высказываниях являются: **cyber and physical espionage** (*cyber espionage – the use of computer networks to gain illicit access to confidential information,*

*typically that held by a government; espionage – the practice of spying, typically by governments to obtain political and military information); steal – to take without permission or legal right and without intending to return it) [5]. Дефиниционный анализ лексических единиц выявляет актуализацию следующего признака концепта: *Opponents will use computer to take without legal rights some confidential information from US networks.**

Потенциальную угрозу для безопасности страны представляют действия России, Ирана и Китая:

(7) *China, Iran, and Russia likely will continue to pursue transnational repression activity in the Homeland [6, с. 7].*

Основными средствами вербализации исследуемого концепта в данных высказываниях являются: *to pursue transnational repression activity (to pursue – follow or chase; repression – the action of subduing someone or something by force) [5].* Ключевые номинанты актуализируют следующий признак: *China, Iran, and Russia will continue to subdue the USA.*

Таким образом, в ходе анализа средств вербализации концепта *NATIONAL SECURITY* выявлены основные факторы, которые представляют угрозу национальной безопасности США: торговля наркотиками, влияние иностранных государств на экономику США, преступные группировки, торговля людьми. Основными языковыми средствами, объективирующими концептуальные признаки, являются: *traffickers, drugs, the illegal trade, violent criminal enterprises, cyber criminals, transnational criminal organizations, human trafficking, cyber and physical espionage, foreign and domestic terrorism, sponsor of terrorism* (см. Таблицу 1). Номинанты концепта актуализируют признаки концепта, составляющие его содержание: *Illegal buying and selling drugs is a criminal business threatening national security; Cyber criminals and unlawful human transporting are a threat to the national security; China, Iran, and Russia subdue the USA; Opponents of the USA take some confidential information from US networks.*

Таблица 1

Вербализация структуры концепта *NATIONAL SECURITY*

Объекты	Языковые средства	Концептуальные признаки
Незаконная торговля наркотиками	<i>Terrorists; drugs killing people; traffickers harming communities; supporting violent criminal enterprises, money laundering, corruption.</i>	Drugs cause many deaths; illegal buying and selling drugs is a criminal business that is a threat to national security.
Влияние иностранных государств на экономику Штатов	<i>Vulnerable to manipulation, disruption, and exploitation economic and commercial activities; cyber criminals.</i>	The USA economy is exposed to possibility to be attacked or harmed; cyber criminals are a great threat.
Международные преступные группировки	<i>Transnational criminal organizations; novel techniques to</i>	Transnational criminal groups exploiting migrants

	<i>evade the USA border security measures.</i>	for financial gain.
Россия, Иран, Китай	<i>China, Iran, and Russia pursue transnational repression activity in the USA.</i>	China, Iran, and Russia subdue the USA; they damage the reputation of the USA.
Кибер- и физический шпионаж	<i>Adversaries use cyber and physical espionage tactics to access and steal sensitive information.</i>	Opponents take without legal rights some confidential information from US networks.
Терроризм	<i>Foreign and domestic terrorism; Iran remains the primary sponsor of terrorism.</i>	Terrorist groups from other countries try to attack the USA; Iran is the main sponsor of violence against civilians.

ЛИТЕРАТУРА

1. Герасимович Л. И. Теоретико-правовые аспекты национальной безопасности Российской Федерации // Образование и право. – 2018. – № 5. – С. 51–58.
2. Коннова М. Н. Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие. – Калининград : Изд-во Балтийского федер. ун-та им. Иммануила Канта, 2012. – 313 с.
3. Косолапов Н. А. Безопасность международная, национальная, глобальная: взаимодополняемость или противоречивость? // Мировая экономика и международные отношения. – 2006. – № 9. – С. 3–13.
4. Стернин И. А. Типы и концепты // Концептуальное пространство языка: сб. науч. тр., посвященных юбилею Н. Н. Болдырева. – 2005. – С. 257–282.
5. *Cambridge Dictionary*. Кембриджский словарь английского языка: значения и определения терминов [Электронный ресурс]. – URL : <https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/labor> (дата обращения: 27.03.2024).
6. *Homeland Threat Assessment 2024* [Электронный ресурс]. – URL : https://www.dhs.gov/sites/default/files/2023-09/23_0913_ia_23-333-ia_u_homeland-threat-assessment-2024_508C_V6_13Sep23.pdf (дата обращения: 27.03.2024).

УДК 811.111'373:[008:39](410)

Рафинова К. С., Кормилини Н. В.

КОНЦЕПТ «МНОГООБРАЗИЕ КУЛЬТУРНЫХ ТРАДИЦИЙ И ОБЫЧАЕВ» КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация

Аннотация. Данная работа посвящена исследованию концепта «Многообразие культурных традиций и обычаев» как средства формирования

имиджа Великобритании. В статье анализируются влияние разнообразия культурных практик и обычаев на образ страны как туристического и культурного направления. В работе рассматриваются исторические, социокультурные аспекты данного концепта, его роль в формировании имиджа Великобритании как многонационального и мультикультурного общества. Исследование проводится с использованием аналитических методов и теоретических подходов к изучению культурных идентичностей. В данном исследовании проведен анализ того, какие культурные концепции используются в медиа-пространстве Великобритании для формирования имиджа своей страны. Актуальность исследуемой работы обусловлена тем, что в условиях глобализации, многокультурное общество Великобритании стало объектом повышенного внимания и интереса. Рассмотрены культурные концепты, играющие значительную роль в формировании уникального образа нации и оказывающее влияние на ее восприятие за рубежом. Выявлено, что средства массовой информации являются основным каналом распространения рассматриваемых концептов, формируя мнение миллионов людей по всему миру. Великобритания, как ведущая держава, активно использует культурные концепции для продвижения своего имиджа и защиты своих интересов.

Ключевые слова: концепт, имидж, культура и традиции Великобритании.

В современном мире информационное пространство богато разнообразными данными, которые определяют наше восприятие других стран и народов. Материальные артефакты и символы коммуникации с конкретным обществом. Один из основных факторов, влияющих на создание образа государства, – это культурные концепты, активно распространяемые с помощью средств массовой информации.

На сегодняшний день понятие «концепт» широко используется в рамках лингвистических, философских, философско-культурологических и политических и других гуманитарных исследованиях, и его толкование имеет ряд особенностей и нюансов.

Обратимся к определению термина «концепт». В соответствии с Большим энциклопедическим словарем, «концепт (от лат. *conceptus* – мысль, понятие) – смысловое значение имени (знака), т. е. содержание понятия, объект которого есть предмет (денотат) этого имени». Согласно этому определению, лексическое значение слова может быть названо концептом, однако такое понимание концепта считается недостаточным, узким и не отражающим действительность [1].

В современной же лингвистике термин «концепт» не является новым. В своей работе Д. С. Лихачёв ввел понятие «концепт» для обозначения обобщенной мыслительной единицы, которая отражает и интерпретирует явления действительности, учитывая образование, личный опыт, профессиональный и социальный опыт носителя языка. Концепт является своего рода

обобщением различных значений слова в индивидуальных сознаниях носителей языка и позволяет общающимся преодолевать существующие между ними индивидуальные различия в понимании слов [2].

Говоря об имидже страны, как составляющей образа государства, то он играет важную роль в международных отношениях и формировании образа государства.

Имидж страны можно определить как общее представление общест-венности о стране, основанное на различных факторах, таких как история, культура, политика, экономика, общественное благосостояние и прочее. Важной характеристикой имиджа страны является его субъективность, поскольку он формируется на основе восприятия различных аспектов и мнений о стране. Понятие «имидж» происходит от латинского *imago*, связанного с латинским словом *imitari*, означающего «имитировать». Согласно толковому словарю Вебстера, имидж – это искусственная имитация или преподнесение внешней формы какого-либо объекта и, особенно, лица. Он является мысленным представлением о человеке, товаре или институте, целенаправленно формирующимся в массовом сознании с помощью публичности, рекламы либо пропаганды [15].

Цель данного исследования – проанализировать различные аспекты концептов культуры традиций и обычаев Великобритании, включая его влияние на восприятие Великобритании как культурной нации.

В современном мире в условиях глобализации, многокультурное общество Великобритании стало объектом повышенного внимания и интереса. Разбор этой темы позволит раскрыть влияние культурного разнообразия на формирование имиджа страны.

Материалом для исследования послужили различные веб-страницы англоязычных СМИ, включая журналы, газеты и научные статьи. В статье использованы описательный метод, методы контекстуального анализа и метод сплошной выборки.

Британские традиции являются отражением мировоззрения и ценностей этой страны, которые тесно связаны с ее историей и оказали значительное влияние на менталитет ее граждан.

Многие люди считают, что в Англии пьют чай только в 5 часов. Однако это не так. Существует традиция вечернего чаепития под названием High tea – «полдник». Это не просто время расслабиться за чашечкой кофе, но и время для светских мероприятий, иногда даже танцев. Высшее общество в двадцатом веке отправлялось в отели на «полдник», потому что большее количество лондонских отелей устраивают чайные церемонии и по сей день. Время «полдника» (high tea) может быть в 8, 9, 10 или даже в 11 часов вечера [14]. В статье “Why are the British so obsessed with tea?” говорится о том, что независимо от того, пьют ли англичане чай с молоком, сахаром, лимоном или просто так, ясно, что они любят его вкус. “There is something about this persistent bitterness that evokes devotion: according to Tea and

Infusions, British consume 60 billion cups of tea a year” [9]. Исходя из данного примера, мы видим, что британцы потребляют огромное количество чая, ведь чаепитие – важная часть повседневной жизни для большинства людей Британии.

Чай для британцев – это не просто напиток, это особый ритуал. Культура Англии не существует без традиционного чая. Чай отражает черты характера, свойственные британцам: разумный консерватизм, верность традициям, склонность к респектабельности, спокойствие, семейственность, сочетание сдержанности и высоких требований к эстетике – все то, что принято называть благородным вкусом.

Однако эти традиции не ограничиваются известной концепцией “файв о'clock”. В статье издания “British Council” отмечается, что, как и многие другие респонденты, Саймон из Эссекса говорит, что главной британской традицией для него является “Going to the pub” (поход в паб). У многих людей есть свой «местный», то есть паб, в который они ходят чаще всего и где они знают персонал и других клиентов. “I remember working in an office in London and how our entire team of about 50 people had the fun habit of going to the pub together every Friday after work (sometimes on Thursdays too!). It’s not all about drinking though. A trip to the pub can involve playing darts, watching sports on TV, eating some “pub grub” (that’s the name for food served in a pub), or maybe even taking part in a challenging pub quiz” [3]. Важно отметить, что традиция “Going to the pub” является неотъемлемой частью британской жизни, и как было подмечено в статье, поход в паб – это, в первую очередь, отдых и общение, и не только выпивка, как можно полагать.

В следующей статье “Why Do Brits Love The Pub?” задается вопрос “Why is Britain obsessed with alcohol?” (Почему Британия помешана на алкоголе?), на который дается ответ: “Drinking alcohol is mainly about being sociable. Us Brits love to get together in bars, clubs, restaurants and pubs to catch up on gossip, talk politics, watch sport and celebrate friends and families’ successes and anniversaries, like growing another year older” [10]. Таким образом, в основе культуры «Going to the pub» лежит дух товарищества, разделяемый за кружкой пива. Традиция посещать пабы, наслаждаться напитком, обсуждать события дня и участвовать в дружеских дебатах – это ценный аспект культуры британцев, в то время как выпивка является одним из дополнений данной традиции.

Кроме этого, другой культурной концепцией является традиция “Paying for drinks in rounds”, что буквально переводится как «Оплата напитков по кругу».

В рассматриваемой статье издания “British Council”, отмечается, что если вы решили попробовать британскую культуру пабов, вам нужно знать и о других британских традициях, как “Paying for drinks in rounds”. Традиция подразумевает собой, что вместо того, чтобы заказывать напиток по отдель-

ности, гораздо чаще заказывать (и оплачивать) на всю группу. Автор утверждает, что ваши собутыльники ответят вам взаимностью, когда купят ваш следующий напиток, а затем и следующий, в зависимости от того, сколько человек в группе [3].

В статье “Brits spend £40k on rounds of drinks over a lifetime” представитель OnePoll заявляет: “Buying rounds is a way of life in Britain and these results show us to be a very generous nation. The cost of buying a round soon adds up and over their lifetime it amounts to a sizeable piece of their disposable income” [4]. Кроме того, в статье приводится пример исследования, в котором поясняется, что средний посетитель паба тратит 39480 фунтов стерлингов за всю жизнь на выпивку. “Each drinker can expect to shell out around £840 a year keeping themselves, their friends, partners and colleagues well watered” [4]. В данном случае, на первый взгляд создается впечатление, что британцы любители выпивки, что подтверждают исследования, но ссылаясь на ответы самих британцев, посещение пабов не ограничивается лишь выпивкой, а является также для британцев местом отдыха и развлечений. Рассматривая традицию “Paying for drinks in rounds”, то данный концепт характеризует британца как щедрого, проявляющего доброту и отзывчивость по отношению друг к другу.

Еще один обычай, который многие респонденты отметили в статье “British traditions and UK culture” это “Saying sorry” (излишние извинения). Один из респондентов, Джейн из Лондона предполагает, что в любой ситуации, которая идет не так, большинство британцев автоматически извиняются, независимо от того, виноваты они или нет. Джейн говорит, что если она выходит из метро и мужчина врзается в нее, когда он бросается в вагон, ее инстинктивная реакция – воскликнуть “Oh, sorry!” (О, извините!), хотя она явно не сделала ничего плохого. “People in office corridors walk past each other and whisper “sorry!” even when there is plenty of room for them both to pass; my ex-flatmate in London once unthinkingly apologised to a dog which had run into her leg” [3]. В данном примере, мы видим, что британцы склонны все время извиняться, если даже этого не требуется. Таким образом, формируется образ вежливого и воспитанного британца.

В статье “Why English people say sorry so often” поясняется, что британцы гордятся своими вежливыми манерами, начиная с того, что они держат язык за зубами, до точного соблюдения светского этикета. И если есть одно слово, которое в английском языке встречается чаще, чем в большинстве языков и культур, то это слово ‘sorry’. ‘Извините’ может использоваться почти как словесная пометка, поскольку люди извиняются за что угодно, от обыденного до экстраординарного, независимо от того, действительно они извиняются или нет. В статье также приводится исследование: “Indeed, recent data from YouGov found that for every 10 times American research subjects use the word, British research subjects say it 15 times” [12]. В данном случае, рассматривая такой обычай, как “Saying sorry”, мы можем

утверждать, что данный концепт характеризует британца как вежливого и воспитанного человека, он всегда чувствует, что должен говорить вежливо и уважительно, обладать хорошими ценностями и качествами, что производит положительное впечатление о британце и стране в целом.

Другим же обычаем, характерным для британцев является традиция “Identifying accent” (определение акцента), британский обычай пытаться расположить человека на основе его акцента. В статье “UK accents: it’s not what you say, it’s how you say it” говорится о том, что в Великобритании существует огромное разнообразие отчетливых региональных акцентов, часто существующих очень близко друг к другу – Brummie (брамми), Glaswegian (глазго), Scouse (скоуз), Cockney (кокни), Multicultural London English (MLE) (мультикультурный лондонский английский) and Geordie, (джорди), и это лишь некоторые из них. Все эти акценты определены географически, но есть один акцент, который отражает британцев – Received Pronunciation (RP) (общепринятое произношение) [8]. Конечно, такая тенденция существует в каждой стране, но правда в том, что Великобритания, кажется, имеет особое богатство различных региональных акцентов. Поэтому, когда один лондонец встречает другого, вполне возможно, что он автоматически узнает, из какой части города он родом, просто по акценту. Это явление не ограничивается большими городами, многие сельские районы имеют свои отличительные акценты. Это означает, что британцы часто говорят об акцентах, чтобы растопить лед на общественных мероприятиях и расположить к себе собеседника, тем самым показывая уважение и вежливость к собеседнику.

Последний обычай, который упоминается в статье “British traditions and UK culture”, это “Sunbathing, wherever, whenever” (Загорать в любом месте и в любое время) [3]. Такой обычай – британская тенденция загорать при любом виде солнца. Возможно, это биологическая необходимость, поведение, свойственное всем людям из стран, лишенных солнца. Любой солнечный день в Великобритании с температурой выше 18 градусов приводит к массовому бреду. Это означает, что люди расстегивают свои рубашки, закатывают брюки и бросают все, чтобы посидеть на солнце, будь то в парке, на городской площади, на автобусной остановке, буквально в любом месте на улице.

В статье под названием “Why is it always cloudy in the UK?” обсуждается вопрос «Почему в Великобритании всегда пасмурно?», на что дается ответ: “Because we hear about the rain and the gloomy weather but rarely about the sunny days in the UK. To be honest, bright sunny days are somewhat rare in the country. The United Kingdom is cloudy due to its geographical location. Moreover, the ocean currents impact Britain’s climate heavily, which causes the weather to remain gloomy or sunny” [13]. Как известно, погода в Великобритании часто ассоциируется с дождем и туманом. С этим нельзя не согласиться, ведь погода в Великобритании славится своей непредсказуемостью

и частыми дождями, что создает некий стереотип о том, что британцы одержимы обсуждением темы погоды. В данном случае, обычай “Sunbathing, wherever, whenever” объясняет поведение самих британцев, для которых солнечный день – редкое явление.

Несомненно, кроме всех рассмотревших обычаев, важно отметить и праздники Великобритании.

Скелеты, привидения и ведьмы ходят по улицам британских городов 31 октября, потому что в этот день празднуется “Halloween” (Хэллоуин). Традиции этого праздника включают в себя не только страшные костюмы, но и выпрашивание сладостей у друзей и соседей, украшение дома фонариками, вырезанными из тыквы.

Происхождение “Trick or Treat” (букв. неприятность или угощение) происходит из кельтской традиции празднования окончания года. Обычай “Trick or Treat” на Хэллоуин начался с веры, основанной на сверхъестественных существах, таких как души умерших, которые бродят по земле и нуждаются в умиротворении.

“Trick or Treat” играет важную роль в традиции Хэллоуина, поскольку он берет свое начало от древнего кельтского праздника под названием “Samhain” (Самайн). Эта культура зародилась в Центральной Европе и распространилась по всему миру. Они считают, что в ночь на 31 октября граница между мертвым и живым становится тоньше. Чтобы не быть узранными злыми духами на Хэллоуин, кельты надевали злые костюмы и маски в качестве маскировки [3].

В статье “Is trick or treating a common practice in England?” обращается внимание на то, что “Trick or Treat” стало основным элементом празднования Хэллоуина в Англии. “Many neighborhoods go all out with decorations and offer candy to visiting children. Some communities also host Halloween events, such as parties and parades, to celebrate the holiday. While trick or treating is primarily a children’s activity, many adults also participate in Halloween festivities by dressing up in costume and attending parties.” [5] Как мы видим, празднование Хэллоуина с разнообразными нарядами и главным символом этого праздника – тыквой, а также сама идея “Trick or Treat” является некой устоявшейся традицией, которая имеет давнюю историю и огромное значение для британцев.

Еще одним из немаловажных праздников для жителей Великобритании является “St Patrick’s Day” (День Святого Патрика).

День Святого Патрика, отмечаемый ежегодно 17 марта, является одним из самых больших и оживленных ежегодных праздников в Великобритании и в мире.

Святой Патрик является покровителем и национальным апостолом Ирландии, которому приписывают распространение христианства на Изумрудном острове. Этот день традиционно отмечается как торжественный и

священный день обязательств, но его современное воплощение немного отличается от этого, ассоциируясь со всем, что является ирландским, а именно со всем зеленым и золотым, или с featuring shamrocks (с изображениями трилистника) или Guinness (Гиннессом).

Одной из наиболее распространенных традиций Дня Святого Патрика в Ирландии и других странах является такой концепт как “the wearing of green” (букв. ношение зеленого цвета).

Наряжаться в зеленый цвет стало универсальной традицией в День Святого Патрика. Легенда гласит, что лепреконы не могли видеть зеленый цвет, что сделало его символом защиты от их щипкового озорства. Море одетых в зеленый цвет людей не только олицетворяет праздничный дух, но и отдает дань уважения мифическому происхождению, связанному с этими волшебными существами.

Зеленый цвет играет важную роль в ирландской культуре и тесно связан с празднованием Дня Святого Патрика. Как отмечается в статье “Why do Brits wear green on St. Patrick’s day?” зеленый цвет символизирует изобилие пышных ирландских пейзажей, которые часто называют “изумрудным островом”. Зеленый цвет также является символом природной красоты этой страны и живого, процветающего духа ее народа. “On St. Patrick’s Day, wearing green clothes has become a popular tradition that embodies Irish pride and heritage. People wear green clothes, accessories and even face paint to demonstrate their connection to Irish culture. The green color is considered a symbol of good luck and prosperity, which are deeply revered in Irish folklore and traditions.” [11] Таким образом, ношение зеленого цвета символизирует ирландский национализм и его идентичность.

Важно отметить, что неотъемлемой частью декора и наряда ко Дню Святого Патрика является “Shamrock” (трилистник). Это растение имеет особую ценность в День Святого Патрика, восходящую к 1600-м годам. Трилистник является символом удачи и веры, и в особенности же оно носится в церковных службах. Трактат 1726 года объявил трилистник ирландским национальным символом, представляющим Святую Троицу. Сегодня ношение и украшение трилистников остается заветной традицией в День Святого Патрика [6].

Таким образом, концепция культуры, в частности разнообразие культурных традиций и обычаев, служит фундаментальным средством формирования имиджа Великобритании на мировой арене. Все рассмотренные нами концепты культуры отражают особенность и своеобразность британского народа, богатство культуры и традиций и создают благоприятный образ Великобритании.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Большой Энциклопедический Словарь* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.vedu.ru/bigencdic/29936/> (дата обращения: 20. 03. 2024).
2. *Концептосфера* русского языка // Известия РАН. Сер. лит. и яз. – М., 1993. – Т.

52. – № 1. – С. 3–9.

3. *British traditions* and UK culture [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.britishcouncil.pt/en/blog/british-traditions-and-culture> (дата обращения: 20.03.2024)

4. *Brits spend £40k on rounds of drinks over a lifetime* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.dailymail.co.uk/news/article-1211022/Brits-spend-40k-rounds-drinks-lifetime.html> (дата обращения: 20.03.2024)

5. *Is trick or treating a common practice in England?* [Электронный ресурс]. – URL : <https://travelasker.com/is-trick-or-treating-a-common-practice-in-england/> (дата обращения: 20.03.2024)

6. *St Patrick's Day: History, Traditions and, Facts* [Электронный ресурс]. – URL : <https://amberstudent.com/blog/post/st-patricks-day-history-traditions-and-facts> (дата обращения: 20.03.2024)

7. *Treat or Treat Origin* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.speeli.com/trick-or-treat-origin/> (дата обращения: 20.03.2024)

8. *UK accents: it's not what you say, it's how you say it* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.britishcouncil.org/voices-magazine/uk-accents-not-what-you-say-how-you-say-it> (дата обращения: 28.03.2024)

9. *Why are the British so obsessed with tea?* [Электронный ресурс]. – URL : <https://pleasefireme.com/popular-questions/why-are-the-british-so-obsessed-with-tea/> (дата обращения: 28.03.2024)

10. *Why Do Brits Love The Pub?* [Электронный ресурс]. – URL : <https://tovisorga.com/london/why-do-brits-love-the-pub/> (дата обращения: 28.03.2024)

11. *Why do Brits wear green on St. Patrick's day?* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.twinlinee.org/blog/why-should-i-wear-green> (дата обращения: 20.03.2024)

12. *Why English people say sorry so often* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.independent.co.uk/life-style/why-english-people-say-sorry-so-often-a6899886.html> (дата обращения: 28.03.2024)

13. *Why is it Always Cloudy in the UK?* [Электронный ресурс]. – URL : <https://englandexplore.com/why-is-it-always-cloudy-in-the-uk/> (дата обращения: 20.03.2024)

14. *What is High Tea?* [Электронный ресурс]. – URL : <https://brewedleaflove.com/what-is-high-tea/> (дата обращения: 28.03.2024)

15. *Merriam-Webster Dictionary* [Электронный ресурс]. – URL : <https://merriam-webster.com> (дата обращения: 28.03.2024)

УДК 81'23

Самойлова В. М., Коваленко Г. Ф.

НОМИНАТИВНОЕ ПОЛЕ КОНЦЕПТА *MULTIPOLAR WORLD*

*Тихоокеанский государственный университет,
г. Хабаровск, Российская Федерация*

Аннотация. Данная работа посвящена исследованию номинативного поля концепта *MULTIPOLAR WORLD*. Цель работы – построение фрейма номинативного поля исследуемого концепта и выявление содержания исследуемого концепта, формируемого актуализированными номинативным

полям признаками. В ходе анализа номинативного поля концепта выявлена возможность существования сбалансированного многополярного мира, который предполагает наличие четырех супердержав (США, Китай, Россия и Европа) и быстро развивающихся «региональных держав» (Индия, Турция, страны Юго-Восточной Азии), стремящихся быть более самостоятельными в защите своих интересов. Актуальность работы объясняется повышенным вниманием ученых и политиков к проблемам многополярности современного мира.

Ключевые слова: многополярность, концепт, фрейм, номинативное поле, концептуальный признак.

Гибель биполярной системы международных отношений вследствие распада СССР и социалистического лагеря привела к переосмыслению действительности. Ученые и политики все чаще начали говорить о формировании нового многополярного устройства мира.

На сегодняшний день не существует стройной теории многополярного мира, толкования размыты [2, с. 13]. Так, многие ученые полагают, что термин «многополярный мир» используется в ситуации, в которой существует несколько центров силы, конкурирующих за влияние на мировой арене, но при этом уравновешивающих друг друга, обеспечивая относительную стабильность системы [5].

Многополярность не может претендовать на роль модели мирового порядка, так как не все игроки на международной арене с ней согласны [1]. Исследователи указывают на трудности построения многополярности [4, с. 201–205], утопичность этой модели мирового порядка [3].

Таким образом, теория многополярности представляется как предмет обсуждения, дискуссия вокруг которого отражает тенденции развития мира.

Материалом данного исследования послужила работа члена монаршей семьи княжества Лихтенштейн, финансиста принца Михаэля фон Лихтенштейна “The New Geopolitical Play”, опубликованная в январе 2023 года, в которой основатель и председатель *Geopolitical Intelligence Services* рассуждает о перспективах многополярного мира.

Целью данной работы является построение фрейма номинативного поля исследуемого концепта и выявление содержания исследуемого концепта, формируемого актуализированными номинативным полем признаками.

Фрейм «корректнее трактовать не как концепт, а как когнитивную структуру более высокого уровня, тип взаимодействия между концептами, как способ (форму) организации ментального пространства», отражающий «типические связи в типических ситуациях» [6, с. 14].

Концепт *MULTIPOLAR WORLD* можно структурировать во фреймовую модель с выделением вершинных углов *Geopolitical players* и *Indicators of power*, которые распадаются на факультативные узлы *Superpowers* и

Regional powers. Далее рассмотрим актуализацию вершинных и факультативных узлов в статье “The New Geopolitical Play”, опубликованной на портале *GIS Reports* [10].

Автор статьи не дает четкого определения многополярного мира, однако пишет о том, что текущему мироустройству свойственна увеличивающаяся раздробленность: происходит формирование «блоков силы», в каждом из которых доминирует один из четырех геополитических игроков.

Эксперт рассматривает ситуацию, в которой основными геополитическими игроками выступают США, Китай, Россия и Европа:

(1) *The United States, China, Russia, and to some extent, Europe, are generally assessed as the four **main geopolitical players** in the world.*

Обратимся к толковому словарю: **main** – *larger, more important, or having more influence than others of the same type*; **geopolitical** – *connected with political activity as influenced by the physical features of a country or area, or with the study of the way a country’s size, position, etc. influence its power and its relationships with other countries*; **player** – *a company, organization, or person that has influence within a particular activity, industry, or type of work* [7].

Дефиниционный анализ показывает, что номинанты концепта актуализируют следующие концептуальные признаки: ***The United States, China, Russia and Europe are the powers that have more influence in the world than others.***

Автор статьи отмечает, что США долгое время были главной силой на мировой арене, обеспечивая функционирование мирового порядка под своей эгидой:

(2) *For a long time, with the U.S. being de facto **the global hegemon**, this world order functioned under Washington’s protection. This brought a lot of **benefits**...*

В толковом словаре находим значения слов-номинантов концепта: **global** – *covering, influencing, or relating to the whole world*; **hegemon** – *a state or group in ascendance over others*; **a lot of** – *a large amount or number of people or things*; **benefit** – *advantage or sake* [8].

Дефиниционный анализ слов, репрезентирующих исследуемый концепт, выявляет следующие концептуальные признаки: ***the United States has been one of the most influencing states; the USA has a large amount of advantages.***

По мнению принца Михаэля, в настоящее время Китай усиливает влияние на Пакистан – своего тесного союзника, увеличивает свое военно-морское присутствие в Индийском океане:

(3) *Beijing’s **rising influence** over Pakistan as well as its **increasing naval presence** in the Indian Ocean...*

Номинанты концепта **rise** – *go up, ascend, mount, advance, slope upward, etc.*; **influence** – *power or sway resulting from ability, wealth, position, etc.*;

increase – grow; rise [8] объективируют признак концепта *China is ascending its power; its naval presence in the Indian Ocean is growing*.

Эксперт предполагает, что еще одна сверхдержава, Россия, останется ведущим игроком на мировой арене из-за своей большой территории и стратегического местоположения. Единственное, что может этому помешать, – распад государства. Обратимся к примеру:

(4) *Russia, simply because of its size and strategic location, will remain a top-tier country, unless it disintegrates.*

В толковом словаре находим значения слов-номинантов концепта: *size – the degree to which something or someone is large or small; strategic – used to provide military forces with an advantage; top-tier – the most important people in a group, companies in an industry, etc.; disintegrate – to become weaker or be destroyed by breaking into small pieces* [7]. Дефиниционный анализ слов, репрезентирующих исследуемый концепт, выявляет следующие концептуальные признаки: *Russia will remain an important player due to its large territory and geographical position; the destruction of Russia can prevent it from being an important player.*

Михаэль фон Лихтенштейн подчеркивает растущее влияние на международной арене Индии, которая, вероятно, в скором времени присоединится к числу ведущих игроков:

(5) *India is very likely to join the group of major players soon.*

На это указывают такие факторы, как быстроразвивающаяся экономика (*a fast-growing economy*), впечатляющая армия (*military is impressive*), долгосрочный опыт в ядерной энергетике (*has been a nuclear power for many years*).

Обратимся к толковому словарю: *major player – a leading figure in a particular field; (Business) a leading competitor in a particular market* [9]; *fast-growing – used to describe activities, organizations, etc. that are getting bigger very quickly; impressive – causing someone to feel admiration or respect* [7]. Номинанты концепта актуализируют следующие концептуальные признаки: *India will join the group of leading countries. The country's economy is getting bigger very quickly; its military forces cause respect; it is a nuclear power.*

Региональные державы способны освободиться от влияния супердержав и стать более самостоятельными:

(6) *A good example is that of Turkey. Ankara defends its needs on its own, much better than it would if it depended on the concepts of Washington, London, Berlin or Paris.*

Обратимся к словарю: *defend – to protect someone or something against attack or criticism; better – of a higher standard, or more suitable, pleasing, or effective than other things or people* [7]. Дефиниционный анализ слов, репрезентирующих исследуемый концепт, выявляет следующие концептуальные признаки: *Turkey protects its interests on its own effectively; it doesn't need to depend on great powers.*

По мнению эксперта, еще одним важным геополитическим игроком могла бы стать Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН), включающая Индонезию, Филиппины, Малайзию и другие державы. Именно эти страны стремятся сохранить баланс между США и Китаем (*framing common policies in a **healthy** way*) и в дальнейшем не будут вставать на сторону одной из них (*will continue to avoid **completely** siding*). Рассмотрим значение номинантов исследуемого концепта в данном высказывании: **healthy** – *normal and showing good judgment*; **avoid** – *to stay away from someone or something*; **completely** – *in every way or as much as possible* [7]. Рассмотренные лексические единицы объективируют следующие концептуальные признаки: *Southeast Asian Nations seek to frame common policies; they will continue to stay away from siding with one of the two superpowers.*

Япония представлена следующим образом:

(7) *Japan, an economic **giant**, is now also **heavily** investing in its military capabilities. It will **increasingly** follow its own interests.*

Номинанты концепта **giant** – *extremely large*; **heavily** – *in a strong, thick, or solid way*; **increasingly** – *more and more* [7] репрезентируют признаки исследуемого концепта *Japan has an extremely large economy; it is investing in its military capabilities in a strong way; the country will continue to follow its own interests.*

Подводя итог, эксперт подчеркивает важность разработки долгосрочных стратегий для достижения сбалансированной многополярности, где должны преобладать прагматизм и реализм в совокупности с демократией. Но, к сожалению, путь к достижению этих целей может оказаться крайне сложным:

(8) *Long-term strategies need to be developed. Pragmatism and realism will have to **prevail**. Ideally, this should be spearheaded by the democratic world. Unfortunately, we must be prepared for a **very bumpy road** ahead.*

Признаки концепта *to achieve a balanced multipolar world it is important to develop strategies for many years; pragmatism, realism, democracy will have a great influence; achieving these goals can be rough and full of obstacles* актуализированы следующими номинантами концепта: **long-term** (*happening, existing, or continuing for many years or far into the future*); **prevail** (*to get control or influence*); **bumpy** (*rough or uneven*) [7].

В результате анализа номинативного поля исследуемого концепта, объективированного в статье принца Михаэля фон Лихтенштейна “The New Geopolitical Play”, можно сделать вывод, что структура фрейма (см. таблицу 1) представлена двумя слотами (*geopolitical players; indicators of power*) и двумя терминалами (*superpowers; regional powers*). Содержание исследуемого концепта составляют следующие признаки: *ведущими игроками на мировой арене являются США, Китай, Россия и Европа; благодаря стремительно развивающейся экономике и впечатляющей военной подготовке Ин-*

дия скоро сможет присоединиться к числу супердержав; такие региональные державы, как Турция, страны АСЕАН, Япония становятся более самостоятельными; возможная сбалансированная многополярность предполагает наличие супердержав и так называемых «региональных держав».

Таблица 1.

**Репрезентация фрейма номинативного поля концепта
MULTIPOLAR WORLD в статье “The New Geopolitical Play”
(Balanced multipolar system)**

Geopolitical players		Indicators of power
Superpowers	Regional powers	
The USA	India	<i>Rising influence, increasing naval presence, size, strategic location, fast-growing economy, impressive military forces</i>
China	Turkey	
Russia	the Association of Southeast Asian Nations	
Europe	Japan	

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеева-Карневали О. А. Почему мир не становится многополярным, или грамматика международной (не)любви [Электронный ресурс]. – URL : <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/pochemu-mir-ne-stanovitsya-mnogopolyarnym-ili-grammatika-mezhdunarodnoy-ne-lyubvi/> (дата обращения: 27.03.2024).
2. Дугин А. Г. Теория многополярного мира. – М. : Евразийское движение, 2013. – 532 с.
3. Иноземцев В. Л. Мечты о многополюсном мире [Электронный ресурс]. – URL : http://www.ng.ru/ideas/2008-09-18/10_realpolitik.html (дата обращения: 27.03.2024).
4. Кулагин В. М. Мир и Запад в российской политологии // Международные процессы: Журнал теории международных отношений и мировой политики. – 2006. – Т. 4. – № 3. – С. 201–205.
5. Рогов С. М. Россия и США: уроки истории и выводы на будущее [Электронный ресурс]. – URL : <http://rusus.ru/?act=read&id=15> (дата обращения: 27.03.2024).
6. Тарасова И. А. Категории когнитивной лингвистики в исследовании идиостиля // Языкознание. – 2004. – №1. – С. 14–18.
7. Cambridge Dictionary. [Электронный ресурс]. – URL : <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/labor> (дата обращения: 27.03.2024).
8. Collin's Dictionary [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.collinsdictionary.com/> (дата обращения: 27. 03. 2024).
9. Oxford English Dictionary [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=major+player> (дата обращения 18. 02. 2024).
10. Prince Michael of Liechtenstein. The new geopolitical play [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.gisreportsonline.com/r/geopolitical-multipolarism/> (дата обращения: 27. 03. 2024).

**ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ, ВЕРБАЛИЗИРУЮЩИЕ
КОНЦЕПТ «БЛАГО» (НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА)**

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. Данная статья рассматривает фразеологизмы с точки зрения их способности выступать в качестве единиц, вербализирующих концепт в языке. Статья посвящена рассмотрению специфики реализации концепта «благо» в китайском языке. Рассматривается концепт, выражающийся фразеосемантическими группами, которые характеризуют благо через такие субконцепты как «сотрудничество», «трудолюбие» и «упорство». Статья анализирует, как образ, формируемый исходной семантикой компонентов идиоматического выражения, проходит процесс переосмысления и становится мотивирующей основой для порождения переносного значения фразеологизма, реально употребляющегося в современном языке.

Ключевые слова: фразеологические единицы, благо, сотрудничество, труд, упорство.

Предметом рассмотрения данной статьи являются фразеологические единицы китайского языка, которые можно рассматривать как компонент номинативного поля концепта «благо». В статье принято положение о том, что данный концепт реализуется посредством таких субконцептов, как сотрудничество, трудолюбие и упорство, каждый из которых соотнесен со своей группой языковых выразительных средств идиоматического характера, а именно фразеосемантических групп. Целью исследования является анализ соотношения внутренней формы фразеологической единицы как мотивирующей основы и актуального значения этой единицы.

Благо – это одна из основных аксиологических категорий, выражающая состояние осуществлённого бытия как конечной цели человеческих устремлений. Понятие блага представляет наиболее общую понятийную универсалию для обозначения положительной ценности (противоположность блага – отрицательная ценность, или зло), а также тех или иных предметов, явлений и других сущностей, удовлетворяющих определённые человеческие потребности и желания, отвечающие интересам, целям и стремлениям людей [1].

Толковый словарь С. И. Ожегова даёт следующее определение понятию «благо»: это «состояние и условие совершенства, осуществленного бытия; ведущее понятие средиземноморско-европейской (иудео-христианской) культуры, одно из традиционно принятых в ней имен божественного начала» [2].

В Китае очень развита идеология, согласно которой нравственные качества важнее детального научного знания. Основные элементы китайской традиционной системы ценностей являются философскими, они подчеркивают значение коллективизма, как основы китайского способа производства [13, с. 318]. Под термином «коллективизм» понимается признание приоритета абсолютного большинства некоторого коллектива (в том числе нации, класса, производственного коллектива и т. д.) над человеческой личностью. В свою очередь, коллективизму противостоит индивидуализм, который приоритетом ставит автономию личности и ее ценность [9, с. 123]. Китайская традиционная концепция рассматривает человека в качестве нравственного существа, а добро и зло – в качестве естественной природы человека. Базовым принципом китайского мировоззрения является понимание того, что только самосовершенствованием и культивированием духа можно добиться блага, основанного на морали. Основной принцип: сначала справедливость, затем – благо [13, с. 317]. В китайском буддизме большое значение имеют отношения человека с природой, которые отличаются относительной гармонией. Философское течение конфуцианства ведёт к пониманию мира, где гармония достигается путём слияния, при котором каждый элемент сохраняет свою природу и находится на своем месте. Из этого следует, что китайское национальное сознание издавна придаёт значение симбиотическим отношениям между человеком и окружающей средой, и поэтому эти отношения лежат в основе системы моральных ценностей китайского народа. В связи с этим традиционная китайская культура во все отношения вкладывает именно этот смысл [13, с. 319]. Таким образом, под «благом» понимается всё то, что приносит человеку, обществу или стране пользу.

В учении о мире, сложившемся у народов Китая, главными ценностями, которые приносят благо, являются труд, упорство и сотрудничество [7, с. 243–244]. Китай является страной с особым культурным наполнением, которое для европейцев может казаться слишком туманным или даже непонятным, поскольку мировоззрение народов Китая основано не на противопоставлении тёмного и светлого начала и вечной борьбе между ними, как в представлении мира у европейцев, а на балансе между двумя противоположными силами и их взаимодействии [8]. Более того, культура Китая является коллективной, а не индивидуалистической, в отличие от стран Европы. Традиционно в Китае поощряют коллективные достижения и оценивают их больше, чем индивидуальные. Это отличие в восприятии труда находит свое выражение в содержании языковой картины мира, характерной для китайского нации, в частности в наличии большого количества идиоматических выражений положительной окраски, служащих целям вербализации концепта «благо». Данный пласт фразеологии китайского языка показывает, что в иерархии ценностей китайского народа сотрудничество, труд и упорство в достижении целей занимают высокое место.

«Распределение фразеологических единиц по общему признаку в определенные группы отражает существующие в объективной реальности группы предметов или явлений окружающего мира, к такой относится и фразеосемантическая группа» [4, с. 121]. В словаре-справочнике лингвистических терминов Д. Э. Розенталя и М. А. Теленковой говорится, что под фразеосемантической группой понимается «совокупность фразеологических единиц, образующих тематический ряд и покрывающих определенную область знаний внутри множества языковых единиц» [5, с. 274].

Исходя из вышеизложенного, в данной работе выделяются три фразеосемантические группы, характеризующие концепт «благо». Первая группа выражает субконцепт «сотрудничество», вторая группа реализует субконцепт «трудолюбие», третья группа вербализует субконцепт «упорство» [7, с. 243–244].

Внутренняя форма в семантической структуре фразеологической единицы выступает как внутренний образ, во многом предопределяющий ее семантическую эволюцию [10, с. 13]. Иными словами, внутренняя форма фразеологизма выражается в совокупности буквальных значений слов-компонентов, связанных с актуальным значением данного фразеологизма деривационными отношениями [11, с. 55]. На основании этой совокупности в семантической структуре фразеологизма формируется образ (или образная составляющая), отражающий прототипическую ситуацию действительного мира, описанию которой посвящено первое, изначальное значение данного устойчивого оборота [12, с. 130–131]. Внутренняя форма китайских фразеологизмов выражается иероглифами, входящими в состав того или иного устойчивого выражения и вызывающими в сознании человека те или иные ассоциативные образы и представления.

Первую фразеосемантическую группу концепта «благо» образуют фразеологические единицы, которые характеризуют одну из главных сфер человеческой жизни: сотрудничество и поддержание дружественных отношений с людьми, которые могут оказать поддержку. Сотрудничество рассматривается в литературе как взаимовыгодные отношения, которые приводят к мирному существованию, чем приносят благо не только обществу, но и каждому отдельному человеку.

Рассмотрим фразеологическую единицу «老虎, 苍蝇一起打» **lǎohǔ cāngyíng yīqǐ dǎ**, дающую характеристику взаимной поддержке. Переводится данный фразеологизм как «тигр и муха атакуют вместе» и обозначает сотрудничество во имя достижения общей цели. Внутренняя форма данной идиомы отражается иероглифами: «老虎» **lǎohǔ** – «тигр», «苍蝇» **cāngyíng** – «муха», «一起» **yīqǐ** – «вместе», «打» **dǎ** – «наносить удар, атаковать». Благодаря сочетанию иероглифов «老虎» **lǎohǔ** – «тигр» и «苍蝇» **cāngyíng** –

«муха» в сознании человека появляется образ «сотрудничество разных сторон», который подводит к мысли, что любой вклад важен в общее дело. Таким образом, фразеологизм выражает мысль о том, что участие каждого очень важно в достижении общей цели, и он употребляется в тех случаях, когда необходимо совершенно разных людей настроить на плодотворную совместную работу. Например, рассматриваемая идиома употреблена в следующем предложении «...要坚持“老虎”,“苍蝇”一起打...» yào jiān chí lǎohǔ cāngyíng yīqǐ dǎ [6], несущем такой смысл: «...придерживайтесь того, чтобы «тигры и мухи» сражались вместе...». Отметим, что в данном случае фразеологическая единица снова подчёркивает ценность сотрудничества всех людей вместе вне зависимости от того, являются ли они «тиграми» или «мухами». Идиома отражает китайскую культурно обусловленную специфику восприятия мира, состоящую в том, что именно в единстве и сотрудничестве заключается наибольшая сила.

Проанализируем устойчивое выражение «酸甜苦辣» suān tián kǔ là, буквально переводящееся как «кислый, сладкий, горький, острый» и дающее оценку различным ситуациям. Литературное значение данной фразеологической единицы выражает все возможные жизненные ситуации, образно представляет собой устойчивое выражение «радости и горести» или «превратности судьбы». Иероглифы отражают внутреннюю форму фразеологической единицы: «酸» suān – «кислый», «甜» tián – «сладкий», «苦» kǔ – «горький», «辣» là – «острый». Эти иероглифы обозначают вкусовые ощущения, таким образом, сочетание данных иероглифов имеет своим результатом создание образа, который мотивирует актуальный смысл рассматриваемой фразеологической единицы: «радости и горести» или «превратности судьбы». Анализируемое устойчивое выражение используется в ситуациях, когда необходимо обозначить все хорошие и плохие стороны чего бы то ни было. Например, данная идиома употреблена в следующем предложении «...使坦桑尼亚观众了解到中国老百姓家庭生活的酸甜苦辣...» shǐ tǎnsāngníyà guānzhòng liǎojiědào zhōngguó lǎobǎixìng jiāting shēnghuó de suāntiánkǔlà [6], несущем такой смысл: «...чтобы дать возможность людям в Танзании понять все горести и радости семейной жизни простых китайцев».

Рассмотрим фразеологическую единицу «唇齿相依» chún chǐ xiāng yī, дословно переводящуюся как «губы и зубы зависят друг от друга» и дающую характеристику плодотворному сотрудничеству. Литературное значение этой идиомы обозначает взаимную выгоду и тесную неразрывную связь между двумя сторонами или лицами. Внутренняя форма мотивирована

иероглифами: «唇» chún – «губы», «齿» chǐ – «зубы», «相依» xiāng yī – «зависеть друг от друга». Поскольку для полноценной жизни и питания человека важны в равной степени и губы, и зубы, то «唇» chún – «губы» и «齿» chǐ – «зубы» дают представление о любых двух компонентах, о любых двух людях или о любых двух группах, которые тесно связаны друг с другом и находят в этой связи взаимную выгоду. Данная фразеологическая единица употребляется в случаях, когда необходимо подчеркнуть важность сотрудничества. Например, анализируемая идиома употребляется в следующем предложении: «...中国和东盟国家唇齿相依...» zhōngguó hé dōngméng guójīā chún chǐ xiāng yī [6]. Это предложение можно перевести как «Нация Китая и АСЕАН сильно зависят друг от друга». В рассматриваемом примере данная фразеологическая единица является показателем того, что для китайской культуры важно такое политическое взаимодействие, как Ассоциация государств Юго-Восточной Азии, деятельность которой направлена на политическое, экономическое и культурно-региональное сотрудничество своих членов.

Таким образом, китайские устойчивые выражения, образующие фразеосемантическую группу «сотрудничество», показывают, что для системы культурных приоритетов Китая слаженная работа является неотъемлемой частью основного спектра ценностей.

В китайском менталитете большое значение придается трудолюбию и тщательному планированию, поскольку те успехи, ради которых человек трудился, и репутация трудолюбивого сотрудника обеспечивают продвижение по карьерной лестнице [7, с. 244], а значит и спокойную безбедную жизнь.

Проанализируем фразеологическую единицу «重于泰山» zhòng yú tài shān, которая буквально переводится как «тяжелее, чем гора Тайшань» и которая даёт оценку упорному труду. Литературное значение рассматриваемого устойчивого выражения подразумевает трудоемкую и кропотливую деятельность. Внутренняя форма этой фразеологической единицы передается иероглифами: «重» zhòng – «тяжелый», «于» yú – «чем» (указывает на сравнение), «泰山» tài shān – «гора Тайшань». Дословно идиома выражает значение «тяжелее, чем гора Тайшань», благодаря чему в сознании человека появляется образ чего-то большого, тяжёлого, сложного, то есть образ «сложного дела». При использовании в речи данная фразеологическая единица указывает на то, что необходимо трудиться, чтобы достичь своих целей, а также она несёт в себе ярко выраженный культурный элемент. Китай – страна, изобилующая горной местностью, а потому в сознании людей закрепилось понимание, что для того, чтобы перейти горы, необходимо при-

ложить достаточно усилий: это отразилось в рассматриваемой идиоме. Изучаемая фразеологическая единица используется в предложениях, подобных следующему: «责任重于泰山,事业任重道远» *zérèn zhòng yú tài shān shìyè rènzòngdào yuǎn* [3], перевод которого звучит так: «ответственность тяжелее, чем гора Тайшань, и делу предстоит пройти долгий путь».

Рассмотрим идиому «任重道远» *rèn zhòng dào yuǎn*, дословно переводящуюся как «должность тяжела, путь далек» и дающую оценку обязанностям, которые неизменно сопутствуют трудовой деятельности. Внутренняя форма данного устойчивого выражения отражается иероглифами: «任» *rèn* – «должность, пост», «重» *zhòng* – «тяжелый», «道» *dào* – «путь», «远» *yuǎn* – «далёкий». Данные иероглифы создают образ, который можно описать как «нести тяжёлую ответственность в течение долгого времени» или «предстоит много сделать и пройти долгий путь», поскольку «тяжёлая должность» соотносится с ответственностью, потому что должностные лица несут ответственность за выполнение своей работы надлежащим образом, а «далёкий путь» соотносится с большим отрезком времени, потому что длинный путь требует длительного путешествия. Анализируемое устойчивое выражение употребляется в тех случаях, когда необходимо обозначить обязанности и цели, которые являются сложными, но при должных усилиях достижимыми. Например, эта идиома имеет место в предложении «维护世界和平,促进共同发展依然任重道远» *wéihù shìjiè hépíng, cùjìn gòngtóng fāzhǎn yīrán rènzòngdào yuǎn* [3], которое переводится следующим образом: «предстоит еще много сделать и пройти долгий путь для поддержания мира во всем мире и содействия общему развитию». Очевидно, что фразеологическая единица подчёркивает необходимость прикладывать усилия и трудиться, чтобы получить результат.

Проанализируем устойчивое выражение «虎头蛇尾» *hǔ tóu shé wěi*, которое дословно переводится как «голова тигра, хвост змеи» и которое характеризует состояние тех или иных дел и процессов. Данная идиома обладает литературным значением, которое можно описать как «горячо приняться за дело и остыть к концу». В русском языке существует аналог рассматриваемого выражения: «начать за здравие, кончить за упокой». Внутреннюю форму этого фразеологического выражения составляют иероглифы: «虎» *hǔ* – «тигр», «头» *tóu* – «голова», «蛇» *shé* – «змея», «尾» *wěi* – «хвост». Таким образом, данные иероглифы образуют два словосочетания «虎头» *hǔ tóu* «голова тигра» и «蛇尾» «хвост змеи» *shé wěi*, за счёт которых в сознании человека появляется образ сначала чего-то хорошего, потом чего-то плохого. В каждом этническом сообществе существуют особые национально обусловленные стереотипы, в том числе связанные с особенностями

восприятия и интерпретации представителей животного мира. Таким образом, животные в китайском национальном сознании ассоциируются с определенными качествами. Тигр является символом смелости и гнева, а змея несёт в себе значение мудрости и спокойствия. Находясь в одном предложении, они создают контраст, который даёт образное значение идиомы: «горячо приняться за дело и остыть к концу». Данное устойчивое выражение употребляется в случаях, когда необходимо обозначить незавершенную деятельность. Эта фразеологическая единица употреблена в следующем словосочетании «...防止虎头蛇尾...» fáng zhǐ hǔ tóu shé wěi [6], несущем такой смысл: «предотвратить разочарования». Отметим, что в данном случае фразеологизм подчёркивает ценность кропотливого труда для достижения цели.

Таким образом, рассматриваемые идиомы показывают, что трудолюбие занимает важное место в мировоззренческой парадигме культуры Китая и высоко ценится.

Перейдём к фразеосемантической группе «упорство». Упорство и настойчивость позволяют в сочетании с терпением и трудолюбием добиваться своих целей. Сама настойчивость часто бывает важнее результата, когда важнее показать свое старание, проявить активность и участие в деятельности [7, с. 244].

Рассмотрим фразеологическую единицу «**坚如磐石**» **jiān rú pán shí**, буквально переводящуюся как «твёрдый словно массивная скала» и дающую оценку процессу деятельности. Литературное значение данной идиомы выражает образ, который характеризуется как «прочный, твёрдый, крепкий, сильный». Внутреннюю форму анализируемого фразеологизма составляют иероглифы: «**坚**» jiān – твёрдый, «**如**» rú – «словно», «**磐石**» pán shí – «массивная скала», которые, соответственно, создают представление о чем-то «сильном, прочном». Идиома обозначает твёрдость духа и употребляется, чтобы выразить необходимость быть упорным в делах. Например, она используется в контексте «**使我们党的根基永远坚如磐石**» shǐ wǒmen dǎng de gēnjī yǒngyuǎn jiān rú pán shí [6], имеющем перевод « **пусть фундамент нашей партии будет прочным, как скала**».

Проанализируем идиому «**百尺竿头,更进一歩**» **bǎi chǐ gān tóu gèng jìn yí bù**, которая дословно переводится как «**бамбуковый шест в сотню чи заменяет один шаг**» и которая дает оценку намерению достичь поставленной цели. Данная идиома обладает литературным значением, которое описывается как «**упорное продвижение вперед**». Внутренняя форма рассматриваемого фразеологизма объясняется иероглифами: «**百**» bǎi – сто, «**尺**» chǐ – чи (традиционная китайская мера длины), «**竿**» gān – «**бамбуковый шест**»,

«头» tóu – «конец, кончик, верхушка», «更» gèng – «больше, ещё», «进» jìn – «идти вперед», «一步» yí bù – «один шаг», которые создают образ «бамбукового шеста в сотню чи, который заменяет один шаг», то есть «движение вперед». Таким образом, анализируемая идиома создает представление в сознании человека, которое можно описать как «двигаться вперед», и употребляется в ситуациях, когда необходимо обозначить развитие сотрудничества. Например, она используется в контексте «亚洲合作需要百尺竿头,更进一步» yàzhōu hézuò xūyào bǎi chǐ gān tóu gèng jìn yí bù [6]. Предложение из рассматриваемого примера переводится как «Азиатское сотрудничество должно продвигаться все дальше и дальше». Данная фразеологическая единица является маркером того, что за сотрудничество или иное другое дело необходимо браться основательно и заниматься им упорно, чтобы не впасть в состояние стагнации и продолжать развиваться.

Рассмотрим ещё одно устойчивое выражение «化干戈为玉帛» huà gān gē wéi yù bó, буквально переводящееся как «превратить оружие в нефрит и шелка» и дающее положительную оценку трудовой деятельности. Литературное значение этой идиомы выражает представление о смене плохого на хорошее. Иероглифы объясняют внутреннюю форму идиомы: «化» huà – «изменять, превращать», «干戈» gān gē – «щит и копье, оружие», «为» – «в», «玉» yù – «нефрит, яшма», «帛» bó – «шелка», благодаря которым в сознании человека появляется образ изменения чего-то опасного на нечто приятное, поскольку под «щитом и копьем» в более узком значении понимается война, в более широком – нечто плохое; и, напротив, «нефрит и шелка» считались в Древнем Китае вещами драгоценными. Таким образом данные иероглифы дают представление о смене плохого на хорошее. Рассматриваемая идиома употребляется в ситуациях, обозначающих необходимость перемен к лучшему. Например, анализируемый фразеологизм можно найти в предложении «化干戈为玉帛,...等理念世代相传» huà gān gē wéi yù bó ... děng lǐniàn shìdài xiāngchuán [6], переводящемся как «...идея превращения ужасного в прекрасное... которая передавалась из поколения в поколения». Идиома показывает, что только благодаря упорству становится возможным внести изменения в жизнь.

Таким образом, идиомы, относящиеся к фразеосемантической группе «упорство» неизменно тесно связаны с понятиями «трудолюбие» и «сотрудничество», поскольку без упорства и настойчивости никакой труд и никакое сотрудничество не может быть успешным.

Из всего вышеизложенного следует, что фразеологические единицы социальны по своей природе и являются частью картины мира, отраженного

общественным сознанием. Общая схема проанализированных фразеологических единиц, входящих в номинативное поле концепта «благо», включает в себя субконцепты «сотрудничество», «трудолюбие» и «упорство». Изучение единиц, характеризующих фразеосемантическое поле «благо», на примере китайского языка имеет прикладное значение, обогащая фразеологию новыми исследованиями в этой области.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гуманитарный портал* [Электронный ресурс]. – URL : <https://gtmarket.ru/concepts/7358> (дата обращения: 20.10.2023)
2. *Толковый словарь С. И. Ожегова* [Электронный ресурс]. – URL : <https://gufo.me/search?term=%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D0%B3%D0%BE> (дата обращения: 21.10.2023)
3. 政治等效”视阈下政治文本中成语英译研究
4. *Фразеологические единицы*, характеризующие концепт «агрессия» (на примере немецкого, английского, русского и татарского языков) [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/frazeologicheskie-edinitsy-harakterizuyuschie-kontsept-agressiya-na-primere-nemetskogo-angliyskogo-russkogo-i-tatarskogo-yazykov/viewer> (дата обращения: 18.10.2023)
5. *Розенталь Д. Э., Теленкова М. А.* Словарь-справочник лингвистических терминов : пособие для учителя. – М. : Просвещение, 1985. – 399 с.
6. 的论视角下的中国特色表达法译策略研究——以《习近平谈治国理政》为例
7. *Базовые принципы* китайской деловой культуры [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/bazovye-printsipy-kitayskoy-delovoy-kultury/viewer> (дата обращения: 25.02.2024)
8. *Философское учение 阴阳* инь-ян в китайской культурной традиции [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofskoe-uchenie-in-yan-v-kitayskoy-kulturnoy-traditsii/viewer> (дата обращения: 25.02.2024)
9. *Исторический опыт* коллективизма. Социально-философский аспект [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskiy-opyt-kollektivizma-sotsialno-filosofskiy-aspekt/viewer> (дата обращения: 25.02.2024)
10. *Жуков В. П.* Русская фразеология. – М. : Высшая школа, 1986. – 310 с.
11. *Кунин А. В.* Курс фразеологии современного английского языка. – Москва : Вышш. шк. ; Дубна : Изд. центр «Феникс», 1996. – 380,[1] с.
12. *Баранов А. Н., Добровольский Д. О.* Основы фразеологии (краткий курс). – М., 2019.
13. *Образ моральных ценностей.* [Электронный ресурс]. – URL : https://vk.com/doc313692296_676062853?hash=026FnSePzaNJCZdGzZYRr3jqVKAhtQgUQoQbz8sAxE0&dl=TI9Y8CRQEgt1KzLtVlyTc7VyzGu6Ve3vrOd4pY4jwig&from_module=vkmsg_desktop (дата обращения: 09.03.2024)

КОГНИТИВНЫЕ ОСНОВЫ БЕСКОНФЛИКТНОСТИ В ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВАХ ОТЦОВ И МАТЕРЕЙ

*Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина,
г. Тамбов, Российская Федерация*

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда
№ 22-18-00067, <https://rscf.ru/project/22-18-00067/>

Аннотация. Статья посвящена исследованию когнитивных основ формирования бесконфликтности в сознании пользователей родительских чатов. В ходе исследования уделяется внимание уточнению трактовки понятия «бесконфликтность». Рассматривается роль вербальных индикаций, лежащих в основе формирования бесконфликтного модуля осмысления. Исследуются когнитивные механизмы и способы их реализации в процессе бесконфликтного взаимодействия участников коммуникации в интернет-сообществе отцов и матерей.

Ключевые слова: бесконфликтность, когнитивный механизм, языковое средство, коммуникация, родительский чат.

В когнитивной лингвистике приобретает актуальность исследование эффективного, бесконфликтного языкового взаимодействия. Н. Н. Болдырев отмечает, что в рамках когнитивного подхода «бесконфликтная языковая коммуникация подразумевает взаимную ориентацию отправителя и получателя информации на существующее коллективное знание о мире и общепринятую систему ценностей, которые по умолчанию имеют стандартизованный (согласованный) в рамках определенного сообщества характер» [2, с. 25]. Успешность коммуникации определяется отсутствием «противоречия между ее участниками, что предполагает гармонию интересов, взглядов, ценностей и целей» [3, с. 108].

Установлено, что языковым средствам, передающим индивидуальные интерпретации коллективных знаний и ценностей о родительстве, присущ несогласованный характер. К нарушению данной согласованности приводит использование участниками чата разнообразных средств с агрессивной семантикой, а также нарушение языковых норм письменной речи. Мы принимаем точку зрения о том, что конфликт – это не только «конфликт различных точек зрения и мнений, но и конфликт знаний и опыта (в том числе языкового) в плане степени совпадения их объемов и способов их структурирования у разных коммуникантов, а также механизмов формирования и понимания смыслов» [1, с. 26]. Следовательно, бесконфликтная интерпретация семантики языковых средств и передаваемых ими смыслов обеспечивает эффективное концептуальное взаимодействие.

В исследовании акцент смещается на выявление языковых средств нейтрализации конфликтности и когнитивных механизмов достижения бесконфликтности в интернет-сообществах отцов и матерей. Отметим, что в работе текстовые иллюстрации, приводимые в качестве примеров, заимствованы из чатов Telegram с сохранением орфографии и пунктуации их авторов.

В процессе анализа установлено, что репрезентация бесконфликтности может быть мотивирована действием иронии. Интерпретация ироничного смысла, его восприятие и декодирование обусловлены когнитивными процессами, происходящими в сознании адресата. При интерпретации высказывания, используя механизм инференции, представляется возможным вывести скрытый смысл. Например, на вопрос о том, в каком новом заведении можно потанцевать вечером без детей, когда надоели популярные места, прозвучал весьма интересный, с точки зрения бесконфликтности, ответ. В диалоге бесконфликтность достигается посредством иронии, поскольку завистливое отношение выражено имплицитно:

(1) Надо для похвастаться отдельную ветку завести, чтобы вот так вот удар не схватить

Ишь

Танцевать они

Без детей

На всю ночь

Куда админы смотрят.

В анализируемом примере 1 кроме импликации отмечено интегративное действие таких когнитивных механизмов, как перефразирование и абстрагирование. В частности, обращает на себя внимание синтаксическая структура высказывания: «Ишь – Танцевать они – Без детей – На всю ночь». Пропуск сказуемого «захотели» подтверждает наше предположение о том, что собеседник завидует и скрывает истинное желание проводить время аналогичным образом, поскольку он абстрагируется и избегает использования в своей речи глагола со значением «иметь желание». Вместе с тем, подобная структура придает высказыванию шутливость, которая позволяет не допустить развитие конфликта и создать доброжелательную атмосферу. Следует отметить выбор языковых средств. В примере 1 в эмоционально-оценочной функции используется перифраза «схватить удар» со значением «быть побитым», а также междометие «ишь», выражающее укоризну и возмущение. Однако ироничное оперирование данными языковыми средствами указывает на стремление говорящих к бесконфликтному языковому взаимодействию.

В следующем текстовом фрагменте ироничная вежливость позволяет снизить напряженность и противостоять агрессии в интернет-сообществе отцов и матерей. В примере 2 затронута одна из популярных родительских

тем – детский сад, в частности, обсуждение личности воспитателя. Обратимся к примеру:

(2) Мне добавить нечего. <...> Ещё не поздно получить пед образование и показать каким должен быть воспитатель. А мы все дружно отведем детей к Вам в группу и будем счастливы, но не сейчас. Я рада, что в новом саду Вам нравится. Всего хорошего.

У меня высшее педагогическое образование, красный диплом. Практика более 20 лет. В отличие от вашего воспитателя, которая имеет 2 года заочки. Радуйтесь и выдыхайте, на здоровье.

Ждем вас в нашем саду, с таким большим опытом и отличными знаниями! Еще раз, всего хорошего!

В вышеуказанном диалоге отмечается частотное употребление официального формального обращения к собеседнику посредством употребления личного местоимения второго лица множественного лица «вы», что позволяет в некоторой степени сгладить конфликт. Рассматриваемый фрагмент чата является также ярким примером действия когнитивных механизмов конкретизации и расширения, когда говорящий мысленно выделяет для себя желание убедить собеседника в том, что его совет о получении педагогического образования неактуален, дополняет представление о нем частными признаками и пытается, таким образом, прервать обсуждение потенциально конфликтной темы: «У меня высшее педагогическое образование, красный диплом. Практика более 20 лет».

В чатах бесконфликтность коммуникации часто достигается за счет языковых средств, репрезентирующих признание авторитета другого человека при выражении собственного мнения:

(3) Мне кажется споры тут не к чему. Каждая семья и каждый человек знает как лучше.

(4) Кто-то из девочек писал, что сколько людей столько и мнений. И это действительно так. И думаю люди должны быть осведомлены о таких не приятных ситуациях.

(5) Вот видите у всех свои любимые авторы и принципы воспитания, потому что все мы разные, как и наши дети и нужно учитывать особенности ребёнка, что подходит одному, не подойдёт другому.

(6) Надеюсь, что педагоги лучше меня знают, как и что, потому что я, конечно, такой интенсивности не ожидала.

(7) По школам и детским садам лучше вопрос сразу в город задавать. Мы же не знаем подробности.

В процессе анализа сообщений в родительских чатах отмечена реализация еще одного когнитивного механизма – перефокусирования, когда в напряженной ситуации говорящий пытается вывести из фокуса внимания конфликт, сместив акцент на просьбу и призыв к бесконфликтности. Действие механизма фиксируется в языке, и его ярким проявлением на уровне

лексики и грамматики является употребление вежливых обращений (девушки, уважаемые родители, родители) при обсуждении конфликтной темы, а также частотное использование частиц «не» (не обесцениваем, не разрешайте) и «пожалуйста»:

(8) Девушки, еще раз прошу соблюдать переписку в соответствии с правилами чата. А именно – уважительное общение, не обесцениваем и не осуждаем мнение других.

(9) Уважаемые родители! Огромная просьба к тем, у кого у детей есть электросамокаты. Пожалуйста, не разрешайте гонять на них на детских площадках.

(10) Родители, поговорите, пожалуйста, со своими детьми! Вот зачем на резиновое покрытие сыпать песок.

В следующих текстовых иллюстрациях бесконфликтность коммуникации достигается посредством конкретизации контекста и смещения фокуса высказывания с дальнейшего развития конфликтной темы на ее избегание или прекращение:

(11) Предлагаю закончить обсуждение про лечение и препараты, а то возможно кто-то воспринимает слишком близко к сердцу, как например не давать те или иные препараты, не стоит забывать, что все реакции сугубо индивидуальные, нельзя полностью полагаться на опыт другого человека.

(12) Девушки, я предлагаю не разводить тут эту тему. Ибо она бесконечная. Просто поговорите со своими мальчишками (чаще всего это они).

(13) Ну вот, а в тематические мамские чаты давайте этого не надо?

(14) Давайте оставим споры. Все мы выросли и все вроде живем не плохо.

Как показал анализ, в ситуациях, когда участники чата вежливо избегают нежелательных прямолинейных оценок речевого поведения собеседника, бесконфликтность также мотивирована действием когнитивного механизма перефокусирования:

(15) Очень важно маме самой знать признаки менингита.

(16) Тогда не подскажу. Самим в скором времени предстоит разобраться с этим делом.

В стремлении вызвать одобрение со стороны аудитории говорящие иногда осознанно соглашаются в шутливой форме с агрессивными комментариями:

(17) Вдоль наших домов гулять опасно. Прогуливалась вдоль 3 подъезда 18к1 и мимо коляски пролетел уголь от кальяна. Вычислить квартиру не удалось, увы. А ещё в 3 подъезде живёт женщина, которая весной и летом вытряхивала какие-то пледы из окна.

Видимо люди жили в 5 этажах или в деревне. Никак не перестроятся что в многоквартирных домах ничего в окна нельзя вытряхивать и выбрасывать, снизу полно людей.

Да. Мы из деревни приехали глухой. Там привыкли на голову козам

сыпать с пледов мусор.

В рассматриваемом примере 17 затрагивается тема соблюдения порядка и чистоты, в частности, предостережение родителей и их детей об участившихся случаях выброса посторонних предметов из окон дома. На стереотипное мышление одного из участников диалога указывает высказанное им предубеждение о нечистоплотности деревенских жителей, что, в свою очередь, провоцирует конфликт. Обращает на себя внимание лексический повтор, позволяющий не только в шутливой форме выделить смысловой отрезок, но и сделать высказывание более эмоциональным: «жили в деревне» – «да, мы из деревни». Речь идет о реализации такого когнитивного механизма, как аналогия. Подобная аналогичность мышления позволяет человеку оперировать уже знакомыми категориями и наладить бесконфликтное языковое взаимодействие.

Таким образом, исследование показало, что бесконфликтность коммуникации в родительских чатах достигается посредством лексических, грамматических и синтаксических единиц русского языка. Определено, что в формировании бесконфликтных смыслов участвуют такие когнитивные механизмы, как импликация, инференция, перефразирование, абстрагирование, конкретизация, расширение, перефокусирование и аналогия.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Болдырев Н. Н.* Бесконфликтная языковая коммуникация: программа исследования // Когнитивные исследования языка. – 2022. – № 4 (51). – С. 25–30.
2. *Болдырев Н. Н.* Средства нейтрализации потенциального конфликта в бесконфликтной языковой коммуникации // Когнитивные исследования языка. – 2023. – №5 (56). – С. 24–29.
3. *Фурс Л. А.* Вариативность модусов интерпретации синтаксической конструкции в контексте бесконфликтной коммуникации // Когнитивные исследования языка. – 2022. – № 3 (50). – С. 108–112.

УДК 81'42

Якобсон И. К.

РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПЕСЕННОМ ДИСКУРСЕ

*Белгородский государственный университет,
г. Белгород, Российская Федерация*

Аннотация. Данная статья исследует реализацию коммуникативных стратегий в англоязычном песенном дискурсе. В статье анализируется, как различные коммуникативные стратегии воздействия и взаимодействия при-

меняются в текстах песен для достижения коммуникативных целей. Исследование основано на анализе текстов песен из жанра рэп-музыки и выявляет особенности использования языка в контексте музыкальной культуры. Результаты работы могут быть полезны для лингвистов, культурологов и специалистов в области медиа-коммуникаций.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникативные стратегии, песенный дискурс, типология коммуникативных стратегий.

Коммуникация, как основной процесс обмена информацией и смыслами, играет ключевую роль в формировании и поддержании социокультурных связей. Одним из интересных аспектов изучения коммуникации является анализ её реализации в различных сферах культуры, включая музыкальный дискурс. Музыкальные тексты представляют собой специфическую форму коммуникативной активности, где смыслы и эмоции передаются через лингвистические и музыкальные коды. Настоящая статья направлена на исследование реализации коммуникативных стратегий в англоязычном песенном дискурсе. Изучение коммуникативных стратегий в музыкальных текстах позволяет раскрыть особенности их реализации, а также влияние на восприятие аудиторией.

Так как материал нашей статьи касается песенного дискурса, предложим определение песенного дискурса по Л. Г. Дуняшевой. В своей работе она определяет песенный дискурс как нечто более глубокое, чем просто текст, включая контексты создания и интерпретации, а также оценивая его воздействие на слушателя в определенном историко-культурном контексте [2, с. 158].

Рассмотрев понятие песенного дискурса в контексте его глубины и воздействия на слушателя, перейдем к анализу коммуникативных стратегий, которые играют ключевую роль в процессе интерпретации и восприятия музыкальных произведений. Т. А. ван Дейк представляет коммуникативную стратегию как «общую инструкцию для каждой конкретной ситуации интерпретации» [1, с. 274], подчеркивая, что различные стратегии могут служить как личным, так и общественным целям говорящего. Влияние на выбор стратегии оказывает намерение коммуникатора, отраженное в конкретной ситуации, что подчеркивает когнитивно-дискурсивный подход.

Согласно Н. Н. Кирилловой, коммуникативные стратегии охватывают различные аспекты взаимодействия между коммуникантами, исходя из целей и этических категорий. В литературе Н. Н. Кирилловой выделяются кооперативные и некооперативные (или конфронтационные) стратегии. Наиболее эффективными в современных условиях считаются стратегии кооперации, так как они способствуют установлению согласия, долгосрочным взаимовыгодным контактам и предпочтительны для поддержания хороших отношений. Однако некооперативные стратегии также важны в понимании и обработке коммуникативных ситуаций [3, с. 26].

Представим подробное описание коммуникативных стратегий, разделенных на кооперативные и стратегию конфронтации:

Стратегии кооперации:

1. Вежливость, искренность и доверие. Эти стратегии основаны на уважении, доброжелательности и честности в коммуникации, включают в себя использование вежливых оборотов, проявление интереса к собеседнику и доверие к его словам.

2. Близость (открытое общение). Это стратегия подразумевает открытость и эмоциональную близость в общении. Люди, использующие эту стратегию, стремятся к созданию теплых и доверительных отношений.

3. Отказ от выбора (уступка инициативы в пользу партнера). Использование этой стратегии предполагает готовность идти на уступки ради сохранения гармоничных отношений. Это может включать в себя демонстрацию компромисса и готовности к сотрудничеству.

4. Отстранение (проявление сдержанности, ненавязчивости). Стратегия отстранения включает в себя сохранение дистанции и сдержанности в общении. Это может быть полезным в ситуациях, когда необходимо поддерживать нейтральные отношения.

5. Сотрудничество, компромисс. Эти стратегии направлены на достижение общих целей через взаимодействие и согласование интересов. Сотрудничество и компромисс позволяют найти оптимальные решения для всех сторон [1, с. 27].

Стратегии конфронтации:

1. Дискредитация, подчинение. Эти стратегии основаны на попытках доминирования над собеседником, подавлении его мнения или авторитета. Дискредитация может включать в себя использование негативных прилагательных или оскорблений.

2. Насилие, агрессия. Стратегии насилия и агрессии включают в себя угрозы, физическое или вербальное насилие в отношениях. Эти стратегии обычно приводят к конфликтам и нарушению отношений.

3. Захват инициативы, контроль над ситуацией. Эти стратегии направлены на установление доминирующего положения в общении. Человек, использующий эту стратегию, стремится контролировать ход беседы и влиять на решения собеседника.

4. Принуждение, проработка. Эти стратегии включают в себя упорное настаивание на своем мнении или жесткое требование выполнения определенных действий. Принуждение может быть использовано для достижения личных целей, игнорируя интересы других.

5. Соперничество, конфликт. Стратегии соперничества и конфликта характеризуются борьбой за преимущество или ресурсы. Они обычно приводят к напряженным отношениям и конфликтам между сторонами.

6. Разоблачение, претензии, угрозы. Эти стратегии включают в себя выявление недостатков или ошибок собеседника, выдвижение претензий и

угроз. Они могут использоваться для давления на собеседника или защиты своих интересов [1, с. 28].

В качестве материальной базы нашего исследования были выбраны тексты песен американского рэп-исполнителя, музыкального продюсера, композитора и актера Маршалла Мэтерса III, известного под псевдонимом Eminem (Эминем). Фактический материал составили 11 песен из дискографии исполнителя, написанных в период с 1996 года по 2021 год

Рассмотрим примеры текстов песен Eminem, в которых можно обнаружить реализацию коммуникативных стратегий: стратегии кооперации, стратегии конфронтации:

Стратегии кооперации:

1. Вежливость, искренность и доверие, пример (1):

(1) "Hailie, I know you miss your Mom, and I know you miss your Dad when I'm gone, but I'm tryin' to give you the life that I never had."

В песне «Mockingbird» Eminem обращается к своей дочери с искренними словами о своей любви и заботе о ней. Весь трек пронизан тоном внимания и заботы. В примере (1) используется прямое обращение к дочери "Hailie" и повторение фраз "I know you miss your Mom", "I know you miss your Dad", что создает эмоциональную связь между исполнителем и слушателем.

2. Близость (открытое общение), пример (2):

(2) "All you did, all you said, you did your best to raise us both. Foster care, that cross you bear, few may be as heavy as yours. But I love you, Debbie Mathers Oh, what a tangled web we have 'cause."

В песне «Headlights» Eminem рассказывает о своих тяжелых отношениях с матерью. Это открытое признание, где он делится своими эмоциями и переживаниями. В примере (2) это достигается через метафоры "foster care...that cross you bear" и анафору "all you did, all you said", которые усиливают выразительность текста.

3. Отказ от выбора (уступка инициативы в пользу партнера), пример (3):

(3) "It's like I'm huffin' paint and I love her, the more I suffer, I suffocate. And right before I'm about to drown, she resuscitates me. She fuckin' hates me, and I love it – "Wait!"

В песне «Love the Way You Lie» Eminem описывает сложные отношения, где он выражает готовность к компромиссу и уступке ради сохранения любви. В примере (3) мы можем заметить анафору "I suffer, I suffocate", что говорит о его сложном выборе. Также исполнитель выражает уступку инициативы в пользу партнера через антитезу "She fuckin' hates me, and I love it".

4. Отстранение (проявление сдержанности, ненавязчивости), пример (4):

(4) "Nobody asked for life to deal us with these bullshit hands we're dealt."

В песне «Beautiful» Eminem описывает свои внутренние борьбы и

трудности, сохраняя при этом некоторую дистанцию и сдержанность. В примере (4) эпитет “bullshit hands”, который помогает передать авторское отношение к жизни.

5. Сотрудничество, компромисс, пример (5):

(5) “They moved on to the next schmoie who flows. He nose-dove and sold nada, and so the soap opera. Is told, it unfolds, I suppose it's old partner. But the beat goes on da-da-dum da-dum da-dah.”

В песне «Lose yourself» Eminem повествует о его творческом пути и с кем ему приходилось взаимодействовать для взаимовыгодного партнерства. В примере (5) автор использует ритмические и звуковые повторы “da-da-dum da-dum da-dah”, чтобы подчеркнуть ритмичность и энергию трека. Это создает атмосферу динамики и движения, что соответствует теме песни о творческом пути.

Стратегии конфронтации:

1. Дискредитация, подчинение, пример (6):

(6) “And that’s the message that we deliver to little kids. And expect them not to know what a woman’s clitoris is. Of course they gonna know what intercourse is. By the time they hit fourth grade. They got the Discovery Channel don't they?”

В песне «The Real Slim Shady» Eminem использует сарказм “And expect them not to know what a woman’s clitoris is” и иронию “They got the Discovery Channel don't they?” для дискредитации общественных стереотипов и требований.

2. Насилие, агрессия, пример (7):

(7) “You better kill me! I'ma be another rapper dead for popping off at the mouth with shit I shouldn't said. But when they kill me – I’m bringing the world with me.”

В песне “Kill You” Eminem выражает агрессию и насилие в своих текстах, что часто является частью его образа и стиля. В тексте присутствует явное выражение угрозы “I’m bringing the world with me” и жестокости “You better kill me!”, что характерно для агрессивного стиля Eminem и его образа. Текст также содержит отрицательно окрашенные лексические единицы, такие как “kill”, “dead”, “shit”, что выражает агрессивное и негативное отношение.

3. Захват инициативы, контроль над ситуацией, пример (8):

(8) “I’m beginning to feel like a Rap God, Rap God. All my people from the front to the back nod, back nod.”

В песне «Rap God» Eminem демонстрирует свою силу и контроль над ситуацией, утверждая свою позицию как ведущего рэпера. В этих строчках слова “Rap God” и “feel” выражают уверенность и гордость, тогда как слово “nod” подчеркивает согласие. Эти слова отражают коммуникативную стратегию захвата инициативы и контроля над ситуацией.

4. Принуждение, проработка, пример (9):

(9) “You said your girlfriend’s pregnant now...how far along is she? Look, I’m really flattered that you would call your daughter that! And here’s an autograph for your brother, I wrote it on a starter cap. I’m sorry I didn’t see you at the show, I must have missed you.”

В песне «Stan» Eminem описывает адаптацию поклонника, который идет на крайности из-за его принуждения и воздействия. В данном случае, слова “flattered”, “autograph”, “missed” имеют положительную коннотацию, выражая восхищение, желание подписать автограф и сожаление, тогда как слово “sorry” отражает негативные эмоции, такие как сожаление и раскаяние. Эти слова отражают коммуникативную стратегию проработки, где исполнитель старается проанализировать ситуацию, выражая сожаление, что не встретился с фанатом.

5. Соперничество, конфликт, пример (10):

(10) “I’mma be what I set out to be, without a doubt undoubtedly. And all those who look down on me I’m tearing down your balcony.”

В песне “Not Afraid” Eminem обращается к своим критикам и соперникам, выражая свое решительное намерение противостоять им и преодолеть все трудности. Строки содержит слова с положительной окраской, такие как “set out to be”, “without a doubt”, “undoubtedly”, “look down”, которые выражают решимость и уверенность.

6. Разоблачение, претензии, угрозы, пример (11):

(11) “Better shut your lying mouth if you don’t want Nick finding out.”

В песне «The Warning» Eminem отвечает на критику Мэрайи Кэри и Ника Кэннона, выдвигая претензии и угрозы в своих текстах. Строки содержат слова с отрицательной окраской, такие как “shut”, “lying”, которые выражают угрозы и разочарование. Данные лексические единицы выражают разоблачение и претензии в адрес других рэп-музыкантов, критикующих Эминема.

Таким образом, для реализации стратегий конфронтации Эминем использует слова негативной семантики, а также языковые средства иронии и сарказма. Эминем активно использует такие стратегии, как разоблачение, претензии, угрозы, стратегии насилия, агрессии, стратегии захвата инициативы, стратегии дискредитации. Автор песен пользуется отрицательно окрашенными лексическими единицами для передачи эмоциональной насыщенности своих текстов, часто с целью дискредитации своих противников. Такие слова, как “dead”, “shit”, “hate”, создают атмосферу напряжения и конфронтации, что характерно для стилистического образа Эминема. Таким образом он выражает свою критику и протест. Эминем в своем творчестве отстаивает свою позицию художника, отражая борьбу за свободу самовыражения.

Также Эминем использует некоторые стратегии кооперации, а именно стратегии вежливости, искренности и доверия, стратегии близости, сотруд-

ничества и компромисса. Для достижения стратегий кооперации автор активно использует слова положительной семантики: “love”, “care”, “miss”, “support”, “promise”. Такие лексические единицы создают атмосферу искренности, доверия и взаимопонимания. Также для достижения стратегий кооперации Эминем активно использует эпитеты и метафоры, чтобы установить глубокую эмоциональную связь с аудиторией.

Исходя из данного исследования, можно сделать вывод, что песенный дискурс является большой базой для исследования коммуникативных стратегий. Анализ стратегий показал, что данный подход к исследованию может быть применен для изучения песенного дискурса с целью выявления его стилистических и культурных особенностей. Важно отметить, что понимание и умение применять стратегии кооперации и конфронтации позволяют эффективно взаимодействовать между коммуникантами для достижения поставленных целей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. – Б. : БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
2. Дунышева Л. Г. Концепт «свобода» в афроамериканском песенном дискурсе // Ученые записки Казанского университета. Серия: гуманитарные науки. – 2011. – № 6. – С. 158–167.
3. Кириллова Н. Н. Коммуникативные стратегии и тактики с позиции нравственных категорий // Вестник НГТУ им. Р. Е. Алексеева. Серия: Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. – 2012. – № 1. – С. 26–33.
4. *Eminem – Mockingbird* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/mockingbird.html> (дата обращения: 25.03.2024).
5. *Eminem – Headlight* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/headlights.html> (дата обращения: 25.03.2024).
6. *Eminem – Love the Way You Lie* [Электронный ресурс]. – URL : https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/love_the_way_you_lie.html (дата обращения: 25.03.2024).
7. *Eminem – Beautiful* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/beautiful.html> (дата обращения: 25.03.2024).
8. *Eminem – Lose yourself* [Электронный ресурс]. – URL : https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/lose_yourself.html (дата обращения: 25.03.2024).
9. *Eminem – The Real Slim Shady* [Электронный ресурс]. – URL : https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/the_real_slim_shady.html (дата обращения: 25.03.2024).
10. *Eminem – Kill You* [Электронный ресурс]. – URL : https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/kill_you.html (дата обращения: 25.03.2024).
11. *Eminem – Rap God* [Электронный ресурс]. – URL : https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/rap_god.html (дата обращения: 25.03.2024).
12. *Eminem – Stan* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/stan.html> (дата обращения: 25.03.2024).
13. *Eminem – Not Afraid* [Электронный ресурс]. – URL : https://www.amalgama-lab.com/songs/e/eminem/not_afraid.html
14. *Eminem – The Warning* [Электронный ресурс]. – URL : <https://genius.com/Eminem-the-warning-lyrics> (дата обращения: 25.03.2024)

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЛЕКСИКОЛОГИИ И СЕМАСИОЛОГИИ

УДК [811.111+811.112.2+811.161.1]’373:796.326

Агеева К. А., Кормилина Н. В.

ЭТИМОЛОГИЯ ВОЛЕЙБОЛЬНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. В данной статье проводится анализ этимологии волейбольной терминологии в русском, английском и немецком языках. Авторы исследуют происхождение таких групп терминов, как состав команды, оборудование и площадка, процесс игры, действия на площадке, экипировка игроков, а также выявляют существующие в исследуемых языках заимствования. Также рассматриваются способы заимствования в каждой группе терминов.

Ключевые слова: термин, волейбол, заимствования, этимология, русский язык, английский язык, немецкий язык.

В современном мире спорт является одним из важнейших аспектов жизни каждого человека, он может быть его активным участником, заниматься любительски или профессионально или пассивно наблюдать за играми разных уровней, участвовать в качестве помощника при организации и проведении спортивных мероприятий или соревнований. Существуют разные виды спорта, и одним из самых распространенных в мире является волейбол. Популярность волейбола выросла в настоящее время на международном уровне, что приводит к интеграции разных стран, привнося в волейбольную лексику новые слова, значения или лингвистическую окраску.

Целью данной статьи является изучение этимологии волейбольной терминологии в русском, английском и немецком языках, установление источников возникновения волейбольной терминологии в трех языках. Путем анализа словаря волейбольных терминов с сайта Всероссийской федерации волейбола (ВФВ), а также матча чемпионата России по волейболу 2023 выделим основную профессиональную волейбольную терминологию русского языка и подберем их аналоги в английском и немецком языках.

Волейбольные термины можно разделить на ряд тематических групп. Проанализируем этимологию терминов в каждой группе отдельно.

1. Состав команды:

Русский термин	Английский термин	Немецкий термин
Волейболист	Volleyball player	Der Volleyballspieler
Связующий	Setter	Der Zuspieler
Внешний нападающий	Outside hitter	Der Außenangreifer
Диагональный нападающий	Opposite hitter	Der Diagonalangreifer
Либеро	Libero	Der Libero
Средний блокирующий	Middle blocker	Der Mittelblocker

В русском языке среди терминов мы наблюдаем 2 англицизма – в обоих случаях заимствуется корневая морфема: «волейбол», «блок», и 4 термина, которые образованы средствами русского языка, например, «связующий», «нападающий». Образованы эти слова с помощью таких словообразовательных русских морфем, как корень *напад-*, *связ-* и суффиксы *-ущ*, *-ющ*, *-а*, флексия *-ий*. Исключение составляют слова «волейболист» и «блокирующий», которые образованы средствами русского и английского языков: заимствованный корень – *волейбол*, *блок* и русские суффиксы *-ист*, *-у*, *-ющ*, а также флексия *-ий*.

Английские термины, кроме слова “*libero*”, образованы средствами английского языка и образованы в основном суффиксальным способом или словосложением, как в словах “*volley+ball*”, “*out+side*”.

В немецком языке мы наблюдаем 3 англицизма, которые аналогичны заимствованиям в русском языке, т.е. заимствуется корневая морфема: “*Volleyball*”, “*Auß*”, “*Block*”. В немецком языке в основном используется способ словосложения, например, “*Volleyball+spieler*”, “*Auß+en+angreifer*”, “*Mittel+blocker*” и др.

Также, выделим термины, которые заимствованы из других языков во всех трех языках. Такой термин, как “*libero*” во всех трех языках заимствован из итальянского языка, тоже самое наблюдается с термином “*diagonal*”, который заимствован из французского языка.

2. Оборудование и площадка.

Русский термин	Английский термин	Немецкий термин
Поле	Field	Das Feld
Сеть	Net	Das Netz
Аут	Out	Das Auß
Антенна	Antenna	Die Antenne
Эспандер	Expander	Der Expander
Мяч	Ball	Der Ball

В русском языке наблюдается 3 англицизма, такие, как «аут», «антенна», «эспандер» и 3 термина, происхождение которых является общеславянским, такие, как «поле», «сеть» и «мяч». При этом используются такие способы заимствования, как транскрипция и транслитерация.

Рассмотрим термин «аут», который заимствовался путем передачи фонетического строя английского термина (“out” – [aʊt]) буквами русского языка, т.е. при помощи транскрипции. Заимствование термина «эспандер» произошло путем транслитерации, то есть передачи букв английского слова русскими буквами. Однако при этом произошла адаптация к русскому произношению: буква “х” была заменена на “с”, так как в русском языке нет звука [ks]; буква “е” стала передавать звук [э], а не [и]. Термин «антенна» заимствуется путем транслитерации, сохраняя удвоенное «н», что не является соответствующим русской орфографии элементом.

В английской группе терминов слова имеют английское происхождение и образованы средствами английского языка по формуле: корень, суффикс -er (expander) и окончание – нулевое и -a (antenna). Также есть случай французского вмешательства в структуру английского слова ‘field’ изначально восходит к ст.-англ. слову “feld”, но под влиянием французского звук [e:] иногда обозначается диграфом ie. Во французском языке этот диграф изначально обозначал дифтонг [ie], который в англо-норманнском языке упростился в [e], при этом написание ie сохранилось. Поэтому в современном термине “field” сохранилось несоответствие между орфографией и произношением, что является результатом исторического языкового взаимодействия.

В немецком языке можно выделить 6 англицизмов из 6 терминов. Заимствуется также корневая морфема: “Feld”, “Net”, “Auß”, “Antenn”, “Expand”, “Ball”, как и в первой группе слов с заменой на немецкий эквивалент или его добавлением.

3. Процесс игры, действия на площадке.

Русский термин	Английский термин	Немецкий термин
Тайм-аут	Time-out	Die Auszeit
Блок	Block	Das Blocken
Нападение/Атака	Attack/Hit/Spike	Der Angriff
Дриблинг	Dribbling	Das Dribbling
Подача	Serve	Der Aufschlag
Планер	Float serve	Der Flatteraufschlag
Пас	Pass	Der Pass
Очко	Point	Der Punkt
Эйс	Ace	Das Ass
Сет-бол	Set ball	Der Satzball
Финт	Feint	Die Finte
Сет	Set	Der Satz

В этой группе слов в русском языке можно выделить 7 англицизмов – «тайм-аут», «блок», «атака», «дриблинг», «эйс», «сет-бол», «сет» и такие слова, как «нападение», «подача», «очко», имеют славянское происхождение. Термин «планер» произошел от франц. “planer” – парить, так в волейболе появился новый термин «планирующая подача».

В английском языке термины “time-out”, “block”, “attack”/“hit”/“spike”, “dribbling”, “serve”, “float serve”, “point”, “ace”, “set”, “set ball” являются исконно-английскими или образованы средствами английского языка.

В немецком языке наблюдается 5 англицизмов, это, например, “Auß”, “Block”, “Dribbling”, “Ass”, “Ball”. В 2 терминах, а именно – “Außzeit”, “Blocken” заимствуется корневая морфема. В слове “ass” чередование в корне с английским словом “ace” и в слове “dribbling” используется способ заимствования – транслитерация. Остальные термины в немецком – “Angriff”, “Aufschlag”, “Flatteraufschlag”, “Punkt”, “Satz” являются нативными германскими словами.

Также можно выделить общий аспект в двух языках, суть которого заключается в том, что в русском и немецком языках термины «финт» и “Finte” заимствуются из итал. “finta”, а слово “feint” в английском языке является заимствованием из французского языка, где оно означает “притворный”, “ложный”. В русском, английском и немецком языках термины – «пас», “pass” и “Pass” происходят от франц. “passer”.

4. Экипировка игроков.

Русский термин	Английский термин	Немецкий термин
Футболка	Jersey	Das Trikot
Нарукавники	Sleeves	Die Ärmel
Шорты	Shorts	Die Shorts
Наколенники	Knee pads	Die Knieschoner
Гольфы/Гетры	Gaiters	Der Kniestrumpf
Кроссовки	Trainers	Die Sportschuhe

В последней группе терминов в русском языке выделяется 2 общеславянских по происхождению слова – «нарукавники» и «наколенники», образованные с помощью префиксов и суффиксов. В добавление выделим 4 англицизма – «футболка», «шорты», «гольфы», «кроссовки». Только термин «футболка» имеет такой слово-источник, как “football” с добавлением русского суффикса -к, тем же способом образовалось слово «кроссовки» от английского “cross” и с помощью суффиксов -ов, -к; также слово «гольфы» произошло от названия вида спорта “golf”.

В английском языке все термины образованы средствами английского языка. У ряда терминов отмечается интересная история происхождения, например, слово “jersey” произошло от названия штата в Америке – New Jersey; или слово “shorts” произошло изначально от слова “short”. Также термина английского языка “gaiters” и русское слово «гетры» произошли от франц. “guêtre”.

В немецком языке выделим 3 англицизма – “Shorts”, “Knieschoner”, “Kniestrumpf”, 2 из них заимствуют одинаковую корневую морфему: “Knie” и в слове “Shorts” используется способ заимствования – транслитерация.

Можно отметить, что с появлением волейбола многие термины при-

обретают дополнительное семантическое значение. Так термины «подавать» – изначально использовался в значении «подавать на стол», например, в сфере обслуживания. Аналогична ситуация с термином “serve” – изначально означал «служить» часто использовался во времена рабовладения, далее этот термин был использован для обозначения обслуживания: в ресторанах, отелях или гостиницах, или, например, «подавать блюда на стол». В немецком языке термин “Aufschlag” имело первоначальное значение «разбивать». В волейболе данные термины стали использоваться, как «подавать мяч», т.е. в прямом смысле ударом перенести мяч на поле противника. Термины «планер» и “float serve”, с появлением самолетов и дельтапланов, изначально употреблялись в значении «планировать в воздухе». В немецком языке первоначальное значение термина “Flatteraufschlag” имеет схожий элемент с терминами английского и русского языков. Так этот термин возник от глагола “flattern”, что в немецком переводится, как «махать, порхать». В результате изобретения данной подачи, которая планирует в воздухе и имеет непредсказуемую траекторию полета, появилось значение «планирующая подача» или «подача планер».

Рассмотрим следующие термины в русском, английском и немецком языках, такие, как «сеть», “net” и “Netz”. Данные волейбольные термины идентичны в их первоначальном значении «предмет для охоты» – ловли рыбы, птиц и др. С появлением волейбола, где сеть была закреплена с помощью двух столбов, этот термин приобрел дополнительное значение «волейбольная сеть».

Проанализировав волейбольные термины в русском, английском и немецком языках, можно сделать определенные выводы. Во-первых, в русском и немецком языках больше всего преобладают английские заимствования (53 %, 57 % соответственно). Также, общей чертой английского и немецкого языков считается одинаковое количество заимствований из других языков (13 %), а в русском языке количество заимствований из других языков немного больше (17 %).

Эти данные показывают, что английский язык оказал значительное влияние на волейбольную лексику русского и немецкого языков. Это связано с тем, что английский язык является доминирующим языком в международном спорте. Заимствованные английские термины часто являются короткими, простыми и легко понятными. Это делает их привлекательными для использования в других языках, где они могут дополнять или заменять существующие термины. В основном, англицизмы используются для обозначения нововведения в игре, упрощения употребления или для точности и лаконичности обозначения волейбольных понятий. В то же время влияние других языков на развитие волейбольной терминологии русского и немецкого языков было менее значительным.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Волейбол* : Учебник для вузов // Под ред. А. В. Беляева и М. В. Савина. – М., 2006.
2. *Плунгян В. А.* Почему языки такие разные. – М. : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2010. – 342 с.
3. *Англо-русский* и русско-английский словарь волейбольной терминологии // Под ред. ВФВ. – 2008. – 28 с. [Электронный ресурс]. – URL : <https://volley.ru/federation/referees/documents/>
4. *История* волейбола [Электронный ресурс]. – URL: https://shorbalakovo.ucoz.net/publ/istorija_volejbola/istorija_volejbola/2-1-0-1
5. *Этимологический* онлайн-словари русского языка [Электронный ресурс]. – URL : <https://lexicography.online/etymology/>
6. *Правила* волейбола на немецком языке [Электронный ресурс]. – URL : https://www.fhm-prien.de/wp-content/uploads/2019/05/volleyball_qa-2018.pdf
7. *Волейбольный* матч на русском языке – [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.youtube.com/watch?v=wFnqs8kTJqw&t=3013s>

УДК 811.111'373:746(051)

Амасева А. В., Кормилина Н. В.

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СОСТАВ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЖУРНАЛОВ ПО РУКОДЕЛИЮ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И. Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. В данной статье рассматриваются семантические и этимологические особенности терминов по рукоделию. Анализ проводится на материале англоязычных журналов Simply Crochet, Crochet Now, Simply Knitting, Papercraft Essentials. Термины классифицируются по тематическим группам, определяются особенности употребления терминов в журналах, а также выявляются особенности использования аббревиатур и сокращений.

Ключевые слова: термин, лексика, рукоделие, терминология, аббревиатуры.

На сегодняшний день наблюдается большой интерес общества к различным видам рукоделия. Рукоделие дает людям возможность реализовать себя и выразить свое творческое начало. Отмечается тенденция возрождения некоторых старых видов творчества, также появляются новые техники. Множество журналов, книг, различных сайтов в интернете демонстрируют заинтересованность людей в этом виде деятельности, а также свидетельствуют о широком распространении терминологии рукоделия.

Целью исследования является выявление особенностей терминологии в англоязычных журналах по рукоделию. Для достижения данной цели

необходимо решить следующие задачи: составить список терминов, используемых в англоязычных журналах по рукоделию, классифицировать английские термины по категориям (техники, материалы, инструменты), исследовать значения терминов, определить семантические отношения между английскими терминами. Материалом для данного исследования стали англоязычные журналы по рукоделию *Simply Crochet* (№147, 2024), *Crochet Now* (№60, 2020), *Papercraft Essentials* (№211, 2022), *Simply Knitting* (№248, 2024). Всего было выделено и исследовано 65 терминов.

Актуальность данного исследования определяется возрастающей популярностью рукоделия среди людей разных возрастов и культур. Анализ терминологии может помочь понять специфику данной области, выявить тенденции и изменения в текстах журналов по рукоделию.

Каждая сфера человеческой деятельности имеет определенный набор слов, используемый для описания различных понятий. Эта совокупность слов называется терминологией, которая в свою очередь состоит из терминов. А. А. Реформатский предлагает следующее определение слова: «Термины – это слова, ограниченные своим особым назначением; слова, стремящиеся быть однозначными как точное выражение понятий и название вещей. Термины существуют не просто в языке, а в составе определенной терминологии» [7]. Словарь лингвистических терминов гласит, что «термин – слово или словосочетание специального (научного, технического и т. п.) языка, создаваемое (принимаемое, заимствуемое и т. п.) для точного выражения специальных понятий и обозначения специальных предметов» [1].

Термины имеют следующие свойства: системность, независимость от контекста, точность, международность и стилистическую нейтральность. Под системностью терминов понимается целенаправленная организация лексических понятий. Терминосистема представляет собой высокую форму организации специальных единиц [3].

В статье И. А. Меркуловой и М. В. Паненко отмечается, что каждая техника или вид рукоделия является центром, формирующим свою область обозначений [4]. Отдельный вид рукоделия объединяет совокупность терминов, которые связаны между собой семантически. Например, *papercraft* – вид рукоделия, объединяющий несколько техник создания изделий из бумаги (*origami, scrapbooking, quilling, die-cutting*). В данном виде рукоделия формируется система, включающая материалы (*paper, cardstock, glue*), действия (*trim, cut, fold*) и инструменты (*die-cutting machine, craft knife*).

Терминологию, связанную с рукоделием, можно разделить на следующие тематические группы: техники и виды рукоделий, инструменты, материалы, действия в процессе рукоделия, полученные изделия и другие результаты деятельности.

В группу техники и виды рукоделий включаются такие термины как *crochet, knitting, scrapbooking, papercraft*. Вязание представлено такими терминами, как *crochet hook, knitting needles, darning needle, marker*, которые

обозначают инструменты, используемые в этом виде рукоделия. В каждом виде рукоделия используются свои материалы. Например, в вязании используются *yarn, wool yarn, cotton yarn*, а в видах рукоделия, связанных с бумагой, – *cardstock, sequins, tissue paper, cardboard*. В процессе рукоделия выполняются такие действия, как *trim, die-cut, retiform, seam, wrap* и т.д. К полученным в результате рукоделия изделиям можно отнести *sweater, blanket, card, bookmark, box frame* и т. д.

В рукодельной терминологии часто встречаются синонимы. Чаще всего можно встретить синонимы с частичным совпадением значения. К ряду синонимов, связанных с шитьем, относятся «*to sew*» (шить, сшить одежду из кусков материала, в более широком понятии) и «*to stitch*» (сшивать два куска материала вместе). Также, «*mending*» означает добавление куска аналогичного материала к порванному предмету одежды, в то время как «*darning*» описывает сшивание дыры в вязаной одежде. Их общее значение – ремонт одежды посредством сшивания, а различие заключается в используемой технике шитья. Синонимия терминов связана с необходимостью обозначения нюансов различных техник. Рассматривая пару слов «*embroidery*» и «*needlework*» как результат деятельности, можно выявить, что слова имеют сходное значение «вышивка». В этом случае слова тождественны по своему толкованию, а различаются по происхождению – «*embroidery*» пришло из французского языка, «*needlework*» является исконно английским словом.

Мы также решили рассмотреть происхождение терминов в англоязычных журналах по рукоделию и выявили, что 78 % рассмотренных терминов являются исконными. Среди исконных терминов 17 % образованы с помощью словосложения (*needlework, cardstock, buttonhole*). Слова следующей группы, которая включает 17 % терминов, образованы суффиксальным способом (*knitting, marker*). 9 из 10 слов, образованных суффиксальным способом, образованы с помощью суффикса *-ing*. 12 % терминов образованы лексико-семантическим способом (*ring, wool, stamp*). Большую группу представляют слова, образованные с помощью аббревиации. Эта группа составляет 26 % (*tr, ch, tog, BLO*). 22 % терминов заимствованы в английский язык из других языков. Большинство из них заимствованы из французского языка, например, *collage, crochet, round*. В первую очередь это связано с нормандским завоеванием. Как известно, нормандцы, говорившие на старофранцузском, завоевали Англию и стали господствующим классом и ввели в английский язык множество французских слов, связанных с управлением, судом, войной и модой. Также на развитие английского языка повлияла французская культура, которая была популярна в средние века среди аристократов Англии.

В результате анализа терминологии англоязычных журналов по рукоделию было выявлено, что большую часть текста занимают различные аб-

бревиатуры. Аббревиатуры представляют собой сокращенные формы терминов, которые широко используются в различных областях, включая науку, технологии, медицину и рукоделие. Использование аббревиатур обусловлено стремлением выразить мысли более экономно. К тому же, для передачи способа выполнения какого-либо действия широко используются наглядные схемы, а слова при этом сокращаются.

Чаще всего аббревиатуры встречаются в журналах, посвященных вязанию крючком и спицами. Одна и та же аббревиатура может встретиться в одном предложении несколько раз, например, «*Tr in fourth ch hook and each ch to end*». В данном примере аббревиатура «ch» используется несколько раз, поскольку обозначает один из основных приемов в вязании.

В нашем исследовании мы выделили следующие типы аббревиатур и сокращений, которые встречаются в англоязычных журналах по рукоделию: сокращение слов до одной или двух букв (табл. 1), аббревиатуры инициального типа, образованные из начальных букв каждого слова (табл. 2), слоговые аббревиатуры, состоящие из начальных слогов слов (табл. 3), цифро-буквенные аббревиатуры, включающие буквы и цифры (табл. 4).

Таблица 1

Сокращение	Расшифровка	Перевод
ch	chain stitch	воздушная петля, цепочка
dc	double crochet	столбик с накидом
tbl	through back loop	провязывание через заднюю петлю
yrh	yarn round hook	нить вокруг крючка
lp	loop	петля

Для записи сокращений слов до одной или двух букв и аббревиатур, состоящих из начального слога слова, используются строчные буквы. Сокращения встречаются чаще других типов аббревиатур, так как обозначают базовые приемы и техники в вязании. Например, *ch* (*chain*), *sp* (*space*), *st* (*stitch*), *inc* (*increase*), *tog* (*together*).

Таблица 2

Аббревиатура	Расшифровка	Перевод
rep	repeat	повторить
tog	together	вместе
beg	beginning	начало
inc	increase	прибавить
dec	decrease	убавить

Аббревиатуры инициального типа, при котором слово образовано из первых букв словосочетания, записываются заглавными буквами. Например, RH (*right hand*), CC (*contrasting colour*).

Аббревиатуры в англоязычных журналах по рукоделию могут записываться строчными буквами и заглавными буквами в зависимости от конкретного журнала или издательства. Например, в журнале *Crochet Now* сокращение от *back loop only* записывается в виде *BLO*, а в журнале *Simply*

Crochet используется запись *bl*.

Таблица 3

Аббревиатура	Расшифровка	Перевод
BO	bind off	закрыть петли
CO	cast on	набрать петли
FP	forward pass	прямое направление
RP	return pass	обратное направление
BLO	back loops only	только изнаночные петли
FLO	front loops only	только лицевые петли

Некоторые аббревиатуры помимо букв включают в себя цифры. Например, *k2tog* (*knit two together*), *C2B* (*cable two back*), *m1* (*make one*). Цифры в аббревиатурах указывают на количество элементов при выполнении какого-либо приема в вязании. Также цифры позволяют сократить текст и сэкономить место на страницах журнала, что особенно важно для журналов с большим количеством инструкций и схем.

Таблица 4

Аббревиатура	Расшифровка	Перевод
tr2tog	work two treble crochet stitches together	соедините два тройных стежка крючком вместе
htr2tog	work two half treble together	соедините два полустолбика накидом
m1	make one	добавить одну петлю

Использование аббревиатур позволяет специалистам в определенной области эффективно и лаконично общаться друг с другом. Аббревиатуры и сокращения упрощают понимание сложных терминов и концепций, а также экономят время и место в письменной и устной речи. В журналах по рукоделию часто содержится большое количество подробных инструкций и схем, поэтому сокращения слов помогают сэкономить пространство на странице. В целом, сокращения в журналах по рукоделию помогают сделать инструкции ясными, понятными и удобными для использования.

Таким образом, в настоящее время терминосистема рукоделия активно изменяется, появляются новые термины, а старые приобретают новое значение. Слова и термины, используемые в области рукоделия, составляют своеобразную лексическую систему, где выделяются различные уровни наименования предметов, методов, видов, способов и стилей творчества. Каждый вид рукоделия объединяет совокупность терминов, связанных семантически. В англоязычных журналах по рукоделию часто используются сокращения и аббревиатуры для упрощения длинных текстов. Рассмотренная терминология формируется вокруг центрального понятия «рукоделие», которая объединяет множество наименований.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ахманова О. С.* Словарь лингвистических терминов. – М. : Изд-во «Советская энциклопедия», 1966. – 608 с.
2. *Калашникова А. А.* Хэндмэйд как автономизирующееся поле символического производства // Вестник СПбГУ. – Серия 12. – 2016. – Вып. 3. – С. 60–70.
3. *Кузнецов М. С., Николаева Л. В.* Сокращения и аббревиатуры в английском языке // Юный ученый. – 2024. – № 2 (76). – С. 16-20 [Электронный ресурс]. – URL : <https://moluch.ru/young/archive/76/4074/> (дата обращения: 15.05.2024).
4. *Лейчик В. М.* Терминоведение: предмет, методы, структура. – Изд. 3-е. – Л. : Издательство ЛКИ, 2007. – 256 с.
5. *Меркулова И. А., Паненко М. В.* Терминология хендмейд в современном русском языке: особенности функционирования и фиксации // Actual Issues of Modern Philology and Journalism. – № 1(40). – 2021.
6. *Плотникова А. М.* Становление терминологии современного рукоделия // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 31. Филология. Искусствоведение. – Вып. 84. – С. 154–156.
7. *Реформатский А. А.* Введение в языковедение : учеб. для филол. фак. пед. интов. – 4-е изд-е, испр. и доп. – М. : Просвещение, 1967. – 542 с.
8. *Хасанова О. О.* Лексика рукоделия как формирующееся терминополье // Мир науки и мысли. – 2023. – № 2. – С. 93–95.
9. *Crochet Now.* №60. 2020 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.liveinternet.ru/users/5173920/post474673075/> (дата обращения: 28.03.2024).
10. *Papercraft Essentials.* №211. 2022 [Электронный ресурс]. – URL : <https://zhurnala.ru/papercraft-essentials-211-2022/> (дата обращения: 28.03.2024).
11. *Simply Crochet.* №147. 2024 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.liveinternet.ru/users/5173920/post504138909/> (дата обращения: 28.03.2024).
12. *Simply Knitting.* №248. 2024 [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.liveinternet.ru/users/5173920/post503630493/> (дата обращения: 28.03.2024).

УДК 821.111

Архипова А. В., Шугаева Н. Ю.

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТОМ ЦВЕТООБРАЗОВАНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И. Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. Статья представляет собой анализ английских фразеологизмов, которые имеют компонент цветообразования. В работе рассмотрены некоторые классификации данных идиом, а также обозначены их основная характеристика и сфера применения. В статье исследованы подобные устойчивые выражения, которые встречаются в английских произведениях, изучена связь символики цветов и художественных образов. Проведен сравнительный анализ двух различных по стилю произведений, в которых применены подобные ФЕ.

Ключевые слова: фразеологизмы, английский язык, цвет, символика, художественная литература.

Фразеологизмы с цветовыми компонентами играют значительную роль в языке и культуре. Цвет – это один из самых ярких и символических элементов, который часто используется для того, чтобы выразить эмоции, понятия и ассоциации. Исследование английских фразеологизмов с компонентом цветообразования становится все более популярным в контексте лингвистики и культурологии.

Данный вопрос актуален тем, что фразеологические единицы обогащают нашу речь и делают ее более выразительной. Такие устойчивые выражения особенно интересны, так как они отражают культурные особенности и традиции англоязычного общества. Кроме того, изучение таких фразеологизмов помогает лучше понять менталитет и образ мышления носителей английского языка.

В данной работе мы обращаем внимание на фразеологизмы с использованием цветовых компонентов в английском языке. Целью данного исследования является анализ и классификация английских фразеологизмов с компонентом цвета для понимания особенностей их употребления, семантики и как культурного, так и художественного контекста. Мы стремимся изучить перечисленные аспекты таких фразеологизмов, а также их роль в формировании коммуникативных навыков и культурных представлений.

Швейцарский лингвист, Шарль Балли, впервые сформулировал понятие **фразеологизм** в своей работе “Précis de stylistique” (“Введение в стилистику”) [4]. Он определил его как фиксированное сочетание слов, которое не может быть выведено из значения составляющих его слов. Далее оно было развито другими исследователями, например, В. В. Виноградовым, который выделил три основных типа фразеологизмов: фразеологические сращения, фразеологические односложные слова и фразеологические сочетания [5].

Ряд лингвистов (Э. Рош, А. Вежбицкая, Б. Берлин, П. Кей) выделил 9 групп фразеологических единиц с компонентом цвета в английском языке: фразеологизмы с цветообозначениями “black”, “blue”, “brown”, “green”, “grey”, “red”, “pink”, “white” и “yellow” [2].

Существует множество классификаций фразеологических единиц с цветовым компонентом. Стоит отметить некоторые из результатов исследовательских работ.

Яковлева С. Л. в своей статье систематизировала ФЕ данного типа. «Цветовые ФЕ английского языка с точки зрения семантики были проанализированы по общей модели тематических групп, выделенных В. Г. Кульпиной в польском и русском языках. ФЕ с компонентом цветообозначения в английском языке могут характеризовать объекты окружающего мира [2]». Разделение идиом начинается с тех, что обозначают характер людей

(*green hand* – новичок, неопытный человек), их происхождение, и заканчивается ФЕ, которые связаны с терминологией разных сфер жизни (*white goods* – крупные бытовые приборы).

Снитко И. Н. в своей работе разделяет идиомы на несколько групп.

К первой относят красный цвет. В основе символики множество значений. Значение раннее упомянутого цвета связано «с чисто физиологической реакцией организма (из-за стыда или смущения), а с другой стороны – с психологическим признаком, ассоциирующимся с чем-либо недостойным, неприличным, безнравственным, позорящим [1]». Например, *to get/have a red face* – покраснеть от смущения. Еще одно значение – опасность: *to see the red light* – предчувствовать приближение опасности, беды.

Во второй группе собраны голубой, синий, фиолетовый и черный цвета. «Группа цветов, относимых к процессам диссимилиации, пассивности и расслабления, представлена холодными, тормозящими цветами [1]». Большинство ФЕ с данными цветами имеет отрицательную коннотацию. Например, *Black-letter day* – трагический день, *blue devils* – уныние.

Мухаметова Г. И., Исхакова Р. Р., Салимова Г. Н. считают, что «Структурно-семантические особенности фразеологизмов с цветовым компонентом связаны с их лексическим и синтаксическим значением, а также с метафорической или символической интерпретацией» [3].

Мы рассмотрим особенности использования идиом с компонентом цвета, которые встречаются в «Алисе в стране чудес» Льюиса Кэрролла.

Фразеологические обороты с компонентом цветообозначения являются важной частью художественного языка Льюиса Кэрролла. Они помогают в полной мере формировать яркие образы персонажей и передать эмоциональную окраску тех или иных сцен.

Painting the roses red – это фразеологизм, означающий делать что-то ложным или изменять что-то, чтобы обмануть других. В произведении, Красные Черви пробуют переокрасить белые розы в красные цветы, иначе их серьезно накажут (“The Queen of Hearts, she made some tarts, All on a summer day: The Knave of Hearts, he stole those tarts, And took them quite away! The King of Hearts called for the tarts, And beat the Knave full sore: The Knave of Hearts brought back the tarts, And vowed he'd steal no more! ‘Now colour painting the roses red!’”).

White rabbit – фразеологизм, который может ассоциироваться с привидениями, призраками или неожиданными появлениями. Белые кролики являются символом для Алисы, начиная свое приключение (“The White Rabbit put on his spectacles.”).

Golden afternoon – фразеологизм, который описывает чудесное и столь приятное время дня, какое отравление переносит Алиса в начале приключения (“So both sat by the fire as the Golden Afternoon melted away into evening.”).

As white as a sheet – используется для описания человека, который очень напуган или шокирован (“You’re as white as a sheet, my dear,” the kind

nurse said to Alice, “are you feeling okay?”).

Black and white – используется для обозначения чего-то, что является абсолютно ясным или определенным (“It doesn’t come *in black and white*, my dear,” said the wise owl, “there’s a lot of grey in between.”).

To see red – означает, что кто-то очень зол и готов к драке (“When the red queen ordered her soldiers to attack, Alice *saw red* and decided to fight back.”).

Такие фразеологизмы помогают добавить глубину тексту, делая его более интересным и метафоричным. Использование Льюисом Кэрроллом цветowych идиом в «Алисе в Стране Чудес» способствуют созданию особой атмосферы волшебства, фантазии и необычности, что является одной из уникальных характеристик данного классического произведения.

В романе «Гордость и предубеждение» Джейн Остин мы также находим подобные идиомы.

В данном произведении подобные ФЕ выполняют различные функции. Джейн Остин применяет их для описания внешности персонажей, их чувств и эмоций, а также для создания определённой атмосферы в тексте.

Grey area – обозначает неопределённую ситуацию или область, где трудно принять правильное и грамотное решение (“It was a *grey area* where they both needed to tread carefully.”).

Green thumb – человек, который хорошо разбирается в теме растений (“She had *a green thumb* and her garden was always blooming with beautiful flowers.”).

Blue blood – этот фразеологизм характеризует человека элитного общества, благородного происхождения (“His family was known for their *blue blood* lineage and high social status.”).

In the pink of health – ФЕ указывает на человека с крепким здоровьем (“He was *in the pink of health* and seemed to have boundless energy.”).

Фразеологизмы с компонентом цветообозначения используются Джейн Остин для характеристики социальных отношений и классовых различий. Кроме того, они позволяют создать контраст между персонажами или ситуациями, что помогает подчеркнуть их различия и особенности.

При сравнении двух видов произведений мы приходим к выводу, что в серьёзных классических произведениях реже используются красочные выражения, чем в произведениях фэнтези или сказках.

Идиоматические выражения с элементом цвета, хоть и яркие, образные, но воспринимаются менее точно, чем прямые выражения.

Классические произведения часто посвящены глубокому анализу характеров, социальной критике и философским размышлениям. Чрезмерное использование ФЕ и метафор, в том числе цветочные идиомы, отвлекает внимание читателя от основного сюжета и размывает ясность авторских мыслей.

С другой стороны, в сказках или фантастических произведениях выражения с цветовыми компонентами могут быть уместны, поскольку они способны воссоздать волшебную атмосферу, обогатить фантастический мир и выразить аллегорию и символизм.

Различный стиль и цели произведений влияют на частоту и контекст использования фразеологизмов, содержащие компонент цвета.

В свою очередь, мы выделяем некоторые критерии, которые присущи предмету нашего исследования:

- Эмоциональные и оценочные выражения – Цветовые компоненты могут придать выражению эмоциональный оттенок. Например, фразеологизм *to feel blue* может указывать на грусть или меланхолию.

- Символизм цвета – Цвет в фразеологизмах может нести символическое значение. Например, фразеологизм *green light* может означать разрешение на что-то или начало чего-то нового.

- Культурные коннотации – *Blue Monday* – это английская идиома, которая ассоциируется с культурным восприятием понедельника как тяжелого дня после выходных.

- Метафорическое использование ФЕ – Использование выражений с наличием компонента цвета может употребляться метафорически для передачи сложных концепций и идей. Например, фразеологизм *black sheep* может описывать человека, который выделяется из общей массы.

В целом затрагивание цвета в литературе дает возможность писателям передать определённые идеи и душевные порывы, создать нужный настрой у читателей.

Цветовые фразеологизмы в английском языке предоставляют визуальные и эмоциональные ассоциации, которые помогают усилить смысл и эмоциональное воздействие выражения. Работа над статьей позволила не только расширить наши знания о языке и культуре, но также способствовала пониманию влияния цветового компонента на представления о персонажах различных произведений, на понимание переживаемых эмоций и чувств, мотивов их действий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Снитко И. Н. Фразеологизмы с компонентом «цветообозначения» в английском и русском языках [Электронный ресурс]. – URL : <https://rep.brsu.by/bitstream/handle/123456789/3652/Снитко.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата обращения: 24.03.2024).

2. Яковлева С. Л. Категория цветообозначения во фразеологии английского языка // Международный научно-исследовательский журнал. – 2014. – № 3 (22) [Электронный ресурс]. – URL : <https://research-journal.org/archive/3-22-2014-march/kategoriya-cvetooboznacheniya-vo-frazeologii-anglijskogo-yazyka> (дата обращения: 24.03.2024).

3. Мухаметова Г. И., Исхакова Р. Р., Салимова Г. Н. Структурно-семантические особенности фразеологизмов с цветовым компонентом в английском языке // Проблемы гуманитарных наук и образования в современном мире: сб. науч. ст. по мат-лам IX Все-росс. науч.-практ. конф. (м междунар. участием) (24 ноября 2023 г.). – Уфа : УУНиТ,

2023. – С. 170–171 [Электронный ресурс]. – URL : <https://sibay-uunit.ru/media/site/docs/87211fb627128abcf46f98f76f1fab4896374508.pdf#page=171> (дата обращения: 24.03.2024).

4. *Веселинов Д.* Из истории рецепции Charles Bally в советской лингвистике: история в транскрипции, транскрипция как история // Слово.ру: Балтийский акцент. – 2017. – № 1 [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/iz-istorii-retseptsii-charles-bally-v-sovetskoj-lingvistike-istoriya-v-transkriptsii-transkriptsiya-kak-istoriya> (дата обращения: 25.03.2024).

5. *Бабаджанов Т. А.* Основные типы фразеологических единиц в лингвокультурном аспекте // Вестник магистратуры. – 2019. – № 5-4. – С. 31 [Электронный ресурс]. – URL: https://www.magisterjournal.ru/docs/VM92_4.pdf#page=32 (дата обращения: 01.04.2024).

6. *Carroll, Lewis Alice's Adventures in Wonderland* [Электронный ресурс]. – URL : <https://learnenglish-new.com/wp-content/uploads/2023/11/Alices-Adventures-in-Wonderland-by-Lewis-Carroll-PDF-Book.pdf> (date of treatment: 24.03.2024).

7. *Austen, Jane Pride and Prejudice* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.ucm.es/data/cont/docs/119-2014-04-09-Pride%20and%20Prejudice.pdf> (date of treatment: 25.03.2024).

УДК 811.111'373.49:343.98.068

Вазикова А. Е., Кормилина Н. В.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭВФЕМИЗМОВ В КРИМИНАЛИСТИКЕ: АНАЛИЗ ЯЗЫКОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ПРОЦЕССЕ РАССЛЕДОВАНИЯ ПРЕСТУПЛЕНИЙ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. В статье рассматривается применение эвфемизмов в криминалистике на примере новостных источников, социальных сетей и письменных изречений преступников, осуждённых за особо тяжкие преступления. В статье обсуждаются мотивы использования эвфемизмов, их влияние на коммуникацию в рамках расследования и возможные последствия для понимания и интерпретации уголовных дел.

Ключевые слова: лингвокриминалистика, преступник, убийство, эвфемизмы, письмо.

В современном обществе средства массовой информации играют все более значимую роль, и правильное понимание информации становится все более важным. Использование эвфемизмов в криминалистике может искажать представление о преступлениях и приводить к недостаточной осведомлённости общественности. Изучение данной темы имеет большое значение для обеспечения объективной информации о преступлениях и содействия правосудию.

Целью данного исследования является исследование использования эвфемизмов на английском языке в криминалистике и их влияние на представление общественности о преступлениях. В качестве материала для проведения исследования были использованы письма англоязычных преступников, опубликованные в различных новостных изданиях.

С развитием технологий и авторитетом средств массовой информации использование эвфемизмов становится обычной практикой. Эвфемизмы – это нейтральные слова, заменяющие традиционно в обществе неприличные, бранные, жаргонные слова, потому их часто можно встретить в табуированных темах. Использование эвфемизмов способствует тому, что одну и ту же информацию можно подать с разной эмоциональной окраской в самых различных сферах общественной жизни [3]. Так, использование эвфемизмов в криминалистике стало распространённым явлением. Заменяющие выражения могут быть использованы как для описания мест преступлений, так и для обозначения преступников. Восприятие любого преступления напрямую зависит от подачи и формулировок, с которыми данное дело подаётся. Так, правильно подобранное выражение может регулировать общественное мнение, выводить людей на нужные эмоции или же наоборот сдерживать их. Данными вопросами занимается лингвокриминалистика – сравнительно молодая наука, которая занимается изучением влияния языка в преступлениях [1]. Например, в современном англоязычном сообществе распространено понятие “shoplifting” вместо привычного всем понятия воровства. “Shoplifter” – это магазинный вор. Шоп-лифтинг также насмешливо называют «народной преступностью» (“People’s crime”) [4]. Подчеркивание в данном эвфемизме слова народ как будто даёт нам понять, что данное действие присуще каждому; придаёт выражению легкомысленности и ложного ощущения, что у каждого был эпизод совершения данного акта.

Обратимся к одному из самых широко распространённых эвфемизмов 19 и 20 века в англоязычных странах (включая Канаду, Новую Зеландию и США). Эвфемизм “Illegal operation” (незаконная операция) использовался для обозначения искусственного аборта [6]. Эвфемизм появился на почве криминализации аборт в 1860-1870 гг. Примечательно, что использовался он исключительно в газетах при упоминании арестованных за совершённое преступление женщин, а также женщин с кровотечениями в медицинских учреждениях. Само по себе слово аборт даже не произносилось. При этом под понятием «незаконная операция» можно понимать дифференциальные понятия, однако общественность воспринимала данное выражение однозначно. Подобные же эвфемизмы можно заметить в криминальных новостях и сегодня: «преступное нападение» вместо «изнасилование» и «жестокое обращение» за растление. В дальнейшем использование данного и других эвфемизмов в темах, касающихся женщин и репродуктивного здоровья, поражает. Так, в новостных колонках можно было достаточно часто увидеть упоминание аборта в том или ином ключе, интерес людей к данной тематике

не угасал. Инфекции, передающиеся половым путём, именовались «частными заболеваниями» (“private diseases”), а беременность обозначалась как «заболевание, свойственное женщинам» (“disease peculiar to females”). Таким образом, мы видим, что эвфемизмы существуют в языке достаточно давно и имеют большое значение. Основной целью эвфемизмов является стремление избежать коммуникативного конфликта. Рассмотрим функции эвфемизмов в лингвокриминалистическом жанре.

Основной функцией эвфемизма принято считать смягчение грубого и неприятного для говорящего слова или же словосочетания. Рассмотрим в качестве примера фрагмент письма конкретного преступника - Джека-Потрошителя. Джек Потрошитель – это серийный маньяк, который действовал в прилегающих районах Лондона во второй половине 1888 года.

“I love my work and want to start again. You will soon hear of me with my funny little games. I saved some of the proper red stuff in a ginger beer bottle over the last job to write with but it went thick like glue and I cant use it. Red ink is fit enough I hope ha. ha.” [7].

Из содержания письма становится ясно, что преступник не хочет называть вещи своими словами. Джек Потрошитель употребляет эвфемизм “my work” вместо слова “murder” для того, чтобы подчеркнуть, что работу нельзя отложить, поскольку в ней есть обязательства. Исходя из этого, нам становится понятно, что преступник был уверен продолжить свои преступления. Один раз Джек-Потрошитель употребляет выражение “funny little games” в значении своих убийств, из чего можно сделать вывод, что он испытывал удовлетворение и удовольствие во время процесса. Он пренебрежительно употребляет выражения “red stuff” и о “red ink” вместо слова “blood”, что также говорит о его исключительно потребительскому отношению к жертвам своих деяний.

Эвфемизмы являются способом выражения отношения говорящего к какому-либо действию, явлению или группе людей. Например, рассмотрим широко известную цитату из письма от одного из самых знаменитых серийных убийц – Зодиака:

“If the blue meanies are going to get me they’d better get off their asses and do something.”

В данном примере эвфемизм “blue meanies” очевидно обозначает представителей правоохранительных органов. Поскольку данный эвфемизм можно перевести как «синие злыдни», убийца таким образом выражает бесспорную насмешку над попытками представителей закона заставить его отвечать за свои злодеяния. Преступник утверждал, что убил в общей сложности 37 человек. После первого убийства местная газета получила письмо с подробностями данного преступления и сообщением о том, что это будет далеко не первая жертва. Последовали и другие подобные убийства с телефонными звонками убийцы в полицию. Его письма продемонстрировали

интерес к астрологической символике и, возможно, отражали влияние оккультной религиозной мысли.

Следующей функцией эвфемизмов является маскировка действительности. Эвфемизмы используются для намеренного скрывания сути явления при помощи специальных слов и выражений. Обратимся к письму менее популярного преступника.

“I am very fond of jazz music, and I swear by all the devils in the nether regions that every person shall be spared in whose home a jazz band is in full swing at the time I have just mentioned. If everyone has a jazz band going, well, then, so much the better for you people. One thing is certain and that is that some of your people who do not jazz it out on that specific Tuesday night (if there be any) will get the axe.” [2]

Модальный глагол shall в выражении “shall be spared” подчёркивает предупреждающий характер всего письма. Выражение «будет пощажён» в данном контексте обозначает «не убит». Эвфемизм «получить топор» в конце письма обозначает убийство, совершённое орудием труда – топором. Топорщик из Нового Орлеана – неопознанный серийный убийца. Он зарезал шесть жертв и ранил еще двенадцать в 1918 и 1919 годах. В газетах было опубликовано письмо, предположительно от преступника, в котором утверждалось, что он пощадит любого, кто играет джаз. Датировано 13 марта 1919 года.

Ещё одна функция эвфемизмов – важность мотивов говорящего. Данная функция отвечает за смягчение грубых и неприятных моментов для собеседника, проявляющиеся также в зависимости от условий речи и контекста. Не менее важным является социальное представление о том, что может выражать собой эвфемизм. Обратимся к следующему примеру:

“Lord, Grant me the serenity to accept the things I cannot change, change the things I can, and the wisdom to hide the bodies of those people I had to kill because they pissed me off.”

Дональд Харви имеет в виду под «the things I cannot change» убийства пациентов во время своей работы санитаром в учреждениях Кентукки и Огайо в 1970-х и 1980-х годах. За время работы он убил около 37 пациентов. Фактическое число жертв, по словам Харви, считается намного выше – около 70. После подключения жертвы к пустому баллону с воздухом его серия убийств «началась случайно», и он не смог остановиться, в конечном итоге «заработав» прозвище «Ангел смерти». Предложение построено таким образом, что акцент делается на необратимости сделанного поступка, без оценки его самого, то есть подчёркивается характер невиновности самого Харви в совершении данных преступлений.

Эвфемизмы также могут быть некоторым способом психологической защиты - через подобное языковое явление автор письменного изречения может пытаться найти оправдание своим неверным поступкам, пытаться найти «виновную сторону» происходящего. Рассмотрим данную ситуацию

на примере письма первого официально зарегистрированного американского серийного маньяка Генри Говарда Холмса. По совместительству доктор, он создал «Замок убийств» в Чикаго, желая убить как можно больше людей. Длинные извилистые коридоры в здании из 100 комнат заставляли жертв чувствовать себя потерянными. Здесь также были газовые камеры, фальшивые стены и люки. Впоследствии органы были проданы на незаконном рынке после того, как Холмс доставил трупы в научно-исследовательские центры. 11 апреля 1896 года он отправил подробное письмо о приеме в ежедневную газету “Philadelphia North American” [5]:

“I was born with the devil in me. I could not help the fact that I was a murderer, no more than the poet can help the inspiration to sing. I was born with the “Evil One” standing as my sponsor beside the bed where I was ushered into the world, and he has been with me since.”

Словосочетание “was born” употребляется в этом маленьком письме целых два раза, подчёркивая пассивность и якобы безвыходность ситуации. Генри Холмс употребляет выражение “I was born with the devil in me”, пытаясь оправдать себя и перекинуть ответственность за жестокие злодеяния на сущность внутри себя. Несмотря на то, что доктор использует в данном фрагменте слово “murderer”, он тут же проводит сравнение, в котором идёт речь о потребности, неумолимом желании. Во втором случае Холмс называет ту злую сущность “Evil One”, чётко разделяя собственную личность от той части, которая ответственна за жестокие убийства.

В данной статье проведен анализ использования эвфемизмов в криминалистике в контексте расследования преступлений. Авторы статьи выявили основные тенденции использования эвфемизмов в криминалистике, их роль в создании более формального и нейтрального языка при обсуждении деликатных и чувствительных тем. В ходе исследования были проанализированы примеры эвфемизмов, используемых в криминалистике для обозначения различных аспектов преступлений, включая насилие, убийства, мошенничество и другие уголовные деяния. Авторы статьи обращают внимание на то, как эти языковые стратегии могут влиять на восприятие информации о преступлениях и как они способствуют смягчению или уменьшению негативного воздействия употребления прямых и жестких терминов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Грачёв М. А. Судебно-лингвистическая экспертиза : учебник. – 2-е изд., стер. – М. : ФЛИНТА, 2016. – 360 с.
2. Максимова А. Самые страшные строчки из писем серийных убийц [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.thevoicemag.ru/lifestyle/stil-zhizni/samye-strashnye-strochki-iz-pisem-seriynyh-ubiyc/> (дата обращения: 26.04.2024)
3. Озерова М. С. Языковые особенности криминальных новостей // Современная филология : мат-лы I Междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2011 г.). – Уфа : Лето, 2011. – С. 259–261.
4. Белицкая С. Что такое шоплифтинг [Электронный ресурс]. – URL :

<https://journal.tinkoff.ru/shoplifting/> (дата обращения: 26.04.2024)

5. *Burch, Ella* [Электронный ресурс]. – URL : <https://the-line-up.com/letters-sent-by-serial-killers> (дата обращения: 26.04.2024)

6. *Rawson, Hugh* A dictionary of euphemisms & other doubletalk : being a compilation of linguistic fig leaves and verbal flourishes for artful users of the English Language (1st ed.). – New York : Crown Publishers, Inc. – P. 67.

7. *Ripper Letters* [Электронный ресурс]. – URL : https://www.casebook.org/ripper_letters/ (дата обращения: 26.04.2024)

УДК 811.111'373.23:398.21

Гуляева Е. С., Носырева С. Г.

ИМЕНА СОБСТВЕННЫЕ В АНГЛИЙСКИХ СКАЗКАХ

*Армавирский государственный педагогический университет,
г. Армавир, Российская Федерация*

Аннотация. В статье раскрывается понятие имени собственного как специфической единицы языка, рассматривается значение имён собственных в английских народных сказках, а также приводятся лингвистические и стилистические особенности английских сказок, содержащих данную категорию лексических единиц. Отмечается, что имена собственные являются очень важной составляющей любого словесного творчества; дается обоснование того, как выбор имени может отражать характер и особенности персонажа, его роль в сюжете и взаимодействие с другими героями.

Ключевые слова: имя собственное, онимы, ономастика, народная сказка, лингвостилистические особенности.

На своем жизненном пути человек сталкивается со множеством предметов, явлений, а также с другими людьми. Все они нуждаются в наименовании для облегчения коммуникации. Следовательно, этим объясняется необходимость существования имён собственных, которые могли бы охарактеризовать тот или иной объект. Имя собственное наряду с его полными, краткими, неформальными вариациями, именными семейными историями, имеет большое значение не только для каждого человека, так как сопровождает его всю жизнь, но и играет значительную роль в литературе и лингвистике. Имена собственные исследуются в рамках ономастики – разделе языкознания, который «изучает собственные имена, историю их возникновения и преобразования в результате длительного употребления в языке-источнике или в связи с заимствованием в другие языки» [1, с. 152].

Данная категория языка находит применение не только в ежедневной устной и письменной речи, но и в словесном творчестве, в том числе в народных сказках. Н. М. Герасимова дает следующее определение сказки:

«Сказка – это, большей частью, художественный прозаический устный рассказ с фантастическим, авантюрными или бытовым содержанием и с установкой на вымысел» [2, с. 28].

Владимир Яковлевич Пропп выделяет следующие виды народных сказок: волшебные; кумулятивные; о животных, растениях, неживой природе и предметах; бытовые, или новеллистические; небылицы; докучные сказки [3, с. 25].

Каждому из видов сказок, выделенных ученым, присущи свои лингвистические и стилистические особенности. В английских народных сказках встречаются такие стилистические приемы, как:

1. Сравнение (simile), основанное на сопоставлении сходных характеристик, часто для описания внешности персонажей: "...as white as snow, as red as blood, as black as ebony"; ('Snow White and the Seven Dwarfs'); или в речи персонажа для большей убедительности: "As much as fresh meat loves salt..." ('Cap O'Rushes') [4, с. 52];

2. Гипербола (hyperbole), используемая для усиления выразительности высказываний в сказке: "and then the ogre began to nod his head and to snore till the houses shook". ('Jack and the Beanstalk') [4, с. 63];

3. Литота (litotes), приуменьшающая силу того или иного объекта, предмета или персонажа: "Once upon a time there was a teeny-tiny woman lived in a teeny-time house in a teeny-tiny village" ('Teeny-Tiny') [4, с. 57];

4. Эпитеты (epithet), описывающие различные явления, предметы, персонажей "...along broad road; a great big tall woman" ('Jack and the Beanstalk') [4, с. 62];

5. Инверсия (inversion): "Once upon a time, and a very good time it was" ('Jack and the Golden Snuff-Box') [4, с. 81];

6. Повторение (repetition) при обращении: "Cat, cat, kill rat; butcher, butcher, kill ox; rope, rope, hand butcher..." ('The Old Woman and her Pig') [4, с. 22];

7. Параллельные конструкции (Parallel constructions): "ox won't drink water; water won't quench fire; fire won't burn stick; stick won't beat dog; dog won't bite pig..." ('The Old Woman and her Pig') [4, с. 21];

8. Аллитерация (alliteration), усиливающая образность и выразительность, используемая в целях придать чувство ритма: "Nimmy nimmy not, my name's Tom Tit Tot" ('Tom Tit Tot') [4, с. 7]. В народных сказках имена собственные могут происходить из народных потешек, рифмовок, песенок, для многих из которых характерна аллитерация: Peter Piper, Pretty Polly, Betty Botter, Teeny Tiny, Henny-Penny, Tom Thumb, Tweedle-dum tweedle-dee, ит.д.

Таким образом, выделяются различные лингвистические особенности английских сказок, которые делают фольклорное произведение уникальным и выразительным.

Наиболее употребляемыми онимами в английских народных сказках выступают антропонимы, зоонимы и топонимы.

Антропонимы встречаются в английских народных сказках чаще других, поскольку практически в каждой сказке действующим лицом является человек. Они могут быть представлены личными именами (Jack, William, Bob) и фамилиями (Mr. Vinegar, Mr. Fox; Jack Hannaford; Childe Rowland), прозвищем (Cap O' Rushes), именами лиц, вошедших в историю (Henry V, King Edward III). Следует отметить, что некоторые антропонимы употребляются со словами, указывающими на благородное происхождение (Lady Mary, Prince Arthur, Earle Mar's Daughter).

Упомянутая ранее сказка 'Teeny-Tiny', как и многие другие сказки в сборнике английских народных сказок Джозефа Джейкобса, не имеет непосредственного имени собственного главного персонажа (часто встречаются 'a man and a wife', 'an old man and an old woman'), однако, героиня сказки описывается как teeny-tiny woman, с использованием литоты – преуменьшения – и может восприниматься как ее прозвище. Эффект минимализма достигается за счет многократного повторения одноименного названия всех предметов и объектов в данной сказке: teeny-tiny walk, teeny-tiny way, teeny-tiny gate, teeny-tiny church yard, etc. Обычно все крошечное вызывает нежные эмоции и жалость, но для этой сказки характерен и эффект напряжения и обманутого ожидания. Созвучно с Teeny-Tiny, имена персонажей другой сказки Titty Mouse and Tatty Mouse основаны на аллитерации. К сожалению, помимо схожести имен, обе мышки одинаково печально заканчивают свой жизненный путь.

Самым распространенным именем собственным в английских народных сказках является имя Jack. Кроме сказок, оно встречается в известных рифмовках (nursery rhymes) "Jack and Jill went up the hill to fetch a pail of water..."; "Jack be nimble, Jack be quick, Jack jump over the candlestick"; "This is the house that Jack built..."; "Little Jack Horner sat in the corner..."; паремиях "Jack of all trades and master of none"; "Be off before you could say Jack Robinson". Иногда это имя ассоциируется со словом *guy*, то есть подчеркивается, оно становится нарицательным и что черты, присущие Джеку, характерны для любого простого парня. В целом, принято проводить параллель между именем Jack и его ассоциативными характеристиками в английских сказках и именем собственным Иван в русских сказках, который, аналогично Джеку, изначально предстает Иваном-дураком и неудачником, а к развязке достигает намеченной цели, получает богатство, красавицу-невесту, долгую счастливую жизнь.

Происхождение имени Jack в названии флага Великобритании Union Jack имеет несколько версий, одна из которых относится к морскому термину «гюйс» – носовой флаг корабля, который обозначает государственную принадлежность. Интересно, что наличие флага Union Jack на носу военного корабля в том числе, означало, что данное судно освобождалось от налогов. Этой привилегией нелегально пользовались предприимчивые бизнесмены на коммерческих судах, и вешали государственный флаг Union Jack, чтобы

не платить налоги. Так и в английских народных сказках, основными чертами персонажей по имени Jack является с одной стороны, простота и неудачливость, а по мере развития сюжета, он оказывается предприимчивым, настойчивым, решительным, и, в конце концов, добивается своей цели.

В названиях сказок английского фольклора имя Jack встречается довольно часто. Назовем некоторые из них из сборника британско-еврейского фольклориста Джозефа Джейкобса 'English Fairy-Tales': 'Jack and the Beanstalk', 'Jack the Giant Killer', 'How Jack Went to Seek His Fortune', 'Jack Hannaford', 'Jack and His Golden Snuff-Box', 'Lazy Jack'.

Преобладающей характеристикой главного героя в самой известной сказке 'Jack and the Beanstalk' является простота и наивность. Мать посылает Джека продать их корову, а сын возвращается с горсткой бобовых семян, за что получает от матери отчаянные и нелюбезные обвинения в глупости: "have you been such a fool, such a dolt, such an idiot..." [4, с. 61]. Однако Джек оказывается смелым и настойчивым, хитрым и исполненным решимости в общении с людоедом и его женой, так что в конце его приключений обеспечивает свою бедную семью богатой добычей. Благодаря своим качествам и в соответствии с английской пословицей 'necessity is the mother of invention', Jack перехитрил великана и завладел богатством, которое поможет ему и его матери жить сытно и безбедно еще долгие годы. Таким образом, имя Jack отражает еще и достойные качества личности, которые помогают действующему лицу найти выход из любой трудной ситуации и достичь успеха.

К именам собственным, выбранным по критерию характеристики внешнего вида, относится имя собственное The Laidly Worm of Spindleston Heugh, которое используется и в качестве названия сказки. Словосочетание The Laidly Worm относится к внешности принцессы Маргариты, которая превратилась в змея, в чудовище в результате колдовства мачехи-королевы. Она, завидуя красоте девушке, жестоко расправилась с ней, наложив чары, но брат Маргариты разрушил их и тем самым спас сестру. Также, этот антропоним находится в тесной связи с топонимом, выраженным в названии места обитания чудовища Spindleston Heugh. Таким образом, топоним входит в состав говорящего имени, несущего семантическую нагрузку, являясь характеризующим компонентом данного персонажа.

Зоонимы также часто употребляются в английских народных сказках и являются полноправными героями наравне с людьми. Многие из зоонимов состоят из двух рифмующихся слов. Например, в сказке «Henny-Penny» курица Henny-Penny по пути к королю собирает компанию из животных, обладающих такими же именами с рифмой: петух Cocky-Locky, утка Ducky-Lucky, гусь Goosey-Poosey, индюк Turkey-Lurkey. Затем они встречают лиса Foxu-Woxu. Такие имена героев выбраны неслучайно. Они подчеркивают особенности характеров каждого из персонажей. Второй компонент зоонима Henny-Penny ассоциируется с деньгами или расчетливостью курицы;

Locky – с замкнутостью и самоуверенностью; Lucky – с удачей, наивностью и доверчивостью; Poosey – с глупостью; Lurkey – с пугливостью; Woxy – с хитростью и коварностью. Такие ассоциации происходят из перевода слов с английского языка на русский и с их сочетанием с названиями данных животных. Все это используется автором для раскрытия качеств героев и особенностей их поведения по ходу сюжета сказки. Рифмующий элемент добавляет же привлекательность и большую запоминаемость образов персонажей для детей.

Также, в английских сказках встречаются и зоонимы, состоящие лишь из одной фамилии, но с указанием на благородство героя. Например, герой сказки 'Mr. Fox', лис, в самом начале описывается как храбрый, богатый и галантный. Девушка, выйдя за него замуж, даже не догадывалась о том, насколько его жизнь окутана тайнами. Его словами были: "BE BOLD, BE BOLD, BUT NOT TOO BOLD, LEST THAT YOUR HEART'S BLOOD SHOULD RUN COLD" [4, с. 149]. Мери рискнула, дошла до кровавой комнаты и была шокирована. Ее братья отомстили герою за все преступления. Благородство и честь мистера Лиса оказалась лишь образом. Следовательно, этот зооним указывает на скрытую личность героя, на важность его персоны и в то же время неоднозначность его действий. Выставляя себя «мистером», лис оказался убийцей и вором. Этот пример народной сказки созвучен с авторской сказкой Беатрикс Поттер, где одним из героев является Лис из сказки *Jemima Puddle-Duck*, описываемый как галантный джентльмен с песочными бакенбардами 'sandy whiskered gentleman', приютивший глупенькую утку, как оказалось, с низменными целями съесть ее и полакомиться утиными яйцами. То есть, и в народной сказке, и в авторской сказке от героя с именем Mr. Fox ничего хорошего ждать не стоит; для него характерны хитрость, жестокость, эгоизм, удовлетворение своих потребностей любой ценой.

Таким образом, имена собственные составляют значительный по объему пласт лексики и играют важную роль в любом языке. В английских народных сказках они способны передать атмосферу сказки читателю, указать на черты характера и особенности поведения главных героев. Под каждым из имён главных героев подразумевается их личностная характеристика, сущность и потенциал. Имена собственные в большей степени представлены антропонимами, зоонимами и топонимами, что придает сказке реалистичность и привлекательность. Во многих сказках они являются «говорящими» и несут в себе определенный смысл, раскрывая личность персонажа.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Большая советская энциклопедия*: в 30 т. / Гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – М. : Сов. эн-цикл., 1969. – 632 с.
2. *Герасимова Н. М.* Формулы русской волшебной сказки // Советская этнография. – М. : Прогресс, 1978. – 150 с.

3. *Пронн В. Я.* Морфология волшебной сказки. – М. : Лабиринт, 2006. – 128 с.
4. *English Fairy Tales* : Сборник классических английских сказок / Джозеф Якобс. – М. : Книга по требованию, 2016. – 288 с.

УДК 81'373.43

Егорова Я. Г., Кормилина Н. В.

НЕОЛОГИЗМЫ В СФЕРЕ ИТ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И. Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. Данная статья представляет исследование неологизмов английского языка в сфере ИТ (информационных технологий). Были проанализированы различные признаки используемой в ИТ-сфере новой лексики. В ходе исследования были рассмотрены различные типы неологизмов, представлена их классификация. Выявляются факторы, которые способствуют появлению новой лексики в ИТ-сфере. В статье приводятся результаты двух исследований: в первом рассматривались способы образования неологизмов в сфере ИТ, во втором – рассчитывалась доля неологизмов из ИТ сферы относительно всей новой лексики в целом.

Ключевые слова: неологизмы, информационные технологии, английский язык.

Сфера информационных технологий постоянно эволюционирует за счет введения новых концепций, технологий и инструментов. Это приводит к необходимости постоянного обновления терминологии и возникновению многочисленных новых слов. Современное общество активно взаимодействует с информационными технологиями из-за их значительного влияния на различные отрасли жизни – экономику, образование, медиа, здравоохранение и др. Именно поэтому даже люди без специализации в ИТ сталкиваются с необходимостью понимания компьютерной лексики для успешной интеграции в современном мире.

Целью данной работы является исследование неологизмов в сфере ИТ, изучение их особенностей, классификаций и причин возникновения. Методологической базой стали интернет-словари, такие как Oxford Dictionary, Cambridge Dictionary, Collins Dictionary, Urban Dictionary и др.

Наиболее яркой чертой второго десятилетия XXI века является повсеместное проникновение информационных технологий во все сферы человеческой деятельности. Это привело к активному обновлению лексики не только в самом контексте ИТ, но и, в целом, в языке.

Информационные технологии (ИТ) являются отличной почвой для

лингвистических новшеств, хотя сначала это может показаться не так. Изучение новообразований в английском языке в области информационных технологий проводится не только с целью лингвистического анализа, но и для понимания динамики технического прогресса и культурных изменений. Неологизмы изучались такими лингвистами, как А. Г. Лыков, Е. В. Сенько, В. И. Заботкина, И. В. Арнольд, П. А. Полухина, К. Барнхарт, О. С. Ахманова и другими специалистами в этой области.

Рассмотрим определения известных ученых, исследовавших данную тему. О. С. Ахманова в своем «Словаре лингвистических терминов» дает следующее определение неологизмов: «неологизм – это слово или словосочетание, созданное для определения нового (неизвестного ранее) объекта или выражения нового понятия» [2]. Е. В. Сенько понимает неологизм как «разновидность инноваций, представляющих собой появившиеся (не обязательно образованные) в русском общелитературном языке определенного периода узуальные лексические единицы (лексемы) и отсутствовавшие в данной языковой сфере в непосредственно предшествующий период» [9]. А. Г. Лыков полагает, что обязательным признаком неологизма является «объективное ощущение новизны», поскольку оно существует у всех носителей языка, хотя и может быть несколько различным по отношению к некоторым конкретным словам у отдельных людей [7]. В Большом толковом словаре русского языка неологизм определяется как «вновь появившееся в языке слово или словосочетание».

Значение термина заложено в самом его наименовании. Происходит от греческого νέο/νέο (новый) и λόγος/lógos (речь, высказывание). Изначально термин использовался для описания процесса формирования новых слов, но с течением времени его стали применять и к самим новообразованным лексическим единицам.

Проанализировав определения, которые были даны авторитетными учеными или зарегистрированы в известных словарях, можно прийти к выводу, что подавляющее большинство источников акцентирует внимание на важности такого признака неологизма как ощущение новизны. Оно возникает, поскольку такие слова еще не укрепились в словарном составе языка.

Сфера информационных технологий является одной из лидеров по количеству неологизмов в настоящее время, поскольку именно здесь происходит бурное развитие. Так, в последние пару лет искусственный интеллект (Artificial intelligence – сокр. AI) вошел в жизнь каждого прогрессивного пользователя сети Интернет. В кембриджском словаре в 2023 году были зафиксированы такие слова как *large language model* (сложное математическое представление языка, основанное на очень больших объемах данных и позволяющее компьютерам создавать язык, который кажется похожим на то, что мог бы сказать человек), *generative AI* (использование или изучение искусственных интеллектов, которые способны создавать текст, изображения и т.д.), *GPT* (сокращение от Generative Pretrained Transformer: сложное

математическое представление текста или других типов носителей, которое позволяет компьютеру выполнять некоторые задачи, такие как интерпретация и создание языка, распознавание или создание изображений и решение проблем). Известные словари оперативно фиксируют новые слова, которые вскоре из-за частоты употребления могут перетечь в ряды основной лексики.

Выделяют несколько путей образования неологизмов. В. И. Заботкина выделяла следующие способы [5]:

1. Фонологические неологизмы.

Фонологические новообразования формируются из индивидуальных звуков или особых групп звуков. Такие комбинации звуков часто сочетаются с морфемами греческого или латинского происхождения. Рассмотрим примеры фонологических неологизмов из сферы IT.

Слово *ping* Кембриджский словарь английского языка определяет, как “the time taken for a computer to connect to another computer or to a server” [11]. Термин был сформирован в английском языке путем имитации звукового сигнала, который отправляется в сеть для проверки доступности узла и обозначает время, за которое отправленный в сеть запрос достигает адресата и возвращается обратно.

Глагол *click* имеет значение “to carry out a computer operation by pressing a button on the mouse or keyboard” [11]. Данный неологизм тоже является фонологическим так как это сочетание букв имитирует звук мыши или клавиатуры.

Scroll – прокрутка содержимого экрана или страницы вверх или вниз. В словаре значение слова зафиксировано как: “to move text or other information on a computer screen in order to see a different part of it” [12]. Этот неологизм является фонологическим поскольку его значение отражает звук, который характерен при пролистывании страницы колесиком мыши.

Whirr – “the sound or act of a machine making a low, soft, continuous sound” согласно Кембриджскому словарю [11]. Данный неологизм обозначает звук, производимый вентилятором или кулером компьютера, поэтому является фонологическим неологизмом.

2. Семантические неологизмы.

Семантические неологизмы – это слова, которые существуют в языке давно, но приобрели новые значения. Данная категория неологизмов обладает наименьшей коннотацией новизны.

Так, например, в обновлении Оксфордского онлайн словаря в марте 2024 года было добавлено дополнительное значение слова *generate*, которое конкретизирует определяемое словом действие. Оно толкуется так: “Of a computer or computer program: to create or produce (code, data, content, etc.)” [14].

В декабрьском обновлении онлайн словаря Оксфорда 2023 года было добавлено новое значение прилагательного *dummy*: “designating an

instruction, variable, sequence of data, etc.”, но первое его значение – это ма-некен, муляж [14].

А в 2022 году глагол *build* приобрел еще одно зафиксированное дополнительное значение. Словарь определил его так: “The process or an instance of constructing a program from source code or elements of an existing program and other resources” [12].

Также в 2021 году слово *deprecate* получило значение “устаревшая версия программного обеспечения”, в словаре Dictionary.com записано как: “The verb deprecate is new and supported in our dictionary in the more specific senses related to “older” and “unsupported” versions of software or other computer features and elements” [13].

Помимо узкоспециализированной лексики и профессионализмов среди неологизмов этого типа есть и привычные обывателю слова, такие как *cloud* (облачное хранилище данных), *virus* (компьютерный вирус, вредоносная программа), *bug* (баг, ошибка в программном обеспечении), *cookie* (куки, небольшие файлы, сохраняемые на компьютере пользователя для отслеживания его активности в Интернете). Таким образом неологизмы сферы IT, которые широко используются людьми независимо от их профессии, могут войти в ряды базовой лексики.

3. Аффиксация.

Аффиксальные морфологические неологизмы – новые слова, образованные путем добавления аффиксов к уже существующим словам. Аффиксальные части складываются в рамках словообразовательных норм, поэтому их форма идентична давно зафиксированным словам и привычна носителям языка. По мнению В. И. Заботкиной такие образования являются в меньшей степени неологичными по сравнению с другими типами неологизмов [5].

3.1. Префиксальные морфологические неологизмы.

Префиксальные морфологические неологизмы – слова, которые образованы путем добавления префиксов к уже существующим словам.

Примером префиксального типа морфологических неологизмов можно назвать слово, включенное в состав оксфордского онлайн-словаря в 2023 году – *prepopulate*. Его определение звучит так: “To add data or details that are already known” (добавление данных или деталей, которые уже известны). Данный неологизм образован с помощью приставки *pre-* и основы *populate*.

В словаре Collins Dictionary неологизм *onload* определяют, как “to load files onto a computer” [12]. Слово образовано с помощью префикса *on-* и основы *load*.

3.2 Суффиксальные морфологические неологизмы.

Суффиксальные морфологические неологизмы – слова, образованные путем добавления суффиксов к уже существующим основам.

В прилагательном *snackable* к основе *snack* (закуска) прибавляется

суффикс *-able*. Так, *snackable* – что-либо что может быть воспринято пользователями легко и быстро.

Datafied – датафицированный, преобразованный в данные. Слово образовано с помощью суффикса *-ified* на основе слова *data* (данные).

4. Словосложение.

Словосложение – способ образования при котором новые слова образуются путем соединения целых слов. Самые распространенные модели словосложения: существительное + существительное = существительное и прилагательное + существительное = существительное.

Например, неологизм *cloud computing* означает «облачное хранение данных», возможность хранения данных и информации на серверах, доступ к которым открывается через интернет. В кембриджском словаре оно определяется как “the use of technology, services, software, etc. on the internet rather than software and hardware that you buy and install on your computer”. Образовано с помощью сложения двух слов *cloud* (облако) и *computing* (вычисление) [11].

В оксфордском обновлении онлайн-словаря за 2023 также было добавлено слово *screen-share* (to view or enable others to view a computer’s screen display remotely and in real time by means of specialized software” [14]. Слово образовано путем сложения двух слов: *screen* (экран) и *share* (делиться).

5. Заимствования.

Заимствования – неологизмы, характеризующиеся нетипичным для английского языка фонетическим распределением, а также нетипичным морфологическим членением. Хотя нынешняя тенденция заключается в том, что английский язык переходит из «принимающего» языка в «отдающий», заимствованные слова (из французского, африканского, японского и других языков) по-прежнему составляют определенную долю английского словарного запаса.

Например, к заимствованиям можно отнести такие неологизмы как *algorithm*, *cache*, *domain* и другие.

Слово *algorithm* (алгоритм) было заимствовано из арабского языка в европейские – это арабский термин “الخوارزمي” (“al-khawarizmi”). Это имя персидского математика, астронома, географа и инженера, благодаря которому в математике появились термины «алгоритм» и «алгебра». Сейчас в сфере IT оно имеет значение последовательности команд, предназначенная исполнителю, в результате выполнения которой он должен решить поставленную задачу.

Из французского языка было взято слово *cache* (кэш), которое в оригинале “cacher” означает прятать. Этимология английского неологизма схожа, так как *cache* – это промежуточный буфер с быстрым доступом к нему, содержащий информацию, которая может быть запрошена с наибольшей вероятностью.

Domain заимствовано из французского “domaine” и означает владения

короля или владение какого-либо феодала в Средние века. Однако в сфере IT это слово приобрело новое значение – сейчас это название сайта и одновременно адрес его размещения в интернете.

6. Конверсия.

Конверсия представляет собой процесс перехода слова из одной части речи в другую без изменения его формы. Это способность слова функционировать в разных грамматических категориях в зависимости от контекста употребления, то есть одно и то же слово может употребляться как существительное, глагол, прилагательное или наречие.

Например, слово *build* может быть и глаголом, и существительным. Оксфордский словарь определяет его значение как существительного так: “The process or an instance of constructing a program from source code or elements of an existing program and other resources” (процесс написания программы на основе уже существующего кода) [14]. А вот так как глагола: “to process (source code or a program) into a form that can be installed and used on a computer” (перерабатывать исходный код в форму, которая может быть установлена и использована на компьютере) [14]. Таким образом это слово имеет одно значение, но в зависимости от контекста может являться существительным или глаголом.

Также примером конверсии являются слова *email* – исходно существительное (электронная почта), но также используется как глагол (в значении отправлять email); *to google* – первоначально название компании (Гугл), но также используется как глагол (искать информацию в Интернете); *text* – изначально существительное (текст), но используется и как глагол (отправлять текстовые сообщения).

7. Сокращение.

Сокращение – способ создания новых слов путем усечения основ без изменения их лексико-грамматического значения.

7.1 Усечение.

Усечение – это форма сокращения слова или фразы, когда часть слова или фразы отбрасывается, оставляя только его основную часть или наиболее важную часть, которая сохраняет смысл. Используются для создания более коротких и удобных в использовании форм слов или фраз. Примером усечения является термин *DevOps* – сокращение от Development and Operations (Разработка и эксплуатация).

7.2 Аббревиатура.

Аббревиатура – это слово или фраза, сокращенные до одной или нескольких букв, которые являются начальными буквами отдельных слов или фраз, составляющих полное значение. Они часто используются для экономии места, времени и усиления краткости в письменных текстах или разговорной речи. Произносятся путем последовательного произнесения всех букв.

К аббревиатурам можно отнести термин *AI* (Artificial Intelligence) –

искусственный интеллект. Также к аббревиатурам можно отнести *RAM* (Random Access Memory) оперативная память, *FTP* (File Transfer Protocol) протокол передачи файлов и много других слов. Очень сокращением в 2024 году является *GPT* (Generative Pretrained Transformer).

7.3 Акронимы.

Подвидом аббревиации являются акронимы – слова, созданные из начальных букв слова, и которые произносятся как отдельное слово.

Примером акронима являются сокращения *MIB* (Management information base – виртуальная база данных для управления объектами) и *MIPS* (Million Instructions Per Second – показатель скорости работы компьютера).

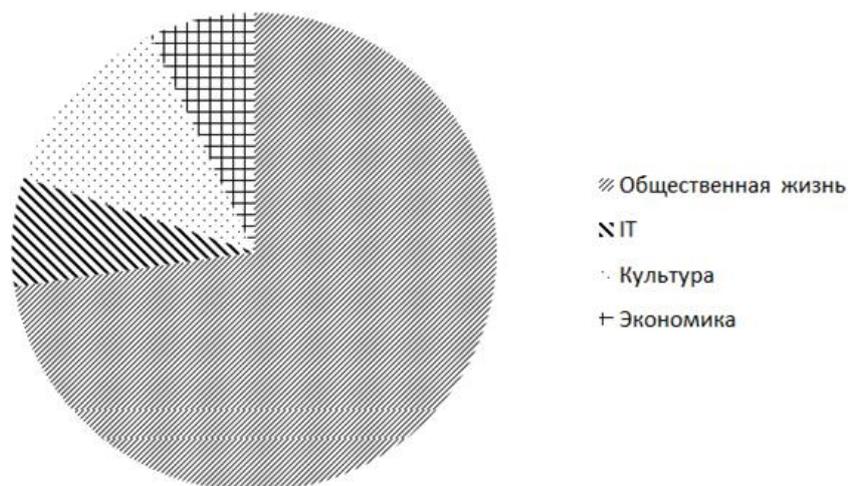
Таким образом, было выделено 7 общих способов образования неологизмов, а также несколько подгрупп. Исходя из данных Таблицы 1, можно заключить, что самым популярным способом образования неологизмов является морфологический.

Способ образования	Количество слов
Морфологические неологизмы	43
Словосложение	21
Сокращение	15
Конверсия	9
Семантические неологизмы	7
Фонологические неологизмы	5
Заимствования	1
	100

Таблица 1. Способы образования неологизмов в английском языке, на основе статей оксфордского словаря за 2020-2024 годы

Проанализировав способы образования неологизмов в сфере IT, следует узнать, какой процент от общего количества неологизмов в английском языке, они занимают. Материалом исследования послужил онлайн-словарь Cambridge Dictionary. Критерием выбора слов послужила частота использования неологизмов. Было выделено всего 4 сферы, поскольку цель исследования – узнать какой процент занимают неологизмы именно из сферы IT. Категория «Общественная жизнь» включает в себя большое количество подтем (политика, медицина, еда, спорт, природа и другие), что следует учитывать в анализе исследования. Результаты представлены в круговой диаграмме.

В процентном соотношении большую часть заняли слова из категории «Общественная жизнь», на втором месте по объему были слова из сферы «Культура», на третьем месте оказались IT термины. Меньше всего неологизмов выявлено в сфере экономики.



Такое распределение неологизмов по сферам использования легко объясняется – в общественной жизни наиболее часто происходят какие-либо изменения, которые влекут за собой появление неологизмов. Также сама категория включает в себя широкий спектр подтем, что оказывает влияние на результаты исследования. Другие же сферы являются более строгими в плане лексики, и это влияет на количество неологизмов в них.

Результаты анализа показали, что сфера ИТ является не менее продуктивной в сравнении с традиционно сопровождающими человека на протяжении всей его истории существования «Экономикой» и «Культурой». Это является ярким примером того, что информационные технологии являются неотъемлемой частью общественной жизни в настоящее время.

Неологизмы являются важной составляющей любого языка, а в особенности самого востребованного языка в мире – английского. Новообразования не занимают огромную часть лексики, это лишь некоторые инновации, которые отражают развитие общества и модернизируют язык. Некоторые способы, такие как аффиксация, словосложение и сокращение являются более распространенными и продуктивными по сравнению с другими. В ИТ, как и во многих других сферах, есть большое количество неологизмов, которые образованы всевозможными способами, что иллюстрирует разнообразие данной лексики. Неологизмы в области информационных технологий отражают прогресс и эволюцию языка. Их анализ позволяет выявить важность технологического прогресса и динамики языка. Новая терминология лучше описывает современные технологии, способствуя эффективному обмену информацией.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алаторцева С. И. Проблемы неологии и русская неография : дисс. ... д-ра филол. наук : 10.02.01. – Санкт-Петербург, 1998. – 317 с.
2. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская энциклопедия, 1966 (переизд. 1968, 2004). Лингвистика и семиотика. – М. : Изд-во МГУ, 1979.

3. Головин Б. Н. Введение в языкознание : Учебное пособие для студентов филологических спец. педвузов. – 5-е изд., стер. – М. : Высшая школа, 2005. – 231 с.
4. Дубенец Э. М. Лингвистические изменения в современном английском языке. – М. : Глосса-Пресс, 2003.
5. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка: Учеб. пособие. – М. : Высш. школа, 1990.
6. Котелова Н. З. Избранные работы [Текст] ; Российская акад. наук, Ин-т лингвистических исслед. – Санкт-Петербург : Нестор-История, 2015.
7. Лыков А. Г. Современная русская лексикология (русское окказиональное слово) : [Учеб. пособие для филол. фак. ун-тов]. – Москва : Высш. школа, 1976. – 119 с.
8. Карамышева М. М. Неологизмы в современном английском языке // Университет XXI века: научное измерение : Мат-лы науч. конф. науч.-пед. работников, аспирантов, магистрантов ТГПУ им. Л. Н. Толстого, Тула, 22 мая 2019 года. – Тула : Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого, 2019. – С. 424–426.
9. Сенько Е. В. Неологизация в современном русском языке конца XX века: межуровневый аспект : автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01. – Волгоград, 2000. – 50 с.
10. Тогоева С. И. Психолингвистические проблемы неологии : автореферат дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19. – Воронеж, 2000. – 43 с.
11. *Cambridge Dictionary* [Электронный ресурс]. – URL : <https://dictionaryblog.cambridge.org> (дата обращения: 03.04.24).
12. *Collins Dictionary* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english> (дата обращения: 03.04.24).
13. *Dictionary.com*. [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.dictionary.com> (дата обращения: 03.04.2024).
14. *Oxford Dictionary* [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (дата обращения: 03.04.24).
15. *The Unword Dictionary* [Электронный ресурс]. – URL: <http://unworddictionary.com>. (дата обращения: 03.04.2024).
16. *UrbanDictionary*. [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=begracking> (дата обращения: 03.04.24).

УДК 372.881.111.1

Иванова Е. М., Шугаева Н. Ю.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ БИБЛЕЙСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. Данная статья исследует структурно-семантические особенности фразеологических единиц библейского происхождения в современном английском языке. Анализируется значимость и влияние библейских выражений, их символическая и эмоциональная нагруженность, а также их роль в обогащении языка и передаче культурного наследия. Статья подчеркивает актуальность и значимость использования таких выражений в

современном обществе как средства выразительности, связующего звена между поколениями и культурными сферами, источника мудрости и символики в современной коммуникации.

Ключевые слова: БФЕ, Библия, современный английский язык, структура, семантика.

Христианство – одна из трех мировых религий, имеющая огромное количество последователей. За многие годы существования эта вера подарила миру историческое наследие, в которое входит книга Священных Писаний – Библия, художественные произведения, музыкальные композиции и т. д. Так, Библия является одной из главных книг тысячелетия, в которой содержатся собрания древних текстов различных эпох и авторов. Она состоит из двух частей – Ветхого Завета (Старого, Первого) и Нового Завета. Библия оказала огромное влияние на Мировое творчество: написаны поэмы, песни, легенды, романы, пьесы, где действуют либо непосредственно библейские персонажи, либо действие библейских притч переносится в новое время [1]. Параллельно с этим Священные Писания обогатили фразеологическим составом многие языки мира. Благодаря этому люди используют в своей речи фразеологизмы библейского происхождения и по сей день.

На сегодняшний день Библия переведена на множество языков. Самые Распространенные из них: китайский, испанский, английский, хинди-урду, арабский. Английский язык имеет огромное влияние на век технологий. Он является языком международной коммуникации: на нем говорят миллионы людей из разных стран, ведутся политические переговоры, транслируются новости, снимаются фильмы, которые известны по всему миру. Так, как и в других языках, в английском языке есть фразеологические единицы (ФЕ) библейского происхождения, и огромным пластом для их появления стала Библия. Фразеологические единицы библейского происхождения остаются важным и актуальным элементом современного английского языка. Эти выражения не только обогащают лексический запас языка, но и переносят глубокие культурные и религиозные значения. Библейские фразеологизмы обладают универсальностью, позволяя людям разных культур и вероисповеданий понимать и использовать их в различных контекстах.

Связанные с древней историей и мудростью, библейские фразеологические единицы сохраняют свою актуальность в современном английском, придавая высокую эмоциональность и смысловую глубину высказываниям, которую используют англоговорящие люди в своей речи, публичных высказываниях, написании текстов - использование этих выражений в литературе, искусстве, общении и даже в бизнесе не только сохраняет связь с культурным наследием, но и усиливает их воздействие и значимость в современном обществе. Так, например, “the writing on the wall” – письма на стене (в значении предупреждения о чем-то неизбежном, неминуемом [9]). В русском языке это выражение почти не используется. Это выражение нередко

используется в заголовках, где его всячески видоизменяют и обыгрывают: “the moving finger”, “finger on the wall, the handwriting from the sky”, “the Babylonian finger”, etc. [11]. Кроме того, в английском языке это выражение закрепилось и в форме употребления с глаголами to heed, to read, to see, to interpret, а также в форме the writing is/was (already) on the wall.

Корни появления фразеологизмов (ФЕ) из Библии в английском языке восходят к древним временам. Священные: тексты и архаичные выражения Святого Писания прочно вошли в повседневную речь англоговорящих людей. Они стали частью культурного наследия и нередко употребляются в современных диалогах, текстах и литературе. Библейские ФЕ придают выразительность и глубину смыслу, вносят метафорический оттенок и помогают ярко выразить мысли и эмоции. Такие выражения могут использоваться для обозначения моральных ценностей, этических принципов или для создания аналогий и аллегорий в современном тексте.

Примеры библейских ФЕ в современном английском помогают сохранить связь с историческим и культурным наследием, а также обогащают язык новыми смыслами и контекстами. В итоге библейские ФЕ продолжают оставаться важным элементом языкового богатства и культурного обогащения в современном английском языке. Так, уже сложно представить современный английский язык без ФЕ “eye for an eye” – око за око [4]. Пример использования этого выражения в настоящее время могут служить слова государственного служащего: “Some of our people are saying an eye for an eye, a tooth for a tooth, a life for a life,” – Чарльза Баррона, когда он давал ответ журналистам, по поводу его заявления о неизбежном насилии преступника (NY Post) [12].

Так, основными качествами, которая обладает структура ФЕ библейского происхождения, являются форма и метафоричность. Библейские фразеологические единицы часто имеют краткую и устойчивую структуру, состоящую из выражений или пословиц. Например, to cast a stone – бросить камень, “the root of evil” – корень зла, “the salt of the earth” – соль земли, “not to stir a finger” – не пошевелить пальцем [9]. Метафоричность: многие из ФЕ базируются на метафорах, символизме и аллегориях, что делает их запоминающимися и эмоционально насыщенными, что позволяет усилить влияние на читателя и слушателя. Например, “bite the dust” – потерпеть неудачу или перестать существовать [9]. В повседневной жизни может быть использовано, как: “I think my washing machine has finally bitten the dust.”

Семантика библейских ФЕ подразумевает мудрость и нравственность, потому что большинство библейских фразеологизмов несут в себе мудрые советы, нравственные уроки или религиозные истины. Данный факт позволяет оценить их ценность для людей, которые используют древние пережитые поколениями знания в своей речи. Так, “no rest for the wicked” – означает, что злодеи столкнутся с вечным наказанием, которое в народе трактуется как «вечная работа» [6].

ФЕ библейского происхождения используются для передачи конкретных идей, определенных эмоций, убеждений в более понятной и запоминающейся в форме. Лаконичность этих выражений в современном английском упрощает их использование и уменьшению возможности ошибиться в них, так как они закрепились как основа фразеологического пласта. Это можно увидеть в выражениях: “the root of the matter” – найти корень проблемы, “see eye to eye” – два человека или стороны сходятся во взглядах [6].

Эти особенности подчеркивают значимость и важность употребления фразеологизмов с библейскими корнями в современном английском языке как средство выразительности, культурного наследия и передачи значимых смыслов и идей.

Исследование контекстов использования библейских фразеологических единиц в современном английском. Рассмотрим некоторые сферы употребления ФЕ библейского происхождения.

Так, первая сфера, в которой используются ФЕ библейского происхождения – публичные выступления. Ораторы и политики могут применять библейские фразы для убедительного и вдохновляющего выражения мыслей и идей. Эти фразеологизмы помогают подчеркнуть авторитет и символическую силу высказывания. Натан Элдон Таннер-политик, Лидер Церкви Иисуса Христа, в своем публичном выступлении обратился к Библии и сказал: “Judge not, that ye not be judged” (Евангелие от Матфея 7:1 «Не судите, да не судимы будете») [13]. Дональд Трамп обратился к Библии, когда был на радио подкасте WHAM Боба Лонсберри. Ведущий спросил: есть ли у него любимый стих или история из Библии, которые повлияли на его мышление или характер. Трамп ответил: “eye for an eye” (Исход 21:24. Закон возмездия или lex talionis) [14]. Любимой фразой Барака Обамы была фраза “We are our brother’s keeper”, парафраз библейского «Я не сторож брату моему» (Бытие 4:9), и понятие “Joshua generation” («поколение Иисуса Навина») [15]. Использование ФЕ не только украшают речь, но и воздействуют на аудиторию.

Вторая сфера, в которой используются ФЕ библейского происхождения – литература. Библейские фразеологизмы часто используются в художественной литературе для создания эмоциональной глубины и символизма. Авторы включают такие выражения для усиления смысла и эмоциональной отнесенности произведения. Так, Уильям Сомерсет Моэм употребил библеизм “the apple of smb’s eye” – зеница ока (George was the apple of his father’s eye); Фрэнк Норрис использовал “as the sparks fly upward” – неотвратимо, неизбежно (Some people are born to trouble, Charlie – born to trouble as the sparks fly upward); Виктор Соден Притчетт обратился к Библии: “at the parting of the ways” – на распутье (Edwin Drood stands at the parting of the ways between the early Victorian and the modern attitude to murder in literature); Вальтер Скотт написал “enough and to spare” – более чем достаточно, больше чем нужно; за глаза довольно (We have had patience enough and spare) [16].

Так, ФЕ библейского происхождения могут быть эффективным инструментом коммуникации.

Третья сфера, в которой используются ФЕ библейского происхождения – общение и повседневная речь. Люди могут использовать библейские фразеологизмы в разговорах для передачи сложных идей или эмоций.

Эти выражения часто служат для укрепления эмоциональной связи и уточнения смысла высказывания. Первый по частотности употребления библеизм – *face to face*. Данное выражение взято из Исхода Моисеева 33:11 и имеет значение «лицом к лицу», т.е. вплотную, очень близко. “Of evil” – еще один популярный библеизм, который часто используется в повседневной жизни. В Новом Завете он употреблен в Евангелии от Матфея 5:37 – «от лукавого» и обозначает «излишество и многословие» [17]. Так, использование ФЕ библейского происхождения обогащают язык.

Четвертая сфера, в которой используются ФЕ библейского происхождения – медиа и реклама. В рекламных кампаниях и общественных сообщениях могут использоваться библейские фразеологические единицы для привлечения внимания и эмоциональной реакции аудитории. На одном из сайтов религиозной газеты представлена статья, в которой представлено обращение священника Джэми Моргана к христианам. Выступая против Хэллоуина, он взывает: “Halloween a ‘celebration of evil’ – don’t observe it” [18]. В статье, на сайте британской газеты “The Independent”, говорится о том, что Тони Блэр выступает в защиту Дика Чейни – вице-президента США, поддерживающего войну в Ираке. Он считает, что если бы не Чейни, то «ось зла» (“Axis of evil”) продолжала бы увеличиваться [19]. ФЕ библейского происхождения в сфере медиа и рекламы способствуют формированию эмоциональной связи с аудиторией.

Таким образом, выявлено глубокое значение и влияние таких выражений, которые не только обогащают язык символикой и эмоциональностью, но и передают мудрость, нравственные уроки и культурное наследие, оставаясь важным элементом коммуникации и связующим звеном между различными культурными сферами, подчеркивая их актуальность и универсальность в современном обществе. Также было показано использование ФЕ библейского происхождения в различных сферах.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Апелян М. К.* Библеизмы в английском языке // Молодой ученый. – 2014. – № 14 (73). – С. 93–95.
2. *Бирих А. К., Мокиенко В. М., Степанова Л. И.* Словарь русской фразеологии. Историко-этимологический справочник. – СПб. : Фолио-Пресс, 1998. – 704 с.
3. *Быстрова Е. А., Окунева А. П., Шанский Н. М.* Учебный фразеологический словарь русского языка. – Москва : Просвещение, 1984. – 271 с.
4. *Дубровина К. Н.* Энциклопедический словарь библейских фразеологизмов. – 3-е изд. – Москва : Флинта, 2010. – 808 с.

5. Жолобова А. О. Фразеологические единицы библейского происхождения в английском, испанском и русском языках: дис. ... филол. наук : 10.02.20. – Казань, 2005. – 267 с.
6. Николаюк Н. Г. Библейское слово в нашей речи. – СПб. : Библиополис, 2012. – 384 с.
7. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. – 3-е изд. – Дубна : Феникс+, 1996. – 381 с.
8. Зайцева Я. С. Структурно-семантические и стилистические особенности фразеологизмов библейского происхождения в современном русском языке: автореф. дис. ... филол. наук : 10.02.01. – Москва, 2010. – 23 с.
9. Кочедыков Л. Г. Краткий словарь библейских фразеологизмов. – Самара : Бахрах-М, 2006. – 176 с.
10. Кунин А. В. Английская фразеология (теоретический курс). – Москва : Высшая школа, 1970. – 324 с.
11. Елисеева В. В. Лексикология современного английского языка. – СПб. : Санкт-Петербургский государственный университет, 2015. – 232 с.
12. *Ferguson Today* New York Tomorrow // New York Post [Электронный ресурс]. – URL : <https://nypost.com>
13. “*Judge Not, That Ye Be Not Judged*” // The Church of Jesus Christ [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.churchofjesuschrist.org/?lang=eng>
14. *An eye for an eye: How Trump’s got the Bible wrong AGAIN and what it says about his campaign* // Christian Today [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.christiantoday.com>
15. *Barack Obama’s March 4 Speech* // The New York Times [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.nytimes.com/international/>
16. Ваганов А. С. Английские библеизмы и их русские соответствия // Самиздат. – 2012.
17. Татоян А. К., Редкозубова Е. А. Особенности функционирования библеизмов в современной британской и американской онлайн-прессе // Новое слово в науке: перспективы развития. – 2015. – № 4(6).
18. Ong, C. Pastor tells Christians: Halloween «a celebration of evil» – don’t observe it // Christian Today [Электронный ресурс]. – URL : www.christiantoday.com
19. *McSmith, A. Andy McSmith’s Diary: Tony Blair comes out in defence of «scary» Dick Cheney* // Independent [Электронный ресурс]. – URL : www.independent.co.uk

УДК 811.11

Ильин А. А.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КИНОЖАНРОВ

*Московский городской педагогический университет,
г. Москва, Российская Федерация*

Аннотация. В данной работе были рассмотрены лексико-семантические особенности некоторых киножанров в немецком языке и их употребление в речи на примере кинокритик. В связи с непрерывным развитием индустрии кино, в языке существует потребность в языковых средствах, которые будут способны адекватно передавать содержание мысли в речевой

форме. Научная новизна исследования заключается в том, что впервые было рассмотрено функционирование языка кино как способа расширения языковой номинации. Киножанры представляют собой качественный источник информации для зрительской аудитории, который позволяет ей сделать свой выбор на основе представлений, которые формируют эти термины.

Ключевые слова: языковая номинация, сема, термин, жанр, лексико-семантический анализ, фильм, кино.

В настоящее время понятие лексико-семантического поля является достаточно глубоко исследованным, что позволяет делать значимые выводы не только в области лексикологии, но и этимологии, этнолингвистики, лингвокультурологии и др. Это выступает в качестве предпосылок для возникновения у лингвистов большого интереса к лингвистике сложного, составного, поликодового текста, являющегося неким единым структурным, функциональным и смысловым целым [1; 5; 16].

Актуальность исследования обусловлена тем, что вопрос восприятия информации остается одним из самых важных, поскольку понимание и правильная интерпретация текста участниками общения требует особого подхода к построению и организации этого текста. Этот подход должен принимать во внимание визуальную и содержательную специфику текста. Изучение киножанров с точки зрения лексико-семантического подхода как способа расширения номинативной способности языка и средства донесения до зрителей необходимой информации имеет большое значение как для лингвистов, так и для представителей киноиндустрии.

Основные положения лексико-семантического подхода к построению текста широко изучались В. В. Виноградовым, Ю. Н. Карауловым, Ж. Ж. Варбот, Л. А. Новиковым.

В данной работе были использованы методы теоретического, статистического и сравнительного анализов.

Целью исследования является описание особенностей отдельных киножанров в немецком языке с точки зрения лексико-семантического подхода.

По мнению ученого Ж. Ж. Варбота, лексическое значение представляет собой взаимосвязь между звуковой формой слова и его референтом, то есть концепцией, которую данная фонетическая форма обозначает. Структура лексического значения состоит из микрокомпонентов – семантических элементов, отражающих характеристики явлений и объектов [2, с. 25].

Лексическое значение предполагает наличие определенных ключевых характеристик, которые описывают объект, явление или действие и делают их уникальными. Лексическое значение используется для выявления общих и отличительных черт, которые отличают данный объект, действие или явление от других [3, с. 182]. Также лексические значения являются участни-

ками синонимических, антонимических, гипонимических и гиперонимических отношений.

Лексико-семантическое поле является совокупностью взаимодействующих и взаимозависимых групп слов. Ю. Н. Караулов описывал лексико-семантическое поле как совокупность связанных по смыслу слов [8, с. 57, 67].

Данное толкование лексико-семантического поля является довольно широким, но недостаточно точным. В данной работе мы обратимся к дефиниции, представленной Л. А. Новиковым: он определял лексико-семантическое поле как структуру множества иерархически выстроенных лексических единиц, имеющих инвариантное значение. Задачей лексико-семантического поля в данном случае является отражение определенной понятийной области в языке. Границы полей могут меняться в зависимости от типа классификации, а количество единиц поля может варьироваться от малого до очень большого, что и служит причиной для выделения микрополей [9, с. 8].

С. И. Фрейлих в монографии «Теория кино: от Эйзенштейна до Тарковского» описал подходы к интерпретации жанров в киноискусстве и способы их определения:

1. жанр как форма произведения;
2. жанр как способ описания сюжета;
3. жанр как материал фильма [10].

На основе этих подходов можно сделать вывод о том, что для определения жанров эти способы должны применяться в совокупности.

Возникновение новых жанров обуславливается следующими причинами:

1. потребность в исследовании оригинальных направлений в индустрии кино с целью привлечения новой аудитории или поддержания интереса старых зрителей;
2. адаптация киножанров кинематографии других стран;
3. внедрение системы проката фильмов, которая обращает внимание на индивидуальные предпочтения каждого зрителя;
4. структура киноиндустрии, где производство фильмов организовано как бизнес с целью увеличения прибыли.

С позиции лингвистики понятие «жанр» может толковаться по-разному. Одним из способов описания особенностей жанра является применение лексико-семантического подхода. Данный подход подразумевает обращение к названиям киножанров и определению их семантики, поскольку жанр представляет собой нечто большее, чем простая каталогизация фильмов, описывающая ожидание зрителей [6].

Элементарное лексико-семантическое поле представлено лексико-семантической группой, т. е. ограниченной совокупностью лексических единиц одной и той же части речи, имеющих общую сему. Например, семантическое поле «киножанр» делится на микрополя: «комедия», «триллер»,

«мультипликационный фильм», «детектив», «фильм ужасов» и др. В каждом из этих полей можно выделить лексико-семантические группы, такие как «грустный», «жуткий», «романтический», «новый», «исторический», «отечественный», «мистический», «музыкальный», «известный» и т. д.

Для выполнения лексико-семантического анализа необходимо определить следующее:

1. Является ли слово апеллятивом (именем нарицательным; термином) или онимом (именем собственным);

2. Тип лексического значения (денотативный (по номинативной функции), сигнификативный (по характеру внутренней формы слова), эмотивный (по коммуникативной функции), структурный (включающий в себя синтагматические и парадигматические отношения).

Рассмотрим некоторые термины, обозначающие киножанры, на основе лексико-семантического анализа. Само понятие «термин» представляет собой слово, обладающее определенными признаками, отделяющими сам термин от смежных понятий [4, с. 719]:

1. *Der Horrorfilm / der Gruselfilm / фильм ужасов* (здесь и далее перевод на русский язык осуществлён автором лично – Ильин А. А.). Немецкий лингвист и член правления Немецкого общества исследований кино и телевидения Ганс Ю. Вульф отмечает, что данный кинематографический жанр призван вызывать ужас, дрожь, шок и страх, и, как правило, повествует о вторжении чего-то ужасного в повседневный мир героев [13]. Немецкий кинокритик Оливер Армкнехт в рецензии на фильм «Воображаемый друг» пишет: „„*Imaginary*“ ist eine Variation der beliebten Spielzeug-Horrorfilme, wenn es dieses Mal um einen Teddybären mit unheimlichem Einfluss geht...“ / ««Воображаемый друг» – излюбленная разновидность фильмов ужасов с участием игрушек, на этот раз речь будет идти о плюшевом мишке со зловещим влиянием» [14]. Данный пример является непосредственным и четким отображением вышеописанного определения. Слово *der Horrorfilm / фильм ужасов* образован путём словосложения двух заимствованных лексических единиц из английского языка *der Horror / ужас* и *der Film / фильм*. В немецком языке существует национальный эквивалент англоязычному заимствованию *der Horror – der Grusel / страх, отсюда der Gruselfilm / фильм ужасов*, образующийся аналогичным образом, но имеющий немецкие корни, однако слово *der Gruselfilm / фильм ужасов* встречается довольно редко, так согласно корпусу текстов DWDS, в 2023 году количество встречающихся употреблений слова *der Horrorfilm / фильм ужасов* выше немецкого варианта на 963 раза, и позволяет сделать вывод, что англоязычный эквивалент популярнее среди немецкоязычного населения.

2. *Die Komödie / der Komödienfilm / комедия, комедийный фильм*. Профессор медиаисследований Сюзанна Маршалл и немецкий учёный Филипп Бруннер описывают основу данного жанра как несоизмеримость «природы» человека и официальных моральных или социально-политических

дискурсов [15]. Комедия приобрела несравненно большее разнообразие форм, например, в немецком кинодискурсе существуют такие поджанры комедии как *die Tragikomödie* / трагикомедия, *die Horrorkomödie* / комедия ужасов, *die schwarze Komödie* / черная комедия, *die Sozialkomödie* / социальная комедия, *die Situationskomödie* / ситуативная комедия, *die Heiratskomödie* / свадебная комедия, *die Zombiekomödie* / зомби-комедия, *die KZ-Komödie* / комедия концентрационных лагерей и другие. Оливер Армкнехт в рецензии на фильм «Маленькие победы» пишет: „*Das ist kein sehr ambitionierter Humor ... Aber er funktioniert, die französische Komödie macht Spaß...*“ / «Это не очень амбициозный юмор ... Но он работает, французская комедия – это весело» [11]. Данный пример может являться еще одним вариантом, способствующим расширению определения поджанров комедии и ее форм, разграничивая юмор по территориальному признаку. Слово *die Komödie* / комедия являющееся прототипов для всех вышеописанных лексических единиц является заимствованным словом из древнегреческого языка, пришедшее в немецкий язык в эпоху расцвета театра. Стоит отметить, что кино, являясь синтетическим искусством, постоянно впитывает и интегрирует в себя различные жанры, формы, приемы из других видов искусства, в том числе и театрального [7, с. 73], но *der Komödienfilm* / комедийный фильм образованное путём словосложения в отличие от *die Komödie* / комедия является частью исключительно кинодискурса.

3. *Der Thriller* / триллер. Ганс Ю. Вульф и Филипп Бруннер определяют данный жанр как часть мегажанра саспенс-фильмов, указывая на то, что в жанре *der Thriller* / триллер зритель и персонаж имеют одинаковый уровень информированности о произошедшем или развивающейся игровой ситуации. Жанр сравнительно открытый, он определяется не столько определенной типологией персонажей или тематическими определениями, сколько характеристикой острых ощущений, очень эффективной смесью саспенса, которая захватывает аудиторию до такой степени, что может вызывать физические реакции [17]. Оливер Армкнехт в рецензии на фильм «Огненный смерч» пишет: „*Was zunächst einen Katastrophenfilm erwarten lässt, entpuppt sich nach kurzer Zeit als Krimithriller, der überwiegend von dem Überfall und dem Kampf gegen die Verbrecher erzählt*“. / «То, что поначалу может показаться фильмом-катастрофой, через короткое время превращается в криминальный триллер, в котором преимущественно рассказывается об ограблении и борьбе с преступниками» [12]. Данный фрагмент рецензии подтверждает открытость данного жанра, можно выделить в нем такие поджанры как *der Krimithriller* / криминальный триллер, *der Psychothriller* / психологический триллер, *der Politthriller* / политический триллер, *der Neurothriller* / нейротриллер и другие. Сама исследуемая лексическая единица *der Thriller* / триллер является заимствованием из английского языка, где *to thrill* – вызывать трепет, дрожь; щекотать нервы.

Проанализировав отдельные киножанры в немецком языке с точки

зрения лексико-семантического анализа, можно выявить следующие особенности:

1. языковые лексемы, в особенности поджанры кино, получены, как правило, путем словосложения имен существительных;
2. большинство терминов являются заимствованными из английского языка, либо добавляют морфемы к заимствованной части;
3. в границах своих лексико-семантических полей киножанры несут в себе информацию, позволяющую зрителям сделать свой выбор в кинопросмотре картин, основанный на своих предпочтениях в данный момент времени;
4. слова-термины, обозначающие киножанры, являются средствами совместной речевой деятельности индивидов, формируют представления о предмете, выступая носителем информации.

Обобщая вышеизложенное, стоит отметить, что исследование рассматривает часть кинематографической лексики, затрагивая лишь отдельные киножанры. Дальнейшие перспективы исследования в этом направлении могут быть продолжены путем более детального изучения специфической терминологии немецкого кино, включая анализ лексико-семантических особенностей кинооборудования, киносюжета, кинопроизводства и т.д.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Авербух К. Я., Попова Л. Г., Шатилова Л. М.* Культурная память слов как проявление языковых знаний о мире // *Инновационное развитие науки и образования: монография / Под общ. ред. Г. Ю. Гуляева.* – Пенза : МЦНС «Наука и Просвещение», 2018. – С. 15–22.
2. *Варбот Ж. Ж., Журавлев А. Ф.* Краткий понятийно-терминологический справочник по этимологии и исторической лексикологии // *Российская академия наук, Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН [Электронный ресурс].* – URL : https://etymolog.ruslang.ru/doc/etymology_terms.pdf (дата обращения 10.04.2024).
3. *Виноградов В. В.* Основные типы лексических значений слова // *Избранные труды. Лексикология и лексикография.* – М. : ИРЯ РАН, 1977. – С. 162–189.
4. *Гринев-Гриневиц С. В., Сорокина Э. А., Молчанова М. А.* Еще раз к вопросу об определении термина // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика.* – 2022. – Т. 13, № 3. – С. 710–729.
5. *Гринев-Гриневиц С. В., Сорокина Э. А., Викулова Л. Г.* Теория языка: антропологическая лингвистика: учебное пособие. – Москва : ООО «Издательский дом ВКН», 2021. – 256 с.
6. *Ермолаев А. И.* Система киножанров: генезис, взаимодействие, подходы к классификации // *Современные проблемы науки и образования.* – 2014. – № 3 [Электронный ресурс]. – URL : <https://science-education.ru/ru/article/view?id=13755&ysclid=lv0zeghz5v856627638> (дата обращения 10.04.2024).
7. *Ильин А. А.* История и модификация современной кинематографической лексики // *Litera.* – 2023. – № 8. – С. 68–78.
8. *Караулов Ю. Н.* Структура лексико-семантического поля // *Филологические науки.* – 1972. – № 1. – С. 57–68.
9. *Новиков Л. А.* Эскиз семантического поля // *Вестник РУДН. Серия: Теория*

языка. Семиотика. Семантика. – 2011. – № 2. – С. 7–17.

10. *Фрейлих С. И.* Теория кино. От Эйзенштейна до Тарковского. Учебник для вузов. – Москва : Академический проект, 2022. – 407 с.

11. *Es sind die kleinen Dinge* // Film-rezensionen.de – Popcornkino und Independent [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.film-rezensionen.de/2024/03/es-sind-die-kleinen-dinge/> (дата обращения: 15.04.2024).

12. *Firenado* // Film-rezensionen.de - Popcornkino und Independent [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.film-rezensionen.de/2024/03/firenado/> (дата обращения: 15.04.2024).

13. *Horrorfilm* // Das Lexikon der Filmbegriffe [Электронный ресурс]. – URL : [https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/h:horrorfilm-207?s\[\]=%2Ader%2A&s\[\]=%2Ahorrorfilm%2A](https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/h:horrorfilm-207?s[]=%2Ader%2A&s[]=%2Ahorrorfilm%2A) (дата обращения: 15.04.2024).

14. *Imaginary* // Film-rezensionen.de – Popcornkino und Independent [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.film-rezensionen.de/2024/03/imaginary/> (дата обращения: 15.04.2024).

15. *Komödie* // Das Lexikon der Filmbegriffe [Электронный ресурс]. – URL : [https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/k:komodie-1084?s\[\]=%2Akom%C3%B6die%2A](https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/k:komodie-1084?s[]=%2Akom%C3%B6die%2A) (дата обращения: 15.04.2024).

16. *Shatilova, L. M., Kasatkina, O. A., Mushkina, Y. V.* Structural and functional model of terminology phrasing in Russian and English for synthetic resin production // International Transaction Journal of Engineering, Management and Applied Sciences and Technologies. – 2020. – Vol. 11, No. 12. – P. 1112.

17. *Thriller* // Das Lexikon der Filmbegriffe [Электронный ресурс]. – URL : <https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/t:thriller-362> (дата обращения: 15.04.2024).

УДК 811.111'373.43:004.9

Кайнова И. К., Николаева Е. В.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ ИТ-СФЕРЫ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. Статья посвящена исследованию функционирования неологизмов в современном английском языке. Особое внимание в работе уделено классификации и способам образования неологизмов в ИТ-сфере. На основе анализа новых слов и выражений английского языка было выявлено, что появление данных языковых единиц языка связано с разными причинами, главная причина – потребность в наименовании новых явлений или реалий. Исследование показало, что к наиболее продуктивным способам образования неологизмов относятся аффиксация, словосложение, сокращение, конверсия.

Ключевые слова: неологизмы, ИТ-сфера, классификация неологизмов, способы образования, аффиксация.

Любой язык представляет собой динамическое явление, которое постоянно развивается, изменяется на всем протяжении своего существования. Данные изменения происходят благодаря языковым процессам, свойственным всем языкам. Работы многих лингвистов доказывают, что в каждом языке есть лексические единицы, отражающие языковую эволюцию и динамичность языка.

Общеизвестно, что лексика как центральная часть любого языка является наиболее динамичным пластом языка, развитие которого отражает различные общественные изменения и тенденции. Лексический состав языка, в основном обогащается путем заимствования слов из других языков, а также при появлении новых явлений возникает потребность в их наименовании. Благодаря развитию коммуникаций, технологий, интернета, появилась необходимость в назывании новых реалий, явлений, изобретений. Такие слова называются неологизмами.

Несмотря на многообразие проведенных исследований о неологизмах во многих языках, данная тема и по сей день остается актуальной и находит свое отражение в работах как отечественных, так и зарубежных ученых, так как до сих пор существует проблема в том, что именно понимается под определением «неологизм» и какие критерии выделяют для данного типа лексических единиц.

Многие отечественные и зарубежные лингвисты довольно плотно занимались проблемой изучения неологизмов в современной лингвистике. Так, теоретическое обоснование проблемы встречается в работах В. И. Заботкиной, А. Г. Лыкова, Г. Б. Антрушиной, Д. Э. Розенталя, Дж. Андерсона и других. Несмотря на огромное количество трудов, языковеды расходятся во мнениях относительно понятия и критериев, предъявляемых к новым словам. Происходит это по ряду причин, например из-за разной трактовки понятия «неологизм». Рассмотрим некоторые из них.

Г. Б. Антрушина под термином «неологизм» понимает новую единицу лексической системы языка, которая возникает «в результате социальной потребности назвать новый объект или выразить новое понятие, которые функционируют как готовые, повторяющиеся единицы в речи» [1].

Д. Э. Розенталь дает следующее толкование понятию неологизм: «это слово или оборот речи, созданные для обозначения нового предмета или выражения нового понятия» [9].

Британский лингвист Джеймс Андерсон даёт собственное определение данному явлению: «неологизм – это относительно новые термин, слово или фраза, которые могут находиться в процессе выхода во всеобщее обращение, но ещё не полностью приняты языком» [10].

В связи с тем, что лингвисты по-разному оценивают понятие «неологизм», выделяют различные критерии, признаки языковых новообразований, существуют различные классификации неологизмов. Например, авторы статьи «Неологизмы в компьютерных играх на английском языке»

Кормилина Н. В., Васильева А. А. выделяют 4 основные группы неологизмов: по способу появления, способу образования, условию создания и по цели создания, а наиболее популярными являются лексические неологизмы, образованные путем словосложения, усечения и аффиксации [6]. В процессе подробного изучения неологизмов было выявлено, что А. А. Брагина в своей работе «Неологизмы в русском языке» выделяет языковые и авторские неологизмы на основе их происхождения [2]. А. А. Брагина в соавторстве с В. В. Лопатиным все языковые новообразования подразделяют на лексические и семантические. К лексическим неологизмам авторы относят те слова, которые «вновь образованы по имеющимся в языке моделям или заимствованы из других языков, образуются путем образования новых слов из существующих в языке морфем» [4, с. 6]. Например, понятие «гуглить» (to google) обозначает поиск информации в интернете. Семантические неологизмы – это «ранее известные слова, которые в свете последних языковых изменений приобрели новые значения. Вторичное значение образуется на основе сходства с вновь обозначаемым явлением уже известным» [4, с. 6]. Например, слово “bread” в английском сленге означает «деньги».

В свою очередь, к авторским неологизмам следует отнести те новообразования, которые создаются автором в рамках определенного контекста/ситуации для обозначения каких-либо явлений. Зачастую они не входят в состав словарей и существуют только в произведениях автора. Такие неологизмы подразделяются на индивидуально-стилистические и окказионализмы. Индивидуально-стилистические новообразования создаются мастерами пера и придают произведению дополнительную образность, художественную экспрессивность. Например, всем любителям фэнтези известно местечко *hobbiton*, т. е. деревня Хоббитон, где живут хоббиты в известной трилогии «Властелин колец». Окказионализмы – это «авторские неологизмы, созданные по необычным моделям. Явное отличие таких новообразований состоит в том, что они могут существовать только в определенном контексте. Часто окказионализм появляется в речи как средство языковой игры, шутки, каламбура» [4, с. 6]. Например, *outsmile*.

Так как лингвисты по-разному подходят к изучению вопроса о новых словах, Т. В. Попова в своей работе «Русская неология и неография» выделяет следующую классификацию новых слов: абсолютные и относительные неологизмы [8]. Автор относит к абсолютным те лексические единицы, которые ранее не существовали в языке. Примером такого неологизма может послужить слово “*algospeak*” – способ избежания слов или выражений, использование которых запрещено или ограничено социальными сетями.

К относительным неологизмам относятся малоупотребительные слова, которые в связи со сложившейся ситуацией стали вновь актуальными и приобрели новое значение. Примером такой лексической единицы считается неологизм “*Trumpregu*”, имеющий следующее значение: «мишура; сорняки или сомнительных людей». Данный неологизм сформировался в конце

XV века, но вновь обрел актуальность в годы правления Дональда Трампа на посту президента США [5, с. 19].

Появление большинства неологизмов на современном этапе развития языка прочно связано с научно-техническим прогрессом, развитием интернета, международных коммуникаций, развитием культуры, экономики и других сфер жизни человека. На смену известным понятиям приходят новые, либо же старые открываются с иной, ранее неизведанной стороны. Многие из ранее новых слов утрачивают свою новизну и прочно входят в активный словарный запас человека.

В последние десятилетия нового века наиболее быстроразвивающейся областью человеческой деятельности является IT-сфера. Это влечет за собой изменения в лексическом составе английского языка, который активно расширяется и углубляется. Это явление объясняется тем, что востребованные на сегодняшний день профессии зачастую тесно связаны с компьютерными технологиями. При анализе слов этой сферы деятельности заметно, что основными и наиболее продуктивными способами словообразования являются аффиксация, словосложение, конверсия, сокращения.

Аффиксация – способ словообразования, который представляет собой присоединение аффикса к корню слова. Проанализировав новые слова, образованные с помощью аффиксации, были выделены следующие наиболее часто употребительные суффиксы и префиксы:

1) отрицательный префикс *-un*, например, *unsend* – удаление электронного письма после его отправки; *unstrung* – человек, пользующийся беспроводным Интернетом; *ungoogleable* – человек, о котором нет информации в Интернете.

2) префикс *-cyber*: *cyberattack* – кибератака, взлом в Интернете; *cyberbullying* – киберзапугивание, виртуальное преследование; *cybersickness* – ощущение тошноты, вызванное просмотром экранов электронных устройств (киберболезнь).

3) суффикс *-ie*: *newbie* – новый пользователь Интернета или компьютерной игры; *bestie* – лучший друг, чаще всего употребляется при общении в социальных сетях.

4) суффикс *-er*: *fakester* – человек, который заводит социальные сети от имени другого человека; *twitter-quitter* – человек, удаляющий свой аккаунт в «Твиттере»; *screenager* – термин, описывающий современное поколение, не представляющее свою жизнь без гаджетов.

Следующим продуктивным способом словообразования можно считать словосложение, т. е. способ, при котором происходит сложение двух и более основ, в результате чего образуется сложное слово, например: *high+way=highway*. Именно этот метод словообразования считается самым старым, но до сих пор остается актуальным. Благодаря этому методу неологизмы образуются в результате использования следующих способов:

Наиболее популярным способом получения новых слов является сложение двух простых основ. Например, неологизм *facepalm*, который означает легкое движение рукой по лицу и часто используется в ситуациях, вызывающих смущение, стыд, разочарование или отвращение; сюда же можно отнести слова *cyberpiracy* (киберпиратство) и *bitcoin* (биткойн).

Еще один метод получения нового слова – путем сложения двух основ с помощью дефиса: *mash-up* – использование элементов различных ресурсов для создания нового продукта; *phone-yawn* – явление, которое никак не связано с зевотой, однако напоминает ситуацию, при которой один человек начинает зевать и остальные в компании повторяют это действие, только в данном случае это повтор ситуации, в которой один человек достает телефон, чтобы ответить на звонок или написать сообщение, и остальные люди в компании начинают проделывать те же действия.

Также стоит отметить еще один способ получения неологизмов, а именно сочетанием двух основ: *digital detox* – времяпровождение без гаджетов; *link rot* – недействительная, мертвая ссылка; *facial technology* – система идентификации человека по лицу.

Аналитический характер строя английского языка во многом способствовал тому, что конверсия стала крайне продуктивным словообразовательным способом. Суть конверсии как словообразовательного процесса заключается в функциональном сдвиге слова из одной частеречной категории в другую, образование одной части речи от основы другой без изменения формы [3, с. 37]. Среди неологизмов IT-сферы, образованных с помощью данного метода, можно выделить следующие: *selfie* (сущ.) – *to selfie* (гл.) «снимать себя на камеру», *butt dial* (сущ.) – *to butt dial* (гл.) «случайно набрать номер телефона в кармане».

Сокращение также является эффективным средством создания новых слов в сфере технологий. Это процесс, при котором отсеченная часть основы слова, совпадает с другим словом. Рассмотрим следующие примеры: *smexting* – (*smoke* + *text*) «слово, описывающее курящих людей, которые печатают сообщение»; *dreamathon* – (*dream* + *smartphone*) «состояние, когда человек снова и снова выключает будильник, успев досмотреть сон между звонками»; *phablet* – (*phone* + *tablet*) «гаджет размером между планшетом и телефоном».

Стоит также отметить, что в последнее время появилось много слов с приставкой *e-*, обозначающей электронные, виртуальные явления. *E-quaintance* (*electronic* + *acquaintance*) – интернет-знакомство, интернет-друг.

Таким образом, проведенный анализ показал, что неологизмы являются неотъемлемой частью современного английского языка. Исследование выявило, что активное появление неологизмов в языке способствует обновлению его лексического состава. Новые слова появляются не только в IT-

сфере, но и в сфере социально-бытовых отношений, сферы техники. В результате проведенного морфологического анализа, было выявлено, что для образования IT-неологизмов в основном используются такие методы словообразования, как аффиксация, словосложение, сокращения, конверсия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антрушина Г. Б. Лексикология английского языка: учебник для бакалавров. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 287 с.
2. Брагина А. А. Неологизмы в русском языке. – М., 1973. – 224 с.
3. Елисеева В. В. Лексикология английского языка. – СПб. : СПбГУ, 2003. – 44 с.
4. Иванникова С. С. Новая лексика современного английского языка. [Электронный ресурс]. – URL : chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://xn--d1ailn.xn--p1ai/files/works/455_6313.pdf (дата обращения: 30.03.2024)
5. Измайлова Е. А. Англоязычные неологизмы социально-политического дискурса: проблемы переводы на русский язык: магистерская диссертация / Е. А. Измайлова. Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Уральский гуманитарный институт, Кафедра иностранных языков. Екатеринбург, 2023. [Электронный ресурс]. – URL : <http://elag.urfu.ru/handle/10995/123001>
6. Кормилина Н. В., Васильева А. А. Неологизмы в компьютерных играх на английском языке // Актуальные вопросы филологии в свете современных исследований. – 2022. – С. 87–92. [Электронный ресурс]. – URL : chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://elibrary.ru/download/elibrary_48593944_87465646.pdf
7. Лопатин В. В. Рождение слова. Неологизмы и образования. – М. : Наука, 1973. – 152 с.
8. Попова Т. В. Русская неология и неография: учебное электронное текстовое издание // ГОУ-ВПО УГТУ-УПИ, 2005. [Электронный ресурс]. – URL : <https://old.study.urfu.ru/view/aid/174/1/Popova.pdf>
9. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. – М., 1976. – 685 с.
10. Anderson, James M. The Linguistics encyclopedia. – London, 2006. – 601 p.

УДК 811.111'373:7

Карпова Е. Е., Николаева Е. В.

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЗАГОЛОВКАХ СТАТЕЙ ОБ ИСКУССТВЕ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. Статья посвящена особенностям функционирования англоязычных фразеологических единиц в заголовках статей об искусстве. Основное внимание уделяется исследованию фразеологических единиц в заголовках. При проведении исследований было установлено, что в английском

языке фразеологические единицы широко используются в заголовках статей об искусстве для того, чтобы привлечь внимание читателей, а также для выражения основной идеи статьи. Результаты исследования помогут глубже понять для чего используются фразеологических единицы в заголовках.

Ключевые слова: фразеологизмы, особенности функционирования, заголовки, искусство.

Фразеологические обороты представляют собой неотъемлемую составляющую языка, отражающую культурные особенности народа. В английском языке фразеологические выражения часто встречаются в различных видах текстов, начиная с заголовков и заканчивая новостными статьями.

В наше время заголовки стали одним из основных способов привлечения внимания читателей к статьям и другим текстам. Они играют важную роль в коммуникации и являются неотъемлемой частью языка средств массовой информации. Англоязычные заголовки представляют собой значимый источник информации в современном английском языке.

Изучение английской фразеологии было заложено такими известными учеными, как Ш. Балли, К. Барридж, Р. Холдер, Дж. Диксон, А. В. Кунин, Н. Н. Амосова, А. И. Смирницкий, В. Н. Телия, И. Р. Гальперин, В. В. Виноградов и другими.

Впервые термин “phraseologie” (от греч. Phrasis – выражение, logos – слово, учение) был введен Шарлем Балли. По его мнению, фразеология является разделом стилистики, изучающий связанные сочетания [2].

Словарная статья С. И. Ожегова трактует фразеологизм как устойчивое выражение с самостоятельным значением, близким к идиоматическому» [6].

Н. Ф. Алефиренко выделяет следующие признаки фразеологизмов: устойчивость, воспроизводимость, раздельнооформленность компонентного состава, экспрессивность и целостность [1].

Классификация фразеологизмов В. В. Виноградова определяется тем, как элементы словосочетания связаны друг с другом и как они могут быть заменены или изменены без нарушения его смысла. Он выделяет фразеологические сращения (идиомы), фразеологические единства и фразеологические сочетания. Фразеологические сращения – это выражения, которые объединяются вместе и теряют свою самостоятельность как отдельные слова, семантическая самостоятельность слов утрачена. Фразеологические единства – это выражения, в которых слова сохраняют свою самостоятельность, но объединены в единую конструкцию. Фразеологические сочетания это – фразеологизмы, в которых слова комбинируются в определенном порядке и имеют фиксированное значение [4].

Основные функции фразеологизмов: коммуникативная, познаватель-

ная, номинативная. Коммуникативная функция заключается в том, что фразеологизм может выступать средством общения и передачи информации между людьми. Познавательная функция основана на том, что фразеологические единицы могут содержать элементы культурной и исторической семантики: традициях, обычаях и образе жизни носителей языка. Номинативная функция: фразеологические единицы используются для обозначения конкретных явлений, предметов, действий или концепций.

Викторова А. А. и Николаева Е. В. подчеркивают, что одна из особенностей функционирования фразеологических единиц в заголовках отражается в их множественном использовании [3].

В заголовке статьи “A deep dive into John Singleton Copley’s Watson and the Shark” используется фразеологизм “deep dive”, обозначающий тщательный, детальный анализ или исследование [5]. В данной статье речь идет о глубоком и подробном анализе произведения “Watson and the Shark”. Он используется в заголовке, чтобы передать смысл статьи и сохранить одну из особенностей заголовков – краткость.

В заголовках часто можно встретить идиому “to have a moment”. Например, в статье Lucy Howie “Why the Ceramics Market Is Having a Moment”, где речь идет о том, что рынок керамики становится особенно популярным и востребованным в последнее время. Кроме того, это выражение используется в заголовке к статье Elizabeth Fazzare “Abstract Weaving Is Having a Moment-Here’s Why”, в которой описаны причины популярности абстрактного искусства.

“10 Must-See Shows during Art Basel Hong Kong” Brady Brady Ng представляет список самых важных и интересных проектов, которые стоит посетить во время ярмарки Art Basel Hong Kong, которая проводится в Гонконгском центре конференций и выставок. Фразеологизм “must-see” обозначает то, что необходимо увидеть в данном заголовке. Он привлекает внимание читателей к статье, создает акцент на важности и необходимости посещения указанных проектов.

Artsy каждый месяц публикует список художников, которые привлекли внимание, а их работы находятся под наблюдением. Например, в заголовке “5 Artists on Our Radar in February 2024”, в которой используется фразеологизм “to be on one’s radar”, обозначающий считается важным или заслуживающим внимания для кого-либо; находиться в пределах (чьей-либо) осведомленности, внимания [5]. В данном случае статья посвящена 5 художникам, которые стали объектом интереса их внимания в феврале 2024 года.

В заголовках используется идиома “steal the show”, которая означает затмить кого-то своим выступлением, красотой и т. д. Статья “Young artists steal the show” посвящена молодым художникам, которые смогли выделиться своими работами среди других. Статья “How To Steal The Show With

Paint Brushes? Ask Illustrator Charlotte Lemaire!” посвящена тому, каким образом можно вдохновиться и научиться использовать кисти и краски для того привлечения внимание к своему творчеству. Фразеологизм придаёт заголовкам динамику и интерес, заставляя читателей обратить внимание на статьи и прочитать их.

Заголовок “These Portraits Made a Bold Statement in 19th-Century America” включает в себя фразеологизм “make a bold statement”, означающий яркое, смелое заявление или публичное высказывание. С помощью заголовка акцентируется внимание на том, что портреты, о которых идет речь в статье, выделялись из общей массы. Основная особенность использования фразеологизма в данном заголовке – подчеркивание выдающихся художественных качеств работ и создание интереса к статье.

Рассмотрим следующий заголовок “In Vienna, Emerging Galleries Are Making International Waves”. В данном случае фразеологизм “make wave” означает привлечение внимания или вызывание интереса. В данном случае оно указывает на то, что галереи в Вене обратили на себя внимание за пределами страны и вызвали интерес мирового сообщества искусства. Фразеологизм подчеркивает значимость и влияние этих галерей на мировом уровне.

В заголовке “How Graffiti Left a Mark on the Art Scene” фразеологизм “leave a mark”, обозначающий оставить (неизгладимый) след, не пройти даром используется, чтобы заострить внимание на том, что граффити оказало значительное влияние на искусство в целом [5].

Фразеологизм “behind the scenes”, обозначающий за кулисами, скрытно, тайно, используется в статье “Behind the Scenes with Caroline Burdett” [5]. В данном контексте, он используется для указания на то, что статья посвящена тому, что повлияло на жизнь и творчество художника Caroline Burdett.

Фразеологизм “push the boundaries” используется в заголовке статьи “Artists who pushed the boundaries through materiality in their art”. Идиома “push the boundaries” означает преодолевать границы или ограничения, выходить на новый уровень [5]. В данном контексте, оно используется, чтобы подчеркнуть, что художники экспериментируют с различными материалами, техниками и подходами в искусстве, чтобы создать что-то новое. В контексте заголовка “10 Contemporary Artists Pushing Boundaries in The Art World” он указывает на то, что современные художники активно исследуют новые идеи, техники и способы, выходя за рамки традиционных представлений. В следующем заголовке “4 ways to push your own boundaries as an artist” идиома используется, чтобы заострить внимания художников на нетрадиционных способах в искусстве, чтобы преодолеть свои собственные ограничения. Фразеологизм “push the boundaries” помогает подчеркнуть важность и значимость эксперимента и творческого поиска в искусстве, а также побуждает читателя к размышлениям о том, как можно исследовать,

расширять и преодолевать собственные границы в творчестве.

В статье “10 Visionary Installation Artists Breaking New Ground” используется фразеологизм “break ground”, означающий начинать новое дело, прокладывать новые пути, быть новатором, делать первые шаги [5]. В данном контексте он подчёркивает, что эти десять художников-инсталляторов открывают для себя новые горизонты, выходят за уже известные рамки и стандарты в своем искусстве. Этот фразеологизм усиливает идею того, что эти художники не просто следуют за течением, а сами создают новые тренды и направления в мире искусства. Роль данного фразеологизма заключается в том, что он подчеркивает значимость творческой уникальности, художники не боятся идти вперед и делать что-то новое и удивительное. Они буквально “ломают землю” своими произведениями, создавая совершенно новые реалии и перспективы в искусстве.

“Which Up-and-Coming Artists Should We Watch in 2024?”. Фразеологизм “up-and-coming”, означающий что-то перспективное, подающее надежды, используется здесь для обозначения молодых и перспективных художников, которые только начинают свой путь и набирают популярность и признание в мире искусства. Роль фразеологизма здесь заключается в указании на новых и перспективных художников. Фразеологизм помогает подчеркнуть интерес к творчеству и потенциалу этих молодых творцов. Заголовок статьи “12 Up-and-Coming Contemporary Artists You Should Know” подчёркивает то, что в статье представлены 12 молодых и перспективных современных художников. Фразеологизм позволяет привлечь внимание читателей к новым талантам искусства и дает понять, что статья будет ориентирована на актуальные и современные тенденции в мире искусства.

Идиома “A picture worth a thousand words” используется в заголовке “A Picture is Worth a Thousand Words Interpretation for Aspiring Artists”. В контексте статьи для начинающих художников, заголовок подчеркивает важность визуального искусства и способность картинки передавать информацию и чувства.

Следующий заголовок – “Painter Dave was held in high regard”. Идиома “hold someone in high regard” означает относиться к кому-либо с большим уважением или авторитетом [5]. В данном контексте фразеологизм помогает передать идею об известности и уважении, которыми пользуется художник Дейв.

“A New Art Form Hits the Big Time” фразеологизм “hits the big time” означает, что добиться успеха, стать очень успешным, достичь признания и известности [5]. В данном контексте, он означает, что новый вид искусства стал успешным и завоевал популярность.

Таким образом, фразеологические единицы часто встречаются в англоязычных заголовках статей об искусстве. Они помогают сохранить особенности заголовка (его краткость), при этом передав основной посыл ста-

ты. Фразеологические единицы придают заголовкам динамичность и яркость, привлечь внимание читателей. Использование фразеологических единиц в заголовках статей об искусстве помогает создать запоминающийся и оригинальный заголовок.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алиференко Н. Ф. Теория языка. Вводный курс // Учебное пособие для студентов филологических специальностей вузов. – М. : Изд-во «Академия», 2004. – 368 с.
2. Балли Ш. Французская стилистика / ред. Е. Г. Эткинда: перевод с фр. К. А. Долинина. – М. : Изд-во «иностр. лит.», 1961. – 394 с.
3. Викторова А. А., Николаева Е. В. Особенности функционирования фразеологических единиц в англоязычных заголовках // Вестник науки. – 2023. – № 6. – С. 803–810.
4. Виноградов В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М. : Изд-во «Наука», 1977. – 192 с.
5. Кунин А. В. Большой англо-русский фразеологический словарь. – М., 1984. – 942 с.
6. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: около 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений; под ред. Л. И. Скворцова. – 26-е изд., исп. и доп. – М. : Оникс [и др.], 2009. – 1359 с.

УДК 81'373

Касумова Ф. Э.

ИДИОМАТИЧЕСКАЯ ФРАЗЕОЛОГИЯ В АНГЛИЙСКОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ И ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

*Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова,
г. Москва, Российская Федерация*

Аннотация. Статья посвящена изучению фразеологических единиц разноструктурных языков. Материалом исследования послужили произведения английской художественной литературы и речи политических деятелей. В изучении фактического материала использовался сравнительный анализ иноязычных фразеологизмов, позволяющий повысить эффективность декодирования значения иноязычных фразеологизмов. Сопоставительный анализ способствует установлению национально-культурного своеобразия и самобытности фразеологических единиц.

Ключевые слова: фразеология; идиома; художественная литература; политический дискурс; образность.

Английский язык имеет долгую историю, за время которой сформировался значительный набор выражений, признанных людьми как точные, красочные и эффективные. Это привело к развитию фразеологии, которая

представляет собой группу устойчивых выражений с определенным смыслом.

Изучение английского языка широко распространено в нашей стране. Понимание английской фразеологии является неотъемлемой частью хорошего владения языком. Знание фразеологии значительно облегчает понимание текстов различных жанров, от публицистики до художественной литературы. Грамотное использование фразеологизмов способствует более выразительной речи.

«Фразеологизмы, или устойчивые выражения с полностью или частично переосмысленным лексическим значением, существуют в любом языке» [1, с. 573]. Идиомы, или словосочетания, имеющие переносное значение, отличное от буквального добавляют красок и глубины общению, делая его более ярким и выразительным. Идиомы часто отражают культурные нюансы и могут быть трудными для понимания для иностранцев. Изучение идиом имеет важное значение для достижения свободного владения языком. Идиомы могут сильно различаться в разных языках, подчеркивая уникальность каждой языковой традиции. Освоение идиоматических выражений может помочь людям более эффективно и естественно общаться в повседневной жизни. Идиомы используются как в формальном, так и в неформальном контексте, обогащая язык образностью. Понимание контекста, в котором используются идиомы, имеет решающее значение для точной интерпретации их предполагаемого значения. Идиомы могут лаконично передавать сложные идеи и эмоции, что делает их ценным инструментом для эффективного общения. Использование идиом позволяет людям глубже погрузиться в язык и его культурное наследие.

Культурные нюансы играют значительную роль в использовании и понимании идиоматических выражений. Идиомы часто отражают ценности, верования и традиции определенной культуры. В разных странах могут быть уникальные идиоматические выражения, которые сложно перевести. Понимание культурного контекста имеет решающее значение для точной интерпретации идиом. Идиомы могут дать представление о мышлении и мировоззрении конкретной национальности. Такие различия могут привести к недоразумениям при дословном переводе. Идиомы являются богатым источником наследия целого народа и языкового разнообразия. Их изучение может улучшить навыки межкультурного общения. Использование идиоматических выражений может способствовать более глубокому пониманию различных культурных точек зрения.

Фразеологические единицы важны в общении, поскольку они придают языку окраску, выразительность и культурный контекст. Изучающим язык может быть сложно освоить их, поскольку их значения часто не буквальны. Понимание фразеологизмов необходимо для достижения беглости и естественности языка. Фразеологизмы являются неотъемлемой частью любого языка, они добавляют красочность и разбавляют речь интересными

и короткими фразами. Понимание данных фраз на иностранных языках, а также умение их использовать показывает уровень знания и владения языком. Способность употреблять фразеологизмы в беглой речи способствуют её красочности. Сначала стоит обратиться к словарю и понять, что такое фразеологизм. Фразеологизмы – это устойчивые выражения с самостоятельным значением, близким к идиоматическому [5]. Они играют решающую роль в языке, поскольку помогают передавать определенные значения и нюансы, которые нелегко перевести слово в слово.

Фразеологические единицы можно разделить на следующие типы, такие как идиомы, которые имеют переносное значение, отличное от буквального значения отдельных слов. Например:

“Bite the bullet” означает преодолеть что-то, потому что это неизбежно,

“Break a leg” – удачи,

“Get out of hand” – выйти из-под контроля, потерять управление.

Еще один вид фразеологических единиц, пословицы, которые являются своего рода короткими традиционными высказываниями, в которых содержится совет или мудрость. Например:

“A leopard cannot change its spots” – горбатого могила исправит;

“A honey tongue, a heart of gall” – глядит овцой, а пахнет волком;

“Better be born lucky than rich” – не родись красивой, а родись счастливой.

Также это могут быть коллокации, то есть комбинации слов, которые обычно используются вместе. Например, «крепкий кофе» – это словосочетание, потому что «крепкий» и «кофе» часто сочетаются. Важно так же отметить фразовые глаголы, то есть те глаголы, за которыми следует одна или несколько частиц (обычно предлогов или наречий), которые вместе имеют значение, отличное от значения отдельных слов. Например, «сдаться» означает прекратить что-то делать. В английском тоже есть свои коллокации, которые действуют по тому же принципу. Например:

“To go abroad” – поехать за границу;

“Utterly refuse” – решительно отказывать;

“To launch a new product” – запустить новый продукт;

“Deep sleep” – глубокий сон.

Не стоит забывать про клише. Это довольно часто используемые выражения или идеи, которые потеряли свою оригинальность и влияние из-за чрезмерного использования. Например, «время покажет». В английском языке клише используется чаще всего в вводных словах и выражениях, таких как “first things first”, “to sum up” и так далее. Но есть и другие устоявшиеся в речи фразы, которые часто используются:

“Let’s face it” – давайте примем это/столкнемся с этим;

“At the end of the day” – в конце концов/подводя итоги;

В речи фразеологизмы не создаются каждый раз заново. Они воспроизводятся в памяти и используются в речи людьми в готовом виде. В отличие от идиом, свободные словосочетания каждый раз создаются заново в процессе общения. Устойчивые выражения имеют постоянный состав – во фразеологизме не допускается замена входящих в его состав слов синонимами. Значения свободных словосочетаний носят анализируемый характер. Именно поэтому в предложении каждое из слов, составляющих эти сочетания, выполняет самостоятельную синтаксическую функцию [3].

Независимо от сферы деятельности, в любом тексте могут появляться фразеологические единицы. В художественной литературе они помогают лучше раскрыть мысли автора. Так, например, в одном из самых известных произведений Уильяма Шекспира «Гамлет» он использует фразу, которая стала обиденной, но при этом до сих пор вызывает множество вопросов – “To be or not to be?”. Также Джеффри Чосер в своем произведении «Кентерберийские рассказы» использует выражение “murder will out”, что на русский язык было переведено как «все тайное становится явным». У Джона Свифта, автора всем известного «Путешествия Гулливера», также можно найти примеры фразеологических единиц. Так, в его собрании “Polite conversation” можно увидеть следующие выражения: “a sight for sore eyes” – что означает «приятное зрелище, сердцу отрада»; “to rain cats and dogs” – лить как из ведра. Чарльз Диккенс, выдающийся английский писатель, автор многих известных произведений, использовал в одном из своих самых известных романов «Дэвид Коперфилд» такую фразу: “King Charles’s head”, что можно перевести как «навязчивая идея, которая засела в голову». Так же в этом же произведении можно увидеть фразу “never say die” и на русском она означает «не отчаивайтесь».

Выше были приведены примеры использования фразеологических единиц в художественной литературе. Может показаться, что данный вид выражения языка характерен только для конкретной сферы, где необходимо выражать текст максимально красочно и во всех подробностях, то есть – в литературе. Однако это не так. Сфера, вызывающая бурные дискуссии, политика, так же не обделена данными средствами выражения. Слушая речь политика можно заметить множество необычных фраз, которые предельно ясны носителю языка, но вызывают трудности для переводчиков. Одним из ярких представителей политиков, использовавших различные афоризмы и фразеологизмы был Виктор Черномырдин. Его таланту так умело подбирать фразы для своих выступлений, завидовали журналисты и сатирики. Его фраза «хотели как лучше, а получилось как всегда» навсегда осталась в языке и используется по сей день. На английский язык ее перевели как “we wanted the best, but it turned out as always. Еще одна запоминающаяся фраза политика «здесь вам не тут». Согласитесь, даже услышав первый раз эту фразу на русском, не сразу можно понять, о чем конкретно идет речь. Дан-

ная крылатая фраза означает «помнить свое, вести себя пристойно». На английском языке ее перевели как “this is not the place for you”. Его фраза «никогда такого не было и вот опять», заставила потрудиться иностранных переводчиков. Сейчас фразу можно перевести как “It has never been like this and now it is exactly the same again.”

В заключение отметим, что фразеологические выражения играют важную роль в языке, добавляя цвет и глубину общению. Понимание и использование этих фраз может значительно улучшить языковые навыки и культурную осведомленность. Фразеологизмы отражают богатую историю и традиции языка, что делает их неотъемлемой частью овладения любым языком. Их изучение позволит придать речи беглость и естественность. Кроме того, идиомы часто передают сложные идеи или эмоции лаконично и эффективно. Использование идиоматических выражений способствует эффективному общению. Данные фразы не только интересны с лингвистической точки зрения, но и дают представление о ценностях и убеждениях конкретной культуры. В целом идиомы являются неотъемлемым аспектом, который не следует упускать из виду при изучении языка и повседневном общении.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аракин В. Д.* Сравнительная типология английского и русского языков: Учеб. пособие. – 3-е изд. – М. : ФИЗМАТЛИТ, 2005. – 232 с.
2. *Баско Н. В.* Фразеологизмы в русской речи : словарь-справочник. – Москва : Флинта : Наука, 2002. – 272 с.
3. *Николаева М. Н., Балабас Н. Н.* Феномен «яблочных» фразеологизмов в английском, французском и русском языках // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – № 12-3 (90). – С. 573–579.
4. *Омарова С. И, Дибирова А. С.* О некоторых проблемах сопоставительного исследования фразеологии разноструктурных языков // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – №2-2.
5. *Сергеева Н. Н.* Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики. – Екатеринбург, 2017. – 160 с.

УДК 811.111'37:316.346.32-053.6

Кириллова Н. С., Кормилина Н. В.

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ПОКОЛЕНИЯ “Z” В СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И. Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. Работа посвящена исследованию лексических особенностей, характерных для представителей поколения “Z”, и выполнена на мате-

риале англоязычного медиадискурса. В связи с этим в статье рассматривается понятие «медиадискурс», выделяются и описываются характерные особенности устной и письменной речи англоязычной молодежи. Особое внимание уделяется неологизмам, аббревиатурам, сленговым выражениям следующих тематических групп: сленгу онлайн-игр и видеоигр, словам для выражения чувств, эмоций или поведения, наименованиям людей/ групп людей.

Ключевые слова: поколение “Z”, образ поколения “Z”, медиадискурс, лингвистические средства, лексические средства, сленг.

В последние десятилетия средства массовой информации стали для общества основным каналом получения информации, самым мощным источником знаний о мире. Как утверждает Т. Г. Добросклонская, «медийный дискурс – это функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всём богатстве и сложности их взаимодействия» [1]. Известно, что средства массовой информации служат не только собственно средством информирования населения, но и эффективным средством воздействия на общественное мнение.

Активными участниками современного медиадискурса, создающими новостные каналы и подкасты являются молодые люди поколения Z, люди, родившиеся в период с 1995 по 2010-е годы. Выросшие в окружении передовых цифровых устройств, смартфонов и планшетов, VR-технологий и 3D-реальности, имевшие доступ к интернету и социальным сетям с раннего возраста молодые люди получают среди исследователей всевозможные характеристики, их называют цифровыми аборигенами, зумерами, центениалами, хоумлендерами, плюралистами, айдженерами и др. [2].

Целью исследования данной статьи является лексическая сторона речи молодых людей поколения Z, отличительной особенностью которых является использование слов, связанных с социальными сетями и компьютерными технологиями. Неологизмы, аббревиатуры, сленговые выражения, используемые ими, можно разделить на несколько тематических групп: сленг онлайн-игр и видеоигр или же «геймерский» сленг; слова для выражения чувств, эмоций или поведения; наименования людей/ групп людей. Материалом исследования послужили статьи из газет The Times, The Guardian, The New York Times, каналы журналистов и блогеров на YouTube, словарь Dictionary.com., новостной сайт Vox и Reddit – сайт, сочетающий черты социальной сети и форума, Cambridge Dictionary.

Молодые люди поколения Z много времени проводят за онлайн-играми, вследствие чего возникает большое количество новых слов, так называемого «геймерского» сленга. Исследование показало, что их речь изобилует аббревиатурами. Это связано с тем, что общение игроков происходит

онлайн в чате и для того, чтобы сэкономить время, они используют сокращения и аббревиатуры. Например, для обозначения антагониста главного игрока используется аббревиатура: *NPC (non-player character)* – неигровой персонаж. Аббревиатура, произошедшая изначально из культуры видеоигр, сейчас метафорически используется для описания человека, которому не хватает независимого мышления или который слепо следует тенденциям. Этот человек обычно является второстепенным персонажем в чьей-либо жизни, не имеющим существенного значения. Есть еще одно значение данного сокращения – люди, которые сознательно подчиняются групповому мышлению и следуют социальным тенденциям, чтобы выглядеть убедительно. В газете *The Guardian* в статье “*No, I didn’t imagine it – the ‘NPC’ craze really offers money for robotic gibberish*” [14] описывается подобный случай поведения, присущий *NPC*. Сейчас эта концепция обрела новую жизнь в новомодном тренде под названием *NPC-стриминг*, при котором создатели формата произносят странные фразы и действуют роботизировано во время стрима. В следующем примере речь идет о молодой девушке с никнеймом *Пинкидолл*, которая проводила такие видеотрансляции или «стримы». В интервью газете *The New York Times* она говорит о том, что многие пользователи на видеотрансляции называли ее *NPC*: “*Oh my God, you look like an NPC...*” [12]. Еще один из наиболее популярных примеров «геймерского» сленга – аббревиатура *GG (good game)* – хорошая игра, используемая для признания навыков игрока в завершении многопользовательских видеоигр, но иногда с сарказмом над проигравшим игроком. Существуют также варианты данной аббревиатуры, активно используемые игроками: *GGWP (good game, well played)* – хорошая игра, *GG EZ (good game, easy)* – хорошая игра, легкая, *GL HF (good luck, have fun)* – удачи, веселитесь, *GG NO RE (good game, no rematch)* – хорошая игра, без реванша. Каждая из данных аббревиатур имеет свои особенности, некоторые из них употребляются в начале игры (*GL HF*), а некоторые аббревиатуры используются проигравшими в односторонней игре (*GG NO RE*). Приведем пример использования данных аббревиатур с англоязычного сайта, где демонстрируются мировые турниры по онлайн-игре *CS:GO*. На данном сайте можно найти под комментариями все вышеперечисленные аббревиатуры. Например, комментатор под номер пять оставляет комментарий под матчем: “*VP vs brazil gg*” [10]. Фраза, используемая в контексте видеоигр, сокращение *VP*, обычно обозначает команду игроков “*Virtus.pro*”, а “*brazil gg*” означает, что первая команда победила другую, в данном случае бразильскую. Аббревиатура используется в обсуждениях результатов профессиональных игр или в онлайн-общении среди игроков. Приведем пример использования других аббревиатур: *CU / CYA (see you/ see ya)* – увидимся или до свидания. *MP (magic points or mana points)* – очки магии или очки маны – они измеряют вашу способность использовать особые магические способности. *XP ((e)xperience points)* – по мере прохождения уровней, приобретения новых

навыков и способностей вы накапливаете опыт и т. д.

Популярный неологизм, который возник в игровом мире и присутствует в каждой онлайн-игре – слово *skin* или дословно кожа – обозначает одежду или внешний вид персонажа. В настоящее время *skin* покупают за реальные деньги и надевают во время игры, чтобы выглядеть круто. На канале YouTube зумеры часто выкладывают видеоролики, где обсуждают одежду их персонажей в игре, например, популярный пользователь с никнеймом TDM_Heuzeus на YouTube выложил видео, где обсуждал все наряды одной онлайн-игры: *“The Entire History of Counter Strike Skins / TDM_Heuzeus”* [20]. Еще одно популярное слово, которое используется игроками – *farming* – подразумевает ситуацию, когда игрок выполняет повторяющиеся задачи, чтобы получить такие преимущества, как оружие, добычу или опыт. На сайте Reddit, сочетающем черты социальной сети и форума, пользователи молодого поколения бурно обсуждают игры и процесс «фарминга» или же собирания:

“Are there games that make “farming” fun?”

“The Monster Hunter series does this well. You spend early missions farming materials to help acquaint you with basic controls and mechanics and learn the maps before it starts throwing bigger and bigger monsters at you to fight.” [17].

Как и во всех хобби и делах, бывают профессионалы и новички. В игровом пространстве существует слово для обозначения таких неопытных пользователей – *noob*. Слово часто употребляется в негативном ключе по отношению к другому игроку, чтобы подчеркнуть отсутствие опыта в игре: *“It's probably the roblox lagging or some kind of bug. I think this happens cus the main avatar was a noob and they did something so you can edit it the noob is like a skeleton. The maybe the lag or smth so you can see it”* [18].

Все слова и аббревиатуры в данной группе встречаются чаще всего в онлайн-играх и реже в комментариях под обсуждениями новостей о какой-либо игре.

Следующая тематическая группа – выражение чувств, эмоций и поведения. Молодые люди поколения Z ценят творчество и самовыражение. Они используют специальные платформы, чтобы творчески выразить себя и связаться с другими людьми, которые разделяют их интересы. Например, слово *salty* используется по отношению к тому, кто выглядит обиженным, ведет себя раздраженно или же описывает человека, который обиделся на какую-то мелочь: *“Why you shouldn't get salty if your child ‘speaks YouTube’”* [7]. Аббревиатура *TFW (that feeling when, that feel when, that face when)* – то чувство, когда используется зумерами в социальных сетях, чтобы представить забавную картинку, показывающую чьи-то чувства или выражение лица в конкретной ситуации: *“Incel' culture has sparked panic and pity – but little thoughtful conversation”* [5]. В статье, в которой обсуждается фильм

“*TFW No GF*”, пишут, что название фильма буквально назван в честь данного сленга или «мема» – “*that feel when no girlfriend*”.

Еще одно сленговое словосочетание для выражения эмоций по отношению к другому человеку – *take several seats* означает указание успокоиться или изменить свое отношение и воздерживаться от разговоров о проблеме, в которой у них ограниченные знания или опыт, так как это выглядит глупо. Зумеры также используют данное выражение, если кто-то действительно действует им на нервы: “*take several seats, Jenelle*” [16], пишет один из пользователей Reddit девушке Дженель, которая протестует против Службы Защиты Детей. Многие молодые пользователи согласны и оставляют комментарий, что это выглядит глупо. *Sheesh* используется для передачи удивления, изумления, раздражения или разочарования и может являться синонимом к словам: *damn* – черт возьми, *oh my god* – о боже. Данное восклицание очень распространено среди певцов-рэперов. Young Thug использовал слово *sheesh* как выражение восхищения в своих треках, например, в песне Check: “*Yeah, I done got me a check, I got a check (sheesh, sheesh)*” [8].

Еще один случай лексических особенностей был освещен в подкасте журналистки Кэндис Оуэнс, которая с молодой девушкой обсуждает выражение *sending me*, часто используемое представителями молодого поколения для выражения волнения, радости или веселья. В зависимости от ситуации может использоваться и для выражения раздражения или разочарования в переписке или в реальной жизни. В подкасте состоялся следующий диалог:

C. O: “*Sending me*”

Z: “*Like it’s funny*”

C. O: “*How do you know this... Like where are you learning this... Because you’re on Tik Tok?*”

Z: “*Yeah, it’s kind of common sense*”

C. O: “*But no, it’s not*”

Z: “*You’re just old*”

C. O: “*Maybe I’m old, maybe I’m a little cheugy but when I see “sending me”, I think that it means that you are sending someone somewhere*” [15].

Журналистка Кэндис Оуэнс не совсем понимает, что означает *sending me*, так как понимает ее буквально – отправлять что-то кому-то. Девушка отвечает, что журналистка не в курсе актуального значения выражения в силу возраста, и что в данный момент популярное среди молодежи выражение означает «весело, забавно». Данное выражение распространилась в социальной сети Tik Tok и стало со временем популярнее фразы *I’m dead*, которая имеет схожее значение. Молодые люди поколения Z, обсуждая различные новости или забавные моменты из жизни используют данное выражение: “*the height difference here is sending me*” [19].

Очень часто в чатах встречается слово *ghost (ghosting)*, ставшее популярным в связи с распространением онлайн-знакомств, которые упростили поиск друзей. *Ghost* означает исчезнуть и резко перестать кому-то писать сообщения, обычно тому, с кем ранее дружили или встречались. В газете The Times автор статьи, молодая девушка, так описывает поведение ее парня, который резко исчез из ее жизни и игнорировал ее в чате: “*A boyfriend left then ‘ghosted’ me, says Charlotte Gill*” [4]. К данной группе можно отнести и выражение *left on read*, которое означает, что кто-то прочитал отправленное ему сообщение, но не ответил на него. В эпоху цифровых технологий зумеры привыкли получать быстрые ответы, и их отсутствие может вызвать у них беспокойство. На сайте Dictionary.com приведен пример из англоязычного сайта общения, которым пользуется молодое поколение. Данное сообщение в шуточной форме оставил пользователь под именем Гриффин Винн в январе 2019 года: “*Sending a text and waiting in panic for a response is about as comfortable as sitting in a chair with three legs or using a wet towel to dry off after a shower ... Here are some signs of healthy texting between partners that are not to be left on read.*” [6].

В указанном выше диалоге журналист употребляет по отношению к себе еще одно слово молодых людей *cheugy*. Слово *cheugy* было придумано зумерами для обозначения миллениалов. Однажды в англоязычной сети появился пост: “*OK TikTok, I have a new word for you that my friends and I use that you clearly are all in need of*” [13], имея в виду слово *cheugy*. Подписчики задаются вопросом: “*The type of people who get married at 20 years old*” or have millennial “*girlboss energy*” and who wonders: *What do we call this kind of person?*” [13]. Ответ блогера – *cheugy*. Данное слово приводится также в газете The New York Times в статье “*What Is ‘Cheugy’? You Know It When You See It*”, где объясняется появление данного слова, его значение и по отношению к кому он используется. Девушка, придумавшая это слово, 23-летняя Габи Рассон, призналась, что использовала его в 2013 году для описания людей, которые «немного не в тренде». *Cheugyness* или *cheuginess* – варианты этого слова.

Пример употребления слова *Zaddy*, красивый, модный, пожилой мужчина, можно встретить в статье “*The Unstoppable Rise of the Zaddy*” [9], в которой говорится о том, что в последнее время подиумом правят мужчины более пожилого возраста. Отличительной особенностью зумеров по отношению к словам, обозначающим людей или группы людей, является тот факт, что они предпочитают их сокращения, а не полные формы, как *sis* вместо *sister* или *fam* от слова *family* для выражения нежных чувств. Истоки слова *fam* можно проследить до афроамериканского разговорного английского языка (AAVE), где оно возникло как термин, выражающий нежность и дух товарищества в афроамериканских сообществах. По мере того, как платформы социальных сетей набирали популярность и становились более разнообразными, использование слова *fam* постепенно распространилось за

пределы сообществ, говорящих на AAVE. В социальных сетях слово *fam* часто используется в хэштегах, подписях, комментариях и прямых сообщениях для обозначения близких друзей, подписчиков или сторонников. Данное слово внесено в Cambridge Dictionary и объясняется: “*a very close friend, or a group of very close friends*” [3].

Для обозначения человека, который делает очень много для того, в которого влюблен, но не получает взаимности, употребляется слово *simp* – простак, которого держат в запасных. На сайте CNN приводится пример разговора подростка и матери: “*But when she picked him up from school and he told her he was being called a “simp” ... “He’s telling me this and I’m driving and I’m trying to make sense of it,” she said. “I’d never heard the word”*, из которого выясняется, что так в школе мальчика обзывают за ухаживания за одноклассницей, а родитель не понимает значение данного слова [21].

Словом *e-girl/e-boy*, дословно «электронная девочка/ мальчик», иногда вместе известные как *e-kids*, обозначают молодых девушек и парней, часто стереотипно воспринимающихся как поклонники аниме и игр в стиле эмо. *E-girl* – это симпатичная альтернативная девушка со специфическим макияжем – румянами на кончике носа, толстой подводкой для глаз и маленькими сердечками под глазами. На новостном сайте VOX обсуждается популярность данных персонажей: “*E-boys are the new teen heartthrobs – and they’re poised to make serious money*” [11].

Таким образом, новый тип медиапользователя характеризуется специфическими лексическими особенностями: наличием большого количества геймерского сленга, что свидетельствует о досуге людей поколения Z, сокращений и аббревиатур. Аббревиатуры способствуют лаконичности и информативности сообщения, экономят время геймеров и способствуют скорости принятия решений. Можно сделать вывод, что молодые люди поколения Z склонны быстро думать и реагировать. Лексика для выражения чувств и эмоций свидетельствует о повышенной эмоциональности людей этого поколения и открытости. Английский язык в эпоху цифровых технологий подвержен серьезным изменениям, что делает его языковой приметой поколения зумеров. Со стремительным развитием мессенджеров и в связи с возможностью быть всегда на связи, молодые люди отдают предпочтение онлайн общению, где они выражают себя более открыто, активно обсуждают и комментируют новостные или жизненные темы на форумах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. – 2006. – № 2. Серия 10: Журналистика. – С. 20–33.
2. Коатс Дж. Поколения и стили обучения : пер. с англ. Л. Е. Колбачева. – М. : Межгосударственная ассоциация последипломного образования, 2011. – 121 с.
3. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. – URL : <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fam> (дата обращения: 29.03.2024).

4. *Charlotte, G.* He tried to scuttle out of my flat on Sunday morning // The Times [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.thetimes.co.uk/article/he-tried-to-scuttle-out-of-my-flat-on-sunday-morning-cb8jrpqw2g> (дата обращения: 21.03.2024).

5. *Crispin, J.* ‘Incel’ culture has sparked panic and pity – but little thoughtful conversation // The Guardian [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/may/01/incel-culture-film-tfw-no-gf-jessa-crispin> (дата обращения: 27.03.2024).

6. *Dictionary.com* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.dictionary.com/e/slang/left-on-read/> (дата обращения: 27.03.2024)

7. *Doward, J.* Why you shouldn’t get salty if your child ‘speaks YouTube’ // The Guardian [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.theguardian.com/technology/2020/sep/13/why-you-shouldnt-get-salty-if-your-child-speaks-youtube-influencers-us-slang> (дата обращения: 27.03.2024).

8. *Genius* [Электронный ресурс]. – URL : <https://genius.com/Young-thug-check-lyrics> (дата обращения: 29.03.2024).

9. *Haramis, N.* The Unstoppable Rise of the Zaddy // The New Yourk Times [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.nytimes.com/2019/09/04/t-magazine/zaddy.html> (дата обращения: 21.03.2024).

10. *HLTV* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.hltv.org/matches/2370639/virtuspro-vs-rain-pgl-cs2-major-copenhagen-2024> (дата обращения: 21.03.2024).

11. *Jennings, R.* E-boys are the new teen heartthrobs – and they’re poised to make serious money [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.vox.com/the-goods/2020/1/13/21064204/chase-hudson-hype-house-lil-huddy-eboy-style> (дата обращения: 27.03.2024).

12. *Kircher, M. M.* How PinkyDoll Mesmerized the Internet With ‘Ice Cream So Good’ // The New Yourk Times [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.nytimes.com/2023/07/17/style/pinkydoll-social-media-livestream.html> (дата обращения: 27.03.2024).

13. *Lorenz, T.* What Is ‘Cheugy’? You Know It When You See It. // The New Yourk Times [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.nytimes.com/2021/04/29/style/cheugy.html> (дата обращения: 21.03.2024).

14. *Mahadawi, A.* No, I didn’t imagine it – the ‘NPC’ craze really offers money for robotic gibberish // The Guardian [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/jul/21/npc-tiktok-robotic-make-money> (дата обращения: 27.03.2024).

15. *Owens, C.* I Prefer “I’m Dead” Over “Sending Me” [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.youtube.com/watch?v=SQL5kUrBEQ> (дата обращения: 21.03.2024).

16. *Reddit* [Электронный ресурс]. – URL : https://www.reddit.com/r/TeenMomOGandTeenMom2/comments/10qcdc9/take_several_seats_jenelle/ (дата обращения: 29.03.2024).

17. *Reddit* [Электронный ресурс]. – URL : https://www.reddit.com/r/truегaming/comments/7pfaqw/are_there_games_that_make_farming_fun/ (дата обращения: 29.03.2024).

18. *Reddit* [Электронный ресурс]. – URL : https://www.reddit.com/r/roblox/comments/peab36/why_is_everyone_a_noob_now/ (дата обращения: 29.03.2024).

19. *Reddit* [Электронный ресурс]. – URL : https://www.reddit.com/r/dropout/comments/17b590v/the_height_difference_here_is_sending_me/ (дата обращения: 29.03.2024).

20. *TDM_Heuzeus* [Электронный ресурс]. – URL :

<https://www.youtube.com/watch?v=vA06C-n9Qlg> (дата обращения: 28.03.2024).

21. Ward, T. Simp: The slang teenagers use to insult boys [Электронный ресурс]. – URL : <https://edition.cnn.com/2021/02/19/health/what-is-simp-teen-slang-wellness/index.html> (дата обращения: 21.03.2024).

УДК 81'342.621

Кормилина Н. В., Жеглова В. Е.

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОКРАЩЕНИЙ В ТЕКСТАХ ПЕСЕН НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ: СРАВНЕНИЕ ТЕКСТОВ РЭП- И ПОП-ИСПОЛНИТЕЛЕЙ

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И. Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. В статье представлены результаты исследования типов сокращений в песнях на английском языке исполнителей двух популярных жанров музыки – рэпа и поп-музыки. Изучены типы английских сокращений, выбраны и проанализированы 10 песен разных исполнителей каждого жанра, а также представлены примеры найденных слов. В результате исследования было выявлено, что среди всех типов усеченные и неформальные сокращения чаще всего встречаются в песнях представителей рэпа и поп-музыки. Результаты представлены в процентном соотношении.

Ключевые слова: сокращение, типы сокращений, аббревиатура, усечения, песни на английском языке, поп-музыка, рэп.

Во время стремительного развития интернета, социальных сетей и стриминговых сервисов появилась тенденция к частому использованию сокращений. Такой рост количества и разнообразия обусловлен потребностью выражать свои мысли быстро, кратко и достаточно понятно для адресата [0]. Сокращения влились в разные виды текстов: от медицинских до обыденных сообщений в мессенджерах. Особенно заметно присутствие сокращений в текстах песен различных жанров, ведь музыкальная лирика так же передает информацию тем, кто ее слушает или читает.

Целью данного исследования является изучение типов сокращений и сравнение их использования в текстах песен двух популярных музыкальных жанров – рэпа и поп-музыки. В качестве материала исследования были взяты песни таких поп-исполнителей, как Billie Eilish, Ed Sheeran, Justin Bieber, Ariana Grande, Beyonce, Justin Timberlake, Taylor Swift, Doja Cat, Lady Gaga, ABBA, The Weeknd, Lisa и рэп-исполнителей – Eminem, Drake, 50 Cent, Jay-Z, Gucci Mane, Travis Scott, Panic, 2Pac, Dr. Dre, Kanye West, A\$AP Rocky, Young Thug, Kesha и Lizzo.

Сокращения – это представление слов и словосочетаний в сокращенном виде [0]. Они создаются путем усечения последних или первых слогов, совмещением первых букв от нескольких слов или же удалением гласных. Они используются для краткого представления более длинных терминов с целью удобства, эффективности или краткости при письменном или устном общении, часто встречаются в областях науки, бизнеса, законодательства, логистики и повседневной речи.

По способу образования сокращения делятся на лексические (аббревиатуры) и графические. Графические сокращения – один из видов сокращений, которые образуются путем замены букв или слогов графическими знаками – точками, косыми чертами и тире [0].

Аббревиатура – краткая форма слова или целой фразы. Лексические аббревиатуры делятся ещё на несколько типов: инициальные сокращения, усеченные и сложно-слоговые. Инициальные сокращения – это аббревиатуры, которые образуются путем соединения начальных букв или звуков слов, которые входят в сокращаемое словосочетание или фразу. Помимо буквенных и звуковых инициальных аббревиатур выделяют инициально-словные аббревиатуры [0]. Они образуются путем сокращения первого слова в словосочетании. Второе слово остается неизменным и присоединяется к первому.

Усеченные сокращения образуются путем отбрасывания частей слова. Аферетические или конечные – это сокращения при которых отбрасывается начальная часть слова, а конечная остается. Апокопические или начальные – сокращения, при которых отсекается конечная часть слова и остается только начальная [4]. Также выделяют усеченные сокращения, при которых сохраняются слоги из начальной и конечной части слова, и как бы притягиваются друг к другу, образуя новое, их называют апокопо-аферетические или же, проще говоря, стяжения [4]. В английском языке, при усечении какой-либо части или буквы слова, ставится апостроф (') или дефис.

Сложно-слоговые сокращения образуются путем усечения частей всех слов в сокращаемом словосочетании. Они могут содержать либо только начальные, либо только финальные части слов [4].

Проанализировав 70 англоязычных текстов разных поп-исполнителей и 70 англоязычных текстов рэп-исполнителей, было выявлено, что самыми часто встречающимися сокращениями являются усечения. Больше всего авторы сокращают глаголы, а именно:

- глагол “to be” (32 % поп, 29 % рэп). Например:

“I’m Superman, with the wind at his back, she’s Louis Lane, But when it’s bad, it’s awful, I feel so ashamed” [Eminem, 0];

- вспомогательные глаголы (9 % поп, 9 % рэп). Например:

“You swore you’d never hit ‘em Never do nothing to hurt ‘em” [Eminem, 0];

- глаголы с отрицательной частицей “not” (13 % поп, 8 % рэп). Например:

*“And I just **can’t** believe my first love won’t be around”* [Justin Bieber, 7]

Довольно часто можно встретить сокращение глаголов с окончанием “-ing” (31 % поп, 24 % рэп), где заднеязычный носовой звук “ŋ” произносится как “n” – переднеязычный носовой. Для поп-песен это обусловлено стилем автора и созданием мелодичности спетых строк, что касается рэпа – сохранением быстрого ритма песни.

Поп-музыка	Рэп
<i>“Sleepin’, you’re on your tippy toes Creepin’ around like no one knows.”</i> [Billie Eilish, 7]	<i>“They starin’ at me sayin’, “Wow”.”</i> [Gucci Mane, 7]

Усечением сокращаются не только глаголы. В обоих жанрах встречаются афрезы союзов (“until”, “because”), наречий (“around”, “heretofore”, “ahead”), предлогов (“about”, “upon”), местоимения “them”. Реже всего встречаются афрезы существительных. Афретическое сокращение встретилось в 12 % текстов поп-исполнителей и 18 % рэп-исполнителей.

Поп-музыка	Рэп
<i>“Oh, baby, you wanna dance ‘til the sunlight cracks”</i> [Ed Sheeran, 7].	<i>“Keep goin’ ‘til you hit the spot, whoa”</i> [50 Cent, 7].
<i>“‘Cause we were just kids when we fell in love”</i> [Ed Sheeran, 7].	<i>“Yea, ‘cause we from a place, a place you cannot stay”</i> [Travis Scott, 7].
<i>“We took the long way ‘round Burned ‘til the fun ran out, now”</i> [Ed Sheeran, 7].	<i>“Pop wasn’t ‘round, so many stories that’s another”</i> [Panic, 9].
-	<i>“One more time ‘fore I go Higher powers taking a hold on me”</i> [Drake, 7].
<i>“And you can give ‘em my best, but just know I’m not your friend or anything”</i> [Billie Eilish, 7].	<i>“I want ‘em to love me like they love 2Pac”</i> [50 Cent, 7].
<i>“And I know your favorite songs And you tell me ‘bout your dreams”</i> [Taylor Swift, 9].	<i>“Have your friends teasin’ you ‘bout how sprung I gotcha”</i> [50 Cent, 9].
<i>“Go ‘head child Go ‘head, be gone with it”</i>	<i>“Go ‘head, girl, don’t you stop Keep goin’ ‘til you hit the spot, whoa”</i> [50 Cent, 9].

[Justin Timberlake, 0].	
-	<i>“Many men, many, many, many, many men Wish death pon me” [50 Cent, 9].</i>
-	<i>“Doc in the back, sippin on gnac” [Dr. Dre, 7].</i>

Аферетические сокращения всё больше вливаются в повседневную речь англоязычных людей. Слово “*cause*” часто можно встретить в кинофильмах, сериалах и в обычной переписке с иностранцем. Авторы песен на английском языке также добавляют афerezы в свои тексты.

Апокопические сокращения не так распространены в текстах песен поп- и рэп-исполнителей (1 % и 3 %), но в некоторых случаях можно встретить апокопы предлога “*with*”, притяжательного местоимения “*your*”, местоимения “*you*” и некоторых прилагательных и существительных.

Поп-музыка	Рэп
-	<i>“Now pick your best move You could leave or live wit’ it” [Kanye West, 9].</i>
-	<i>“Crash and mash through brooklyn With my click looting, shooting, and polluting yo’ block” [2 Pac, 7].</i>
<i>“Know my love infinite, nothin’ I wouldn’t do That I won’t do, switchin’ for y’” [Ariana Grande, 7].</i>	<i>“Thug style baby, Thug style y’ know?” [2 Pac, 9].</i>
-	<i>“In the citaaay of L.A. In the citaaay of good ol’ Watts” [2 Pac, 7].</i>
<i>“Boy, I’m drinkin’, I’m singin’ on the mic ‘till my voice hoarse” [Beyonce, 7].</i>	<i>“I stay fresh as hell, take a pic, I might as well, hell” [Gucci Mane, 7].</i>

Апокопические сокращения используются намного реже в текстах песен. Это может быть обусловлено тем, что такие слова могут быть непонятны для слушателя. Тем не менее они помогают придать песне динамичное звучание.

Из 140 изученных текстов апокопа-аферетические сокращения встретились лишь в 2 песнях (0 % и 1 %)

Поп-музыка	Рэп
-	<i>“Let’s reflect.. e’rybody got a story We all ghetto be – here’s mine” [Jay Z, 7].</i>
-	<i>“If they ain’t look at me the same, I would prob’ly die with all the shame” [Jay Z, 7].</i>

Инициальными аббревиатурами в изученных текстах являются названия городов, компаний или общепринятые аббревиатуры, как например Non-Disclosure Agreement – NDA [0]. В текстах рэп-исполнителей инициальных аббревиатур больше, чем у поп-исполнителей (1 % и 4 %).

Поп-музыка	Рэп
<i>“L.A. on a Saturday night in the summer Sundown and they all come out” [Ed Sheeran, 7].</i>	<i>“I’m Texas trill, Texas trill, but in NY we spit it slow” [A\$AP Rocky, 7].</i>
<i>“Had a pretty boy over, but he couldn’t stay On his way out, made him sign an NDA” [Billie Eilish, 7].</i>	<i>“YMCMB, you n**gas more YMCA” [Drake, 7].</i>

Такое различие может быть обусловлено тем, что рэп-исполнители чаще поют о жизненном опыте, о том, где они выросли. Они чаще выражают своё отношение к другим исполнителям или музыкальным лейблам.

Вариаций инициально-словных аббревиатур встретилось мало (1 % и 4 %). В текстах обоих жанров встречается сокращение “y’all” от словосочетания “you all”,

Поп-музыка	Рэп
<i>“All y’all bit*hes is precious Wait, I meant to say jealous” [Doja Cat, 9].</i>	<i>“I did everything for y’all to ball. Tell y’all risked it all to see a smile on y’all. I risked my future goals for all y’all” [Young Thug, 7].</i>

По стилистическому признаку сокращения делят на формальные и неформальные. Формальные сокращения представляют собой аббревиатуры. Они используются в письменных и официальных текстах, например в документах, научных работах или деловых письмах. Неформальные сокращения могут представлять собой разные типы сокращений по способу образования. Они используются в повседневном общении и переписках. Оба вида являются общепринятыми, но неформальные могут быть и уникальными для каких-либо групп людей.

Самыми популярными неформальными сокращениями в песнях на английском языке являются слова “wanna”, “gonna”, “gotta”, “gimme”, “outta”, “lotta”, “I’mma”, “whatcha”, “gotcha” образованные от “want to”, “got you”, “going to”, “give me”, “out of”, “a lot of”, “I’m going to”, “what are you”, “I got you” а также “ain’t”, образованное от “am not, is not, are not” [0; 0].

Поп-музыка	Рэп
<i>“Like my soul’s on fire I wanna stay up all day and all night” [Ed Sheeran, 7].</i>	<i>“But girls, they wanna have fun Oh, girls just wanna have” [Cyndi Lauper, 9].</i>
<i>“I’m gonna dance, dance, dance</i>	<i>“Just gonna stand there and watch me</i>

<i>With my hands, hands, hands above my head</i> ” [Lady Gaga, 7].	<i>burn?</i> ” [Eminem, 9].
<i>“We gon’ let them hits fly, we gon’ let her go If it ain’t XO, then it gotta go</i> ” [The Weeknd].	<i>“Me i gotta plug a special and i got it made</i> ” [Jay-Z, 9].
<i>“Gimme, gimme, gimme a man after midnight Won’t somebody help me chase the shadows away?”</i> [ABBA, 7].	<i>“Gimme your hand Gimme this dance</i> ” [Lil Peep].
<i>“Get my pretty name outta your mouth</i> ” [Billie Eilish, 7].	<i>“Out on bail fresh outta jail, California dreamin’</i> ” [2 Pac, 9].
<i>“Got a lotta interviews, interviews, interviews”</i> [Billie Eilish, 7].	<i>“A lotta people think it’s easy, to settle down”</i> [2 Pac, 9].
<i>“I’mma let you be the captain Tonight”</i> [Rihanna, 9].	<i>“Tonight, I’mma fight Till we see the sunlight”</i> [Kesha, 7].
<i>“Baila, whatcha want, dance for you...”</i> [Lisa, 7].	<i>“Ay, boy, whatcha say, boy? You tryna play coy like a Gameboy?”</i> [Lizzo, 9].
-	<i>“Have your friends teasin’ you ‘bout how sprung I gotcha”</i> [50 Cent, 7].
<i>“Spend more time with my friends I ain’t worried ‘bout nothin’”</i> [Ariana Grande, 7].	<i>“You ain’t never heard a sound like this before”</i> [50 Cent, 7].

Подводя итоги, можно сделать вывод, что инициальные сокращения составили 1 % в текстах поп-исполнителей и 4 % в текстах рэп-исполнителей; инициально-словные сокращения составили 1 % в поп-песнях и 4 % в рэп. Аферетические сокращения встречаются в 12 % случаев в текстах поп-исполнителей и 18 % в текстах рэп-исполнителей; апокопические сокращения встречаются реже – в 1% в песнях поп-исполнителей и 3 % в песнях рэп-исполнителей. Сложно-слоговые сокращения в текстах обоих жанров не встретились. Формальные сокращения в 140 англоязычных текстах поп-исполнителей не встретились, но в текстах рэп-исполнителей найдены аббревиатуры “YMCA” (Young Men’s Christian Association) и “NDA” (Non-Disclosure Agreement) [0; 3]. Неформальные сокращения встретились в 62 из 140 англоязычных текстов поп-исполнителей и в 54 из 140 текстов рэп-исполнителей.

Проанализировав 140 песен двух популярных жанров – поп- и рэп-музыки, мы выяснили, что чаще всего в их текстах встречаются усеченные слова и неформальные общепринятые сокращения, такие как “wanna”, “gonna”, “gotta” и т.д. Это обусловлено стилем исполнителя, созданием мелодичности или тенденцией общения, когда какие-либо слово или фраза

становятся «трендовыми» в своей сокращенной форме. Рэп-исполнители также придерживаются современного стиля, но предпочитают использовать сокращения из-за поддержания быстрого темпа зачитывания строк под устойчивый синкопированный ритм.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Габоян В. М.* Особенности молодежного сленга в современном английском языке (на материале американских песен) // Наука в мегаполисе. – 2021. [Электронный ресурс]. – URL : <https://mgpu-media.ru/issues/issue-34/literary-studies/features-youth-slang.html> (дата обращения 25.03.2024).
2. *Мамичева С. Е.* Американский молодежный сленг и его особенности // Вестник МАТУ-МАСИ : сб. науч. ст. – Москва, 2018. – С. 37.
3. *Мюллер В. К.* Англо-русский словарь = English-Russian dictionary : полн. версия : более 180 000 сл., выражений и значений. – Москва : Эксмо, 2006. – 909 с.
4. *Сухина Ю. С.* Структурно-семантические типы заимствованных английских сокращений в современном китайском языке // Вестник АмГУ : сб. науч. ст. – Благовещенск, 2009. – С. 115.
5. *Чистова С. С.* Сокращения в русско-, англо- и немецкоязычном дискурсе поп-музыки // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. – 2021. – Т. 7, № 1. – С. 92–115.
6. *Файловый архив для студентов. StudFiles* : сб. ст. [Электронный ресурс]. – URL : <https://studfile.net/> (дата обращения 18.03.2024).
7. *Яндекс Музыка* [Электронный ресурс]. – URL : <https://music.yandex.ru/home>
8. *Dictionary.com / Meanings & Definitions of English Words* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.dictionary.com/> (дата обращения 25.03.2024).
9. *Genius / Song Lyrics & Knowledge* [Электронный ресурс]. – URL : <https://genius.com/> (дата обращения 25.03.2024)
10. *The Oxford Dictionary of Modern Slang.* – Oxford : Oxford University Press, 2005. – 324 с.

УДК 81'373.49

Лефлер Р. К.

ЭВФЕМИЗМЫ И ИХ РОЛЬ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ МЕДИЙНЫХ ТЕКСТОВ)

*Алтайский государственный педагогический университет,
г. Барнаул, Российская Федерация*

Аннотация. Статья посвящена изучению явления эвфемии как способа изменения лексической системы языка наименования реалий определенного времени, которое широко представлено в медийных текстах. Анализируются эвфемизмы, представленные в статьях, способы их применения и функции, которые они реализуют в конкретно заданном контексте. Представлена классификация эвфемистических замен, сформированная на основе анализа отобранных примеров, и характеризуется функциональная

специфика эвфемизмов в медийных текстах различных дискурсов.

Ключевые слова: эвфемизм, масс-медиа, медийный текст, вуалирование.

В любом языке происходят изменения. Наиболее подвижной оказывается лексическая система языка, изменения в которой нужно рассматривать в контексте социальных, политических, экономических реалий определенного отрезка времени. В центре внимания данного исследования находится явление эвфемии, широко распространенное в медийном дискурсе и демонстрирующее прямую зависимость изменений в языке от изменений в обществе.

В своем понимании явления эвфемии мы опираемся на определение Н. Н. Болдырева, согласно которому эвфемизмами являются эмоционально нейтральные слова или выражения, используемые в заданном контексте вместо синонимичных им слов или выражений, представляющих говорящему и/или слушающему неприличными, неприятными или неуместными, с целью соответствия речи говорящего имеющимся в заданном контексте нормам приличия, вежливости, морали [1, с. 5].

Исходя из определения, можно утверждать, что эвфемизмы в речи выполняют, прежде всего, маскирующую, вуалирующую функцию, заменяя слова или выражения, неприемлемые к употреблению в заданном контексте, на синонимичные им слова и выражения, употребление которых не вызывает у слушающего негативных реакций и ассоциаций, связанных с табуированным предметом речи [2, с. 51]. Само использование эвфемизмов – это способ, или стратегия, позволяющая уклониться от прямой номинации. Существенным признаком эвфемизма является его оценочность: в силу того, что эвфемизмы являются эмоционально нейтральными словами или выражениями, чаще всего они используются для устранения отрицательной оценки. Данные свойства эвфемизмов делают их идеальным средством, используемым в ходе манипуляции массовым сознанием в различных типах дискурса [3, с. 232].

Для рассмотрения основных особенностей эвфемизмов и функций их использования в медийных текстах, мы обратились к статьям открытого доступа из иностранных изданий: *The New York Times*, *The Guardian*, *The Independent*, *The Times*, *The Telegraph*, *The Washington Post*, *Daily News*, *NME*. Общий объем материала составил 192 страницы.

В ходе исследования методом сплошной выборки были отобраны 56 эвфемизмов, которые мы распределили по следующим группам: эвфемизмы сферы распределения и обслуживания; эвфемизмы, основанные на принципе табуирования; этикетные эвфемизмы.

Эвфемизмы, которые используются в сфере распределения и обслуживания, направлены на смягчение различных негативных явлений, связан-

ных с темой увольнения, сокращения и убытков. Данные эвфемизмы являются одними из наименее распространенных, что позволяет сделать вывод о том, что в медийных текстах информация из сферы распределения и обслуживания не получает широкое освещение.

Рассмотрим примеры употребления эвфемизмов.

(1) *Tata Steel bosses are to reopen negotiations over early retirement provisions for its 17,000 workers in an attempt to avoid the first national steel strike since the Thatcher years* [4].

В значении эвфемизма **early retirement** содержится положительная коннотация: ранний выход на пенсию говорит скорее о закономерном, чем о преждевременном, окончании трудовой деятельности. Закономерность данного процесса носит логичный характер, что позволяет придать ситуации, освещенной в статье нейтральный характер и переключить внимание реципиента с того факта, что данный ранний выход на пенсию был вызван увольнением значительного количества сотрудников. Использование данного эвфемизма в сочетании с профессиональным термином **provision**, который демонстрирует заботливое отношение боссов компании к сотрудникам, так как они будут вести переговоры о предоставлении необходимого обеспечения тем, кто вынужденно вышел на пенсию раньше положенного.

(2) *Hopes have been raised that the jobs of thousands of British steelworkers can be saved after a potential buyer said he could rescue Tata Steel's UK plants without mass layoffs* [5].

В продолжение данной темы рассмотрим использование эвфемизма **mass layoffs**, который в отличие от термина **reduction**, более уместного в данном контексте, имеет менее негативную коннотацию, обозначая временное увольнение. Таким образом, использование данного эвфемизма для обозначения увольнения позволяет сформировать менее негативное отношение у читателя за счет акцентирования внимания на том факте, что увольнение носит временный характер, а не окончательный. Стоит отметить, что данная эвфемистическая единица используется вместе с предлогом **without**, который носит исключаящий характер, что позволяет обратить внимание реципиента на то, что компания сделает все возможное, чтобы не допустить массовое увольнение сотрудников, которое даже если и произойдет, то будет являться лишь временной мерой, что позволит сотрудникам в будущем вернуться к своему месту работы.

Далее рассмотрим эвфемизмы, которые используются для смягчения различных типов дискриминации: возрастной, имущественной, расовой и этнической, а также дискриминации, связанной с социальным неравенством. Данные эвфемизмы являются одними из наиболее частотных и распространенных.

(3) *Student debt is hitting African Americans the hardest. These experts have a plan to fix it* [6].

(4) *The Harvard affirmative action decision is not a loss for Asian*

Americans [7].

(5) *Finland agrees to return Native American remains to tribes* [8].

При упоминании представителей чернокожего населения вместо употребления лексем *blacks* and *negroes*, которые до определенного момента были широко распространены, в медийных текстах прибегают к использованию нейтрального термина *African-American*. Данный термин является общепринятым и политически корректным, поэтому считается наиболее подходящим. Он не несет в себе негативного значения и подчеркивает связь черного населения Америки с одной стороны с африканским континентом, исторической родиной, а с другой стороны – с американским обществом. Для наименования населения Америки, которое имеет азиатское происхождение, употребляется нейтральная лексема *Asian-American*. Данный эвфемизм позволяет избежать использование слова *Oriental*, которое чаще всего используется в качестве уничижительного, имеющего оттенок презрительности и пренебрежительности. С целью сохранения нейтральной позиции, используется эвфемизм *Native-American*, который призван заменить негативно окрашенное словосочетание *Red Indian*, которое акцентирует внимание на негативном отношении первых переселенцев Америки к местному населению континента.

Наиболее часто авторы медийных текстов прибегают к использованию эвфемизмов, употребляемых вместо обидных наименований бедного населения страны. В статьях намерено смягчается данная проблема и избегается прямая номинация *poor* с помощью следующих эвфемистических замен:

(6) *He grew up in a God-fearing home. He was popular with his teachers. He even spent his spare time as a boy working with children more underprivileged than he himself was* [9].

Использование эвфемизмов в контексте данной темы позволяет переключить внимание с самой проблемы бедности населения на другие события, которые обозначаются в статьях. Авторы статей не просто акцентируют внимание на других событиях, но также создают необходимый эмоциональный фон, сдерживая негативное отношение к проблеме бедности в стране. Эвфемизм *underprivileged* подчеркивает, что бедность людей связана с отсутствием у них определенных привилегий и возможностей. Именно поэтому данный слой населения не может себя обеспечить. Таким образом, в медийных текстах акцентируется внимание на том, что существуют определенные условия бедности, которые государство или герои сюжетов не в силах контролировать.

Одной из наиболее важных тем, которая придается процессу эвфемизмами, является тема смерти:

(7) *We are very sad to say that Ginger has passed away peacefully in hospital this morning* [10].

Данная табуированная тема является одной из наиболее сложных для

освещения в медийных текстах. При констатации факта смерти британского барабанщика Джинджер Бейкер используется общепринятая эвфемистическая замена *passed away*, которая смягчает табуированную тему за счет создания нейтрального фона. Стоит отметить, что данная эвфемистическая единица используется вместе с эмоционально окрашенной лексемой *peacefully*, которая обладает положительной коннотацией. За счет сочетания нейтрального и эмоционального фона осуществляется влияние на восприятие реципиентом табуированной темы смерти. Великий барабанщик ушел в мир иной, и уход его был безболезненным и спокойным, что значительно смягчает восприятие факта смерти.

Проанализировав отдельные источники и материалы британских и американских газет можно сделать вывод о том, что средства массовой информации демонстрируют широкое распространение эвфемистических замен. Эвфемизмы используются для смягчения негативного эмоционального фона за счет закреплённой профессиональной терминологии и слов с широкой семантикой. Помимо смягчения, также имплицитно добавляются дополнительные значения, которые позволяют подробнее охарактеризовать определенную тему или эмоционально окрасить ее. Так при использовании этикетных эвфемизмов авторы статей выказывают уважение представителям этнических меньшинств. При использовании эвфемизмов сферы распределения и обслуживания авторами статей формируется идея о том, что негативные явления в этой сфере, например, увольнения и сокращения, являются временными и исправимыми. При использовании эвфемизмов табуированного характера в медийных текстах выражается сопереживание людям, оказавшимся в неприятной ситуации.

В современном обществе вежливость и политкорректность считаются необходимым условием эффективной межкультурной коммуникации. В связи с этим умение понимать значение эвфемизмов и использовать их в речи чрезвычайно важно, в особенности, для тех, кто изучает иностранный язык.

ЛИТЕРАТУРА

1. Болдырев Н. Н. Когнитивный аспект эвфемизации (на материале английского языка) // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2010. – № 2. – С. 5–11.
2. Булаховский Л. А. Русский литературный язык первой половины XIX века: фонетика, морфология, ударение, синтаксис. – М. : Учпедгиз, 1954. – 468 с.
3. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. – Волгоград : Перемена, 2000. – 367 с.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

4. *National steel strike called pensions* [Electronic resource]. – URL : <https://www.thetimes.co.uk/article/national-steel-strike-called-over-pensions-3nch6lt0vrg> (date of access: 18.01.2024).
5. *Tata Steel buyer to save jobs at Port Talbot* [Electronic resource]. – URL : <https://www.thetimes.co.uk/article/tata-steel-buyer-to-save-jobs-at-port-talbot-5pb8xm7jp>

(date of access: 23.01.2024).

6. *Student debt* is hitting African Americans the hardest. These experts have a plan to fix it [Electronic resource]. – URL: https://www.washingtonpost.com/local/education/student-debt-is-hitting-african-americans-the-hardest-these-experts-have-a-plan-to-fix-it/2019/09/20/5f786e48-d0fb-11e9-b29b-a528dc82154a_story.html (date of access: 18.01.2024).

7. *The Harvard* affirmative action decision is not a loss for Asian Americans [Electronic resource]. – URL : <https://www.washingtonpost.com/nation/2019/10/04/harvard-affirmative-action-decision-is-not-loss-asian-americans/> (date of access: 19.01.2024).

8. *Finland agrees* to return Native American remains to tribes [Electronic resource]. – URL : <https://www.washingtontimes.com/news/2019/oct/3/finland-to-return-native-american-remains-artifact/> (date of access: 25.01.2024).

9. *Greg Ousley* Is Sorry for Killing His Parents. Is That Enough? [Electronic resource]. – URL : <https://www.nytimes.com/2012/07/22/magazine/greg-ousley-is-sorry-for-killing-his-parents-is-that-enough.html> (date of access: 28.01.2024).

10. *Paul McCartney*, Mick Jagger, Ringo Starr, Flea and more pay their respects as Cream's Ginger Baker dies aged 80 [Electronic resource]. – URL : <https://www.nme.com/news/music/tributes-paid-creams-ginger-baker-died-2554354> (date of access: 01.02.2024).

УДК 81.37

Мордяшова В. Н.

**ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ)**

*Набережночелнинский государственный педагогический
университет, г. Набережные Челны, Российская Федерация*

Аннотация. Настоящая статья посвящена исследованию фразеологизмов речевой деятельности в современном английском языке на материале периодических изданий. Представлены результаты исследования с приведением примеров употребления данных фразеологических единиц из таких новостных источников, как Before It's News, Brisbane Times, HuffPost Canada, Irish Times, Newsmax, Newsweek, NY Daily News, NY Post, NY Times, Religion News Service, The Guardian, The Hill, The Mirror, The Star, The Telegraph, The Washington Post и USA Today. Приводится статистика изданий, в которых наиболее и наименее часто встречаются рассматриваемые фразеологизмы, а также статистика частотности употребления фразеологических единиц в исследуемом материале.

Ключевые слова: фразеологизм, глагол речи, семантика, периодическое издание, новости.

Современный человек, живя в информационном пространстве, не обходит стороной средства массовой информации, в частности, новостные источники. Читая новости, некоторые могут испытывать трудности в понимании отдельных составляющих языка. Так, уязвимым местом в работе с языком считается раздел фразеологии. Е. Е. Белова, анализируя обучение фразеологическим единицам в общеобразовательных учреждениях, отмечает поверхностный подход к преподаванию данного пласта языка [2, с. 35]. Несомненно, сложности в понимании фразеологических единиц возникают потому, что их значение практически всегда завуалировано, и они требуют от человека дополнительных знаний в этой области.

Материалом исследования являются английские глаголы речи и фразеологизмы, содержащие их, а также популярные англоязычные новостные источники. Основными методами исследования мы выбрали метод отбора материала (а именно поиска самих глаголов речи и фразеологических единиц, включающих в свой состав упомянутые глаголы), метод классификации (распределение рассматриваемых фразеологических единиц по семантических классам) и метод статистики.

Разберём понятия «фразеологическая единица» (ФЕ) и «глагол речевой деятельности». Наиболее ёмко термин ФЕ раскрывает А. В. Кунин – «это устойчивое сочетание лексем с полностью или частично переосмысленным значением» [4, с. 8]. Глаголы речи же номинируются «проявлением коммуникации» и понимаются как стилистически нейтральные глаголы, имеющие семантический (понятийный) примитив ‘говорить’, ‘сказать’, ‘разговаривать’. Важно отметить, что глаголы речевой деятельности имеют различную терминологию и могут использоваться взаимозаменяюще: глаголы речи, глаголы речевого действия, глаголы говорения. А. В. Кунин в «Курсе фразеологии современного английского языка» подчёркивает, что «в современном английском языке имеется значительное число глагольных фразеологизмов» [3, с. 16]. Среди глагольных фразеологизмов можно выделить те, в состав которых входят глаголы речи.

Фразеологизмы были отобраны из англоязычных периодических изданий и распределены по группам в соответствии с классификацией, предложенной З. И. Махмудовой [5]. Как подчёркивала Е. Ф. Арсентьева, сущность фразеологизма определяется в первую очередь его семантикой, соответственно, отбор ФЕ по семантическому признаку оправдан [1, с. 3–4]. Приводятся примеры употребления фразеологизмов на основе предложений из 17 англоязычных новостных источников. В данных источниках было выявлено 88 предложений, содержащих нижеупомянутые ФЕ (в количестве 26 шт.). Так как ФЕ имеет свойство вариативности, некоторые примеры изменения элементов во ФЕ даны через слеш.

Первый класс включает в себя сравнительные выражения “as ... as ...” и “like”, например, *swear like a sailor* (ругаться как сапожник) – “*Writer Richards was clearly a fan of The Thick Of It because every politician swore like*

a sailor” (The Telegraph); *lie like a gas-meter* (завраться, врать как сивый мерин [4, с. 200]) – “...who would be able to judge whether Cossor was fulfilling his oath or **lying** like a gas-meter” (Before It’s News).

Второй класс описывает людей:

1. Позитивные и негативные качества. *Laugh like a hyena* (гоготать, смеяться как гиена [4, с. 200]) – “Maybe he saw his mother when I make my silly faces or dance around the room or **laugh** like a hyena” (HuffPost Canada).

2. Отношение к социальным нормам. *Proclaim/shout/cry/scream from the rooftops* (объявить во всеуслышание, разгласить на всех перекрёстках [4, с. 65]) – “There are few times in my life that I have found a deal that makes me want to jump for joy and **scream** from the rooftops” (USA Today).

Третий класс описывает эмоции и настроение:

1. Позитивные и негативные чувства. *Laugh out of the other side of one’s face* (приуныть после веселья, от смеха перейти к слезам [4, с. 51]) – “But she’ll be **laughing** on the other side of her face soon” (The Mirror).

2. Физическое состояние. *Talk until one is blue in the face* (говорить до посинения, до изнеможения) – “We can **talk** until we’re blue in the face about whether this is appropriate or not, but money talks” (USA Today).

3. Страх. *Whistle in the dark* (маскировать волнение, страх) – “Chinese technocrats have said they are not concerned about the loss of factories, but they are just **whistling** in the dark” (NY Daily News).

Четвертый класс связан с проблемными ситуациями:

1. Проблемы и трудности. *Cry havoc* (разрушить, произвести беспорядок и опустошение [4, с. 76]) – “There will be the usual calls to rev up through the gears, to unleash inside-forward hell, to **cry** havoc and let slip the dogs of Gareth” (The Guardian).

2. Изменение ситуации. *Ask for bread and be given a stone* (попросить хлеба, а получить камень [4, с. 58]) – “In the Gospel of Matthew, Jesus asks, “Is there anyone among you who, if your child asks for bread, will give a stone?” (Religion News Service).

3. Облегчение ситуации. *Live to tell the tale* (пережить трагедию, являться живым свидетелем трагических событий) – “Those lean dogs, who gravitate towards moving car wheels and somehow live to **tell** the tale” (The Telegraph).

Пятый класс связан с языком и коммуникацией:

1. Коммуникация в целом. *Speak the same language* (иметь общие идеи, мнения) – “This all makes you wonder whether these two sides **speak** the same language” (The Washington Post).

2. Дискуссия и т.п. *Argue the toss* (оспаривать решение или утверждение) – “Politically, you could **argue** the toss in favour of this model” (Irish Times).

Шестой класс относится к похвале и критике:

1. Похвала. *Sing someone’s/something’s praises* (восхвалять кого-

либо/что-либо) – “She then redeployed her own campaign lines to **sing** Biden’s praises” (The Washington Post); **praise** someone/something to the skies (перевозносит кого-либо/что-либо до небес) – “American political candidates always **praise** their country to the skies” (The Star).

2. Критика. **Blame** the messenger (найти крайнего) – “When you can’t argue the merits, you **blame** the messenger” (NY Post).

Седьмой класс определяется как группа «других фразеологических единиц»:

1. Оплата, скидки и т.п. **Money talks** (деньги решают всё) – “It will be a convention in which money **talks** very loudly” (Newsmax).

2. Части тела. **Talk** some sense into someone’s head (убедить кого-либо мыслить здраво) – “Any number of wise people have tried to **talk** some sense into these stressed parents and their children” (The Washington Post); **talk** someone’s arm/head/ear off (утомлять кого-либо разговорами) – “I can **talk** your ear off, but reading and writing were always a struggle” (The Telegraph); **scream** for blood (кричать о расплаве) – “On the numbers released by Mr Morrison today, WA would be better off and the east aren’t **screaming** for blood” (Brisbane Times).

3. Рутинa. **Call** it a day (закругляться) – “After an hour of wandering, McCoy is ready to **call** it a day” (The Washington Post).

К восьмому классу относятся пословицы: **Forewarned** is forearmed (кто предупрежден – вооружён [4, с. 72]) – “Miss Manners: **Forewarned** is forearmed when it comes to party music” (The Washington Post). A hit dog will **holler** (задеть за живое) – “My grandmother used to say a hit dog will **holler** and it hollered through this room,” Gillum said during a discussion...” (The Hill).

При переводе английских фразеологизмов речевой деятельности на русский язык не всегда сохраняются глаголы, обозначающие говорение. Так, например, были выявлены те фразеологические единицы английского языка, которые содержат в себе глаголы говорения, но при переводе на русский язык данные глаголы заменяются другими: **cry** wolf (поднимать ложную тревогу [4, с. 70]) – “It is well past time to ignore conservatives who **cry** wolf about deficits” (HuffPost Canada); **little bird told me/whispered** to me (слухом земля полнится [4, с. 64]) – “You know what a little bird **told** me? This goat’s real name is Michael,” he replied” (Newsweek).

Подобные различия наблюдаются и при обратном переводе – когда в английском фразеологизме нет глагола речи, но в русском он появляется, например, *send somebody away with a flea in one’s ear* можно перевести как **сказать** пару тёплых слов – “The Judoon were sent away with a flea in their ears about having no jurisdiction in interstellar space” (The Telegraph). Фразеологизм *let the cat out of the bag* А. В. Кунин предлагает перевести как **проболтаться** [4, с. 80] – “But he hasn’t been able to let the cat out of the bag” (NY Times).

Отобрав 88 примеров употребления фразеологизмов речевой деятельности из новостных изданий, мы выяснили, что наиболее часто данные 26 ФЕ фигурируют в издании *The Telegraph* (13 %); второе место занимает пресса *The Washington Post* (10 %); третье – *The Mirror* и *USA Today* (по 9 %); четвертое – *NY Times* и *The Guardian* (по 8 %); пятое – *Brisbane Times* и *The Star* (по 7 %); на шестом месте – *Irish Times* (6 %); седьмое место занимают *Newsweek* и *The Hill* (по 5 %); восьмое место – *Newsmax*, *NY Daily News* и *NY Post* (по 3 %); девятое – *HuffPost Canada* (2 %); наименее часто изученные ФЕ встречаются в изданиях *Before It's News* и *Religion News Service* (по 1 %).

Частотность употребления ФЕ в исследуемой прессе следующая: наиболее широко используется фразеологизм “call it a day” (12 %); второе место занимают “cry wolf” и “let the cat out of the bag” (по 9 %); третье – “blame the messenger” и “money talks” (по 8 %); четвертое – “live to tell the tale” (7 %); пятое – “whistle in the dark” и “argue the toss” (по 6 %); шестое – “swear like a sailor” и “sing someone’s/something’s praises” (по 5 %); седьмое – “proclaim/shout/cry/scream from the rooftops”, “talk someone’s arm/head/ear off” и “little bird told me/whispered to me” (по 3 %); восьмое – “cry havoc”, “talk some sense into someone’s head” и “send somebody away with a flea in one’s ear” (по 2 %); реже всего употребляются “lie like a gas-meter”, “laugh like a hyena”, “laugh out of the other side of one’s face”, “talk until one is blue in the face”, “ask for bread and be given a stone”, “speak the same language”, “praise someone/something to the skies”, “scream for blood”, “Forewarned is forearmed” и “A hit dog will holler” (по 1 %).

Таким образом, фразеологические единицы наряду с глаголами речевой деятельности активно используются в языке прессы (периодических изданиях), что делает повествование более ярким, эмоционально окрашенным и эстетически цельным.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Арсентьева Е. Ф.* Сопоставительный анализ фразеологических единиц // *Е. Ф. Арсентьева.* – Казань : Издательство Казанского университета, 1989. – 128 с.
2. *Белова Е. Е., Тайкова О. Д.* Работа с фразеологизмами на уроках иностранного языка // *Психолого-педагогический журнал «Гаудеамус».* – 2022. – Т. 21. – № 1. – С. 33–38.
3. *Кунин А. В.* Курс фразеологии современного английского языка : учеб. для интов и фак. иностр. яз. – 2-е изд., перераб. – Москва : Высш. шк., Дубна : Изд. центр «Феникс», 1996. – 381 с.
4. *Кунин А. В.* Фразеология современного английского языка. – Москва : Издательство «Международные отношения», 1972. – 288 с.
5. *Makhmudova, Z. I., Khudoyorova, F. K., Botirova, G. E.* Phrasal verbs and idioms in English // *Oriental Renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. Scientific Journal Impact Factor.* – 2021. – Vol. 1. – No. 5. – Pp. 395–399.

**ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ
«ПРИРОДА» В ДРЕВНЕАНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ
(НА ПРИМЕРЕ ПОЭМЫ «SÆFARAN» («МОРЕСТРАННИК»))**

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И. Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. Данная статья посвящена исследованию лексико-семантического поля «Природа» в древнеанглийском языке. В качестве материала для исследования была использована поэма «Sæfaran» («Морестранник»), состоящая из 125 строк. Анализируется употребление древнеанглийских слов, вербализующих концепт «Природа», с точки зрения их языковой семантики и контекстуальных значений. Выделены четыре лексико-семантические группы, входящие в лексико-семантическое поле «Природа».

Ключевые слова: лексико-семантическое поле, категориально-родовая сема, древнеанглийская поэзия, лексическая единица.

Древнеанглийский язык, являющийся предшественником современного английского языка, обладает богатым лексическим наследием, которое отражает разнообразные аспекты жизни и культуры того времени. Природа является неотъемлемым компонентом жизни народа в любой период его существования и поэтому является совершенно естественным понимание и осознание ее в виде концепта, то есть как «единицы оперативного сознания», отражающей факт действительности [4].

Концепт как мыслительное образование, как сгусток обобщённых представлений, доносится до сознания членов языкового сообщества разными способами, в том числе и невербальными (например, музыка или живопись могут передать ощущение счастья или горя), но главным средством перевода единицы ментального уровня на уровень, воспринимаемый и понимаемый человеком, являются лексические языковые средства. Именно при помощи слов мы можем донести до сознания окружающих нас людей содержание нашей мысли.

В лингвистике стало традиционным описывать лексические единицы, вербализующие концепт, организуя их в виде лексико-семантического поля [2], потому что данная модель описания позволяет дать наглядное представление о специфике семантики той или иной языковой единицы. Например, продемонстрировать, насколько ярко слово выражает смысловое содержание концепта, можно, опираясь на понятия ядерной и периферийной зон его номинативного поля: чем сильнее звучание семантики концепта в значении слова, тем ближе оно находится к ядру поля. Если же слово выражает концепт лишь опосредованно, только в определенных сочетаниях с другими

лексическими единицами, тогда оно располагается в пределах периферийной зоны поля.

Количество и разнообразие языковых средств, выражающих тот или иной концепт, может быть значительным, поэтому все смысловое пространство лексико-семантического поля делится на секторы – микрополя, а лексические единицы, находящиеся внутри этих секторов, образуют лексико-семантические группы, члены которых объединяются общностью их семантики. В структуре значения лексем внутри группы есть элемент значения, который напрямую соотносится с тем обобщенным представлением, которое составляет содержание концепта [2]. Этот элемент является семой, общей для всех членов группы. Такую сему называют интегральной семой или архисемой.

Целью данного исследования является изучение лексико-семантических групп в лексико-семантическом поле «Природа» в древнеанглийском языке. В качестве материала для исследования использована поэма «*Sæfaran*» [1], состоящая из 125 строк. В ней мы выделяем четыре лексико-семантических группы, входящие в одно лексико-семантическое поле «Природа». К ним относятся группы, вербализующие субконцепты «Птицы», «Ландшафт», «Земля» и «Вода».

Как было указано выше, лексико-семантическая группа представляет собой объединение слов одной части речи, в которых присутствует не только общая грамматическая сема, но и как минимум одна общая категориально-лексическая сема [5]. Рассмотрим категориально-родовую сему (архисему) «Птица». В данную группу мы включили четыре лексические единицы: *mæw* / чайка, *earn* / орёл, *ganet* / баклан, *ylfete* / лебедь.

Древнеанглийское слово *mæw* употребляется в предложении «...*mæw singende fore medodrince...*» [1]. В современном английском языке данное предложение означает «...*the seagull sang before mead-drinking...*» [9], в русском «...*чайка пела перед медопитьем...*». Древнеанглийское слово *mæw* в современном английском языке имеет два синонимичных соответствия: *mew* и *sea-gull* [7]. Звуковая форма слова *mæw* / *mew* обусловлена процессом звукоподражания, то последовательность фонем имитирует звук, который издают чайки.

В следующем предложении «...*ful oft þæt earn bigeal...*» [1] употребляется существительное *earn*. Данное предложение переводится на современный английский язык как «...*very often that eagle cries...*» [9] и на русский как «...*очень часто этот орлан кричит...*» [1]. Древнеанглийское слово *earn*, переводимое как *eagle* / орел [7], восходит к готскому слову *era*. Развитие формы данного слова остановилось в древнеанглийский период.

Предложение “*Hwilum ylfete song dyde ic me to gomene, ganetes hleopor...*” [1], которое переводится на современный английский язык как “*Sometimes, the song of the swan I had as my entertainment, the cry of the gannet...*” [9], на русский язык как «*Иногда лебеда песня радовала меня,*

морской птицы голос...», включает в себя древнеанглийское слово *ganet*, переводимое как *gannet* / баклан, *sea-bird* / морская птица и *water-fowl* / водоплавающая птица [7]. Данное слово является существительным мужского рода, альтернативная форма которого *ganot* / морская птица, означающая *сильный* и *мужественный*. Древнеанглийское слово *ganet* в современном английском языке превратилось в существительное *gannet* / баклан [7]. Это доказывает то, что древнеанглийское слово *ganet* и современное английское существительное *gannet* являются родственными друг другу.

В этом же предложении мы видим лексему *ylfete* / *лебедь*, имеющую альтернативную форму *ilfete/ilfette*. Данная лексема восходит к протозападногерманскому слову **albut*, которое в свою очередь связано с латинским языком и происходит от латинского слова *albus* / белый. Древнеанглийское существительное *ylfete* соответствует в современном английском языке существительному *swan* / лебедь [7].

Вторую лексико-семантическую группу представляют четыре лексемы, обозначающие ландшафт: *stanclif* / скала, *bearo* / роща, *wong* / поле, *blostm* / цветок.

Первое слово *stanclif* / скала употребляется в предложении “*Stormas þær stanclifu beotan...*” [1], которое на современном английском звучит следующим образом “*Storms beat the rocky cliffs there...*” [9], а на русском «*Бури бились о скалы...*» [1]. Древнеанглийское слово *stanclif* восходит к прагерманскому слову **stainsklif* и состоит из двух корней: *stan* и *clif*. Древнеанглийское слово *stan* восходит к готскому слову *stains* и в современном английском соответствует таким субстантивным лексемам, как *stone*, *rock*, *rocky*. Второй корень представлен словом *clif* и обозначает *cliff*, *rock*, *promontory*, *steep slope*. Древнеанглийское слово *stanclif* / скала в современном английском языке соответствует следующим словам: *rock*, *rocky cliff*, *cliff*, *crag* [7].

Второе анализируемое слово в этой группе – *bearo* является частью следующего предложения “*Bearwas blostmum nimað byrig fægriað, wongas wlitigað, woruld onetted...*” [1], которое переводится на современный английский язык как “*The groves assume blossoms, they adorn the cities, the meadows grow beautiful, the world quickens...*” [9] и на русский как «*Рощи цветами покрываются, становится наряден город, поля зеленые, земля оживает...*» [1]. Исследуемая нами лексема *bearo* является родственной германскому слову **berwe* и соответствует в современном английском языке существительным *grove* / роща и *wood* / лес, роща [7].

В этом же предложении мы видим лексему *blostm* / цветок. Данная лексическая единица восходит к протогерманскому слову **blōsmaz*/**blōsmō* и имеет альтернативную форму *blōwan*. На современный английский язык древнеанглийское слово *blostm* переводится как *blossom* / цветение, *flower* / цветок, *fruit* / плод.

Следующей лексемой в рассматриваемой нами лексико-семантической группе является слово *wong* / поле. Данное существительное употребляется в том же предложении, что и лексические единицы *bearo* и *blostm*. Древнеанглийское слово *wong*, родственное прагерманскому слову *waggs*, на современный английский язык переводится как *plain* / равнина, *mead* / луг, *field* / поле, *place* / местность [7].

В третью лексико-семантическую группу входят четыре лексемы: *folde* / суша, *eard* / земля, *eorþe* / земля, свет, *eorðwela* / земля-богатство. В нее вошли слова, имеющие общий родовой концептуальный признак – земля, как мироздание, место, в котором существуют живые создания.

Существительное *folde* / суша встречается в предложении «...*on foldan fægrost limpeð hu ic earmcearig iscealdne sæ winter wunade wræccan lastum...*» [1], которое значит на современном английском языке «...*on land it turns out most favourably how I, wretched, dwelt a winter on the ice-cold sea on the paths of the exile...*» [9] и на русском «...*на суше благоприятно получается, как я, несчастный, провел зиму в ледяном море, на путях изгнанника...*». Существительное *folde* восходит к прагерманскому слову **fuldō* / **fuldō*. Однокоренное слово в древнесаксонском – *folda*, а в древнескандинавском – *fold*. В современном английском языке семантика древнеанглийского слова *folde* / суша передается следующими словами: *land* / суша, *earth* / земля, *ground* / почва [7], которые не являются этимологически родственными древнеанглийскому существительному *folde*. Таким образом, лексема *folde* / суша включает в себя три лексико-семантических варианта: земля, как территория; земля, как мир; земля, как почва или грунт. В поэме существительное *folde* используется в значении земля, как территория, местность.

Следующее слово *eard* / земля употребляется в предложении “... *ic feor heonan elpeodigra eard gesece...*” [1]. Данное предложение переводится на современный английский и русский языки следующим образом “... *I, far from here, might seek in a foreign land...*” [9]; «...*я вдали отсюда заморскую землю ищу...*». Древнеанглийское слово *eard* в среднеанглийский период имело форму *eared*. Данное слово означало: *native land* / родная земля, *native country* / родной край, *dwelling place* / место обитания, *land* / суша, земля, *state* / государство [7]. В поэме автор использует слово *eard* в сочетании со словом *elpeodigra*, которое в современном английском соответствует словам *alien* / чужеземный, *foreign* / иностранный, *strange* / незнакомый [8]. Древнеанглийское слово *eard* имеет значение земли, как страны, места, однако, в словаре даются дополнительные значения такие как *native land*, *native country* [7]. Употребляя сочетание *elpeodigra eard*, автор подчеркивает, что земли являются совершенно незнакомыми, иноплеменными, то есть противоположными тем местам откуда герой родом.

Еще одно анализируемое слово в данной группе – *eorþe* / земля, свет является частью предложения “*Forþon nis þæs modwlonc mon ofer eorþan...*”

[1], значащее на современном английском языке “*Therefore there is no man so proud-hearted on the earth...*” [9] и на русском «*Ибо нет столь гордого человека на земле...*». Существительное *eorþe*, восходящее к готскому слову *airþa*, во второй половине среднеанглийского периода приобрело современное написание, а в ранненовоанглийском современное произношение. В современном английском языке древнеанглийское слово *eorþe* / *земля* соответствует словам *earth* / *земля*, *ground* / *грунт*, *soil* / *почва*, *world* / *мир* [7], причем современное существительное *earth* восходит по своему происхождению к древнеанглийскому слову *eorþe* / *земля*, а остальные лексемы являются синонимами, но этимология у них другая. В поэме слово *eorþe* имеет значение земля, как место, где обитает все живое. Автор использует его, чтобы показать, что на всей земле, на всем белом свете не существует такого горделивого человека.

Древнеанглийское существительное *eorðwela* / *земля-богатство* входит в предложение «...*þæt him eorðwelan ece stondað*» [1], которое переводится на современный английский язык как «...*that earth happiness will endure eternally*» [9] и на русский язык как «...*что на земле сей благо продлится вечно*» [1]. Используемое в поэме слово *eorðwela*, состоит из двух корней *eorðe* и *wela* и имеет значения: *earth-wealth*, *fertility*. Первый корень *eorðe*, альтернативная форма которого *eorþe*, восходит к протозападногерманскому слову **erþu* / **erþō* и переводится на современный английский язык как *the earth* / *земля*, *ground* / *почва*, *surface* / *поверхность*, *land* / *суша*, *world* / *мир* [7]. Мы видим, что слово имеет множество значений, однако в поэме используется одно из них, а именно земля, как мироздание, то есть мир в целом. Второй корень *wela*, значащий *weal* / *благо*, *happiness* / *благополучие*, *prosperity* / *благополучие* [7], происходит от протозападногерманской формы **welō* / **walō*. Используя словосочетание *eorðwela*, автор подчеркивает, что земля — это богатство, и герой надеется, что существующее на ней благо продлится очень долго.

Рассмотрим категориально-родовую сему (архисему) «вода». В данную группу мы включили четыре лексические единицы: *brimlad* / *море*, *mereflod* / *водные потоки*, *lagu* / *воды*, *hwælweg* / *море*.

В предложении «...*hu ic werig oft in brimlade bidan sceolde*» [1], значащее в современном английском языке «...*How I, weary, often have had to endure in the sea-path*» [9] и в русском «...*как я обессиливший часто в море оставаться вынужден*», используется древнеанглийское слово *brimlad*, переводимое на современный английский как *flood-way* / *наводнение*, *sea-way* / *волнение на море*. Данное существительное состоит из двух корней: *brim* и *lade*. Первый корень *brim* в современном английском соответствует словам *surf* / *прибой*, *sea* / *море*, *ocean* / *океан* [3]. Второй корень представлен словом *lad*, значащее *way* / *путь*, *waterway* / *водный путь* [7].

Следующие анализируемое слово *mereflod* / *водные потоки* употребляется в предложении «...*min modsefa mid mereflode...*» [1], переводится на

современный английский и русский языки следующим образом «...*my thought of mind, along with the sea-flood...*» [9]; «...*мое сердце несетя по морю...*» [1]. Существительное *mereflod* на современный английский язык переводится как *sea / море, body of water / водная поверхность, deluge / потоп* [7] и состоит из двух корней. Первый корень представлен словом *mere*, которое восходит к готскому слову *marei*, переводимое на современный английский язык следующим образом как *sea / море, lake / озеро, mere / пруд* [3]. Вторым корнем *flod*, родственным прагерманскому слову *flodus*, значит *flood / наводнение, tide / поток, flowing water / проточная вода* [3].

Еще одной исследуемой нами лексемой в лексико-семантической группе «Вода» является древнеанглийское слово *lagu / воды*. Данное существительное является частью предложения «...*ac a hafað longunge se þe on lagu fundað*» [1], которое имеет следующее значение в современном английском языке: «...*but he has the longing who meets on the sea*» [9] и в русском «...*но у того, кто встречается на море, есть страстное желание*». Древнеанглийское слово *lagu*, родственное прагерманскому слову *lagus*, в современном английском соответствует существительным *sea / море, water / вода* [3].

Заключительная лексема в данной лексико-семантической группе это древнеанглийское слово *holm / море*. Оно употребляется в следующем предложении «...*on hwælweg hreþer unwearnum ofer holma gelagu*» [1], переводимое на современный английский язык как «...*the heart defencelessly on the whale's path, over the seas' surface*» [9] и на русский язык как «...*сердце беззащитно на китовом пути, по пространству морей*». Данное существительное восходит к протогерманскому слову **hul-maz* и имеет такие значения как *wave / волна, sea / море, ocean / океан, water / вода* [7]. В поэме исследуемая нами лексема употребляется в сочетании с древнеанглийским словом *gelagu*, которое также связано с субконцептом «вода». Существительное *gelagu* переводится на современный английский язык как *surface (of sea) / поверхность (моря)*.

Каждая из представленных лексем в этой группе, а именно *brimlad / море, mereflod / водные потоки, lagu / воды, hwælweg / море* имеет в современном английском языке значение *sea*. Несмотря на то, что данные слова не являются родственными друг другу, в древнеанглийский период они были взаимозаменяемыми.

Таким образом, в ходе проведенного анализа лексико-семантического поля «Природа» мы можем сделать вывод, что древнеанглийский язык очень богат и уже в те времена существовало значительное количество лексических единиц, с помощью которых можно было описать окружающий мир. Исследуемые нами слова отличаются друг от друга, некоторые из них дошли до современности и похожи на современные английские слова, например, *mæw, ganet, stanclif, eorþan* однако есть те, которые дальше древнеанглийского периода не развивались, например, *earn, wong*. Кроме того,

довольно часто встречаются многосложные слова, состоящие из двух корней, например, *brimlad*, *mereflod*, *stanclif*.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Древнеанглийская поэма «Морестранник»* [Электронный ресурс]. – URL : <https://norroen.info/src/other/oe poetry/seafarer.html> (дата обращения: 27.03.2024).
2. *Зубарева Е. О., Шустова С. В., Исаева Е. В.* Концептуальное поле в современной лингвистической парадигме [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnoe-pole-v-sovremennoy-lingvisticheskoj-paradigme/viewer> (дата обращения: 27.03.2024).
3. *Иванов И. П., Чахоян Л. П., Беляева Т. М.* История английского языка. Учебник. – Изд. 3-е. – СПб. : «Авалон», «Азбука-классика», 2006. – 560 с.
4. *Кубрякова Е. С.* Когнитивные аспекты в исследовании семантики слова // Семантика языковых единиц: докл. VI Междунар. конф. – М. : Наука, 1998. – С. 7–50.
5. *Кузнецова Э. В.* Лексикология русского языка : учеб. пособие для филол. фак. ун-ов. – 2-е изд., испр. и доп. – М., Высш. шк., 1989. – 216 с.
6. *Смирницкая О. А., Тихомиров В. Г.* Древнеанглийская поэзия. – М. : Наука, 1982. – 320 с.
7. *Old English Dictionary* [Электронный ресурс]. – URL : <https://old-english.sh/dictionary.php> (дата обращения: 27.03.2024).
8. *Old English Online* [Электронный ресурс]. – URL : https://lrc.la.utexas.edu/eieol_master_gloss/14/14 (дата обращения: 27.03.2024).
9. *The Seafarer* [Электронный ресурс]. – URL : <https://glaemscrafu.jrrvf.com/english/seafarer.html> (дата обращения: 27.03.2024).

УДК 821.111-31.08

Савельева А. И., Курникова Н. С.

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ МУЗЫКАЛЬНОСТИ В РОМАНЕ ИЭНА МАКБЮЭНА «АМСТЕРДАМ»

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И. Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. Феномен музыкальности художественного текста достаточно долго является объектом научного исследования. Настоящая статья посвящена изучению лексических средств выражения музыкальности в романе И. Макбюэна «Амстердам» (1998). «Музыкальная» лексика и терминология в романе распределяется по лексико-тематическим группам, проводится количественное и качественное сравнение лексики рассматриваемых групп, приводятся показательные примеры из романа, описываются функции «музыкальной» лексики в рассматриваемом тексте. Актуальность данной статьи обусловлена интересом к литературному творчеству британского писателя И. Макбюэна, который экспериментирует с формами и сред-

ствами образности, благодаря чему его имя причисляют к «правлящему триумвирату» современной британской литературы.

Ключевые слова: музыка, музыкальность текста, музыкальная лексика, «Амстердам», И. Макьюэн.

Для многих исследователей связь и взаимопроникновение разных видов искусства, в частности музыки и литературы, является самоочевидным фактом. Когерентность литературы и музыки вызывала к себе интерес на протяжении долгого времени; объектом научного исследования она стала уже на пороге XVIII века. К наиболее значимым исследователям музыкальности в литературе можно отнести В. Вольфа [5], С. П. Шера [4] и П. Фридриха [2]. В широком смысле музыкальность в литературе понимается как связь литературы с музыкой, выражающаяся в разнообразных способах представления музыки через текст.

В XIX веке, следуя романтическому принципу синтеза искусств, появилось много писателей, которые при помощи различных средств и приемов стремились сблизить литературу с музыкой – это немецкие романтики Э. Т. Гофман, Л. Тик, французские символисты П. Верлен, С. Малларме, а также философы и теоретики А. В. Амброс, Э. Ганслик, А. Шопенгауэр и др. [1].

Роман «Амстердам» (1998) лауреата Букеровской премии Иэна Макьюэна продолжает эту традицию. Один из главных героев, Клайв Линли, – известный и талантливый композитор, получивший заказ на написание «Симфонии тысячелетия». Работая над симфонией, музыкальный гений воспринимает все происходящие в его жизни события через категории музыки.

Методом сплошной выборки было выявлено более 1200 «музыкальных» лексических единиц, которые можно распределить по следующим лексико-тематическим группам: музыкальное произведение, сочинение и исполнение музыки, музыкальный социум, авторы произведений, музыкальные жанры, признание, инструменты и устройства, музыкальные качества человека, места исполнения музыки, чувства и состояния, связанные с музыкой и звуки окружения. Так, например, в тексте романа активно используются музыкальные термины и обозначения: ноты и тональности (A, C minor, D major, G), модуляция (change of key), термины изменения характера звука, а именно, крещендо (crescendo), диминуэндо (diminuendo); плавности и переходности звука – глиссандо (glissando), легато (legato); замедления звука – ретардандо (retardando), разрешение (resolution); громкости звука – фортиссимо (fortissimo). Упоминаются такие термины, как нота (note), аккорд (chord), высота (pitch), громкость (volume), ритм (rhythm), темп (pace), такт (bar), диапазон (range), гармония (harmony) и дисгармония (disharmony), серия (tone row).

Музыкальный социум, в котором состоит Клайв в силу своей профессиональной деятельности, представляется как мир, повинующийся своим правилам и иерархии. В нем есть свой истеблишмент (*music establishment*), бизнес (*orchestra business*), искушенные критики (*music critic, critic*) и слушатели (*audience, listener*). Раскрытие музыкальной иерархии реализуется через названия музыкальных профессий, таких как художественный руководитель (*arts administrator*), концертмейстер (*concertmaster*), композитор (*composer*), дирижер (*conductor*), руководитель оркестра (*orchestra manager*), аккордеонист (*accordionist*), аккомпаниатор (*concert pianist*), а также общее упоминание музыканта (*musician*) и творца (*artist*). На роль автора симфонии Клайва назначил специальный комитет (*commissioning committee*): “*This was not only Clive’s fantasy, it was also that of the **commissioning committee**, which had chosen a **composer** who characteristically conceived of, say, this rising passage in terms of steps that were ancient and made of stone*” [3].

Погружение в музыкальную обстановку реализуется через описание прежде всего творческой мастерской Клайва (*studio*), а также описание репетиций симфонии через лексику: вход для артистов (*artists’ entrance*), зрительный зал (*auditorium*), репетиция (*rehearsal*), репетировать (*rehearse*), оркестровый перерыв (*orchestral hiatus*), рабочие дни (*working days*), рабочие часы (*working hours*). В описании репетиций встречаются названия музыкальных объединений, например, оркестр (*orchestra*), секция медных духовых инструментов (*brass section*), струнная секция (*string section*), хор (*chorus*). На праздновании после премьеры Клайв пробирается через толпы веселящихся музыкантов, которым приписывается свой характер в зависимости от музыкального инструмента, на котором те играют. Женщины, играющие на скрипке, флейте и пикколо, оказывают успокаивающий эффект на героя, и автор метафорически описывает их группы как дуэты (*duet*) или трио (*trio*): “*There were more women here to exert a tranquilizing effect. They stood about in softly trilling **duets** and **trios**, and the air was pleasantly heavy with their perfume*” [3].

Музыкальное разнообразие составляют разные жанры и разновидности музыки – в музыкальном мире выделяются основные течения и противоположающиеся им направления. Престижной и признанной считается академическая музыка (*art music*), однако Клайв не преувеличивает ее значение, а считает, что триумфом XX века были блюз (*blues*), джаз (*jazz*), рок (*rock*) и народная музыка (*folk music*): “*When the definitive histories of twentieth-century music in the West came to be written, the triumphs would be seen to belong to **blues, jazz, rock**, and the continually evolving traditions of **folk music***” [3].

В тексте встречаются названия различных музыкальных инструментов. Из струнных музыкальных инструментов в тексте фигурируют виолончель (*cello*) и скрипка (*violin*). Из духовых (*wind instrument*) встречаются ан-

глийский рожок (*cor anglais*), кларнет (*clarinet*), флейта (*flute*), флейта-пикколо (*piccolo*), гобой (*oboe*), а в частности к группе медных духовых (*brass*) относятся валторна (*french horn*), тромбон (*trombone*) и труба (*trumpet*), они также фигурируют под названием басы (*basses*). К группе ударных (*percussionists*) принадлежат литавра (*kettledrum, tympani*); к группе клавишных – фортепиано (*piano*) и рояль (*grand piano*).

Названия форм музыкального произведения (*composition*) также весьма разнообразны: гимн (*anthem, hymn*), элегия (*elegy*), плач (*lament*), ода (*ode*), сонатина (*sonatina*), песня (*song*), а также вариация (*variation*). Неудивительно, что самой частотной лексической единицей является симфония (*symphony*), поскольку персонаж Клайва раскрывается именно как композитор, полностью поглощенной идеей создания «Симфонии тысячелетия». Часто упоминаются такие слова, как мелодия (*melody, tune*), тема (*theme*), пьеса (*piece*), вступление (*opening*), действие (*movement*), финал (*finale, final section, end*), отрывок (*passage, fragment, part*). Свою работу над симфонией Клайв в некотором роде тоже воспринимает как музыкальное произведение, которое нужно довести до финала: “*He complained, but in his heart he was untouched by the pressure, for this was how he needed to be working, lost to the mighty effort of bringing his work to its awesome finale*” [3].

Сочинение музыки представляется как работа, как напряженный, даже физический труд (*physically arduous*). Работа над музыкой (*playing time*) включает в себя много этапов, что эксплицитно выражается в лексике: запись (*writing out*) воспроизведение (*playing back*), внесение правок (*making adjustments*), повторное воспроизведение (*playing again*), переписывание (*rewriting*), отдых в тишине (*sitting in silence*), прослушивание (*listening to*), внутреннее ухо (*inner ear*), синтезировать (*synthesize*), оркестровать (*orchestrate*).

В романе фигурируют названия музыкальных произведений: “*Nessun dorma*”, «Ода к радости» (*Ode to Joy*), «Волшебная флейта» (*The Magic Flute*). Комитет хотел, чтобы какую-то часть «Симфонии тысячелетия» можно было включить в общественные мероприятия подобно тому, как это было с культовой оперной арией “*Nessun dorma*” во время футбольного чемпионата: “*The committee, dismissed by the music establishment as middlebrow, above all longed for a symphony from which could be distilled at least one tune, a hymn, an elegy for the maligned and departed century, that could be incorporated into the official proceedings, much as “Nessun dorma” had been into a football tournament*” [3].

Нередко в тексте используются аллюзии на имена исторических личностей, в частности музыкальных авторов: Перселл (*Purcell*), Бах (*Bach*), Моцарт (*Mozart*), Бетховен (*Beethoven*), Шуберт (*Schubert*), Воан-Уильямс (*Vaughan Williams*), Шенберг (*Schoenberg*), Стравинский (*Stravinsky*), Джими Хендрикс (*Jimi Hendrix*), Боб Дилан (*Bob Dylan*), Битлз (*the Beatles*), в частности, Маккартни (*McCartney*) и Леннон (*John Lennon*), Йоко Оно

(*Yoko Ono*), *the Rolling Stones*, Гурецкий (*Gorecki*).

В силу своей профессиональной деятельности Клайв тонко воспринимает музыку. Часто он описывает ее через визуальные образы, соответственно образное представление музыки на лексическом уровне часто предстает через метафоричные фразы, например: на несколько тоналностей ниже (*a few steps down*), на несколько тоналностей выше (*a few steps up*), построить гору из звуков (*build mountain in sound*), сконцентрированная энергия (*focused energy*), неистовая энергия (*furious energy*) и др. Например: “...*the variations that would lead nowhere, were **tossed up** like **sparks**, which sometimes collided to produce the earliest intimations of the racing **wall of sound**, the **tsunami**, that now began to **rise up** and soon would **obliterate** everything in its path before **destroying** itself on the bedrock of the tonic key*”.

Само музыкальное звучание чаще всего передается через многочисленные эпитеты: воздушный (*airy*), несуразный (*absurd*), красивый (*beautiful*), цветной (*chromatic*), сокрушительный (*crucial*), дерзкий (*daring*), противоречивый (*discordant*), диссонансирующий (*dissonant*), неуловимый (*elusive*) и др. Клайв с негативом писал о старой гвардии модернистов, которые «заточили в оковы» академическую музыку, в своем же творчестве он хотел найти новое звучание: “*The old guard of modernism had imprisoned music in the academy, where it was jealously **professionalized**, **isolated**, and **rendered sterile**, its vital covenant with a general public arrogantly broken*” [3].

Чувства, связанные с музыкой, как при ее написании, так и при ее прослушивании, тоже богато представлены на лексическом уровне, чаще в виде существительных: тревога (*anxiety*), злость (*anger*), смятение (*confusion*), смелость (*courage*), творческая независимость (*creative independence*), отвращение (*disgust*), возбуждение (*excitement*), покой (*peace*), грусть (*sadness*), удивление (*surprise*), сладость (*sweetness*) и др. Сочинение музыки, ее воображаемое прослушивание наводит на героя сладкую меланхолию: “*It was as if he knew them but could not yet hear them. He knew their **enticing sweetness** and **melancholy***” [3].

В силу профессии Клайв тонко воспринимает звуки окружающего мира. Лексико-тематическая группа звуков окружения одна из самых обширных. Внутри данной группы можно выделить подгруппы: голоса людей, звуки, связанные с их деятельностью, а также звуки природы. Также в отдельную группу можно выделить лексику отсутствия звука – тишину, например, нехарактерное затишье (*uncharacteristic lull*) и тишина (*silence*). Сам Клайв хочет вернуться из шума общественности в тишину своей студии: “*All he wanted now was the **warmth**, the **silence** of his studio, the piano, the **unfinished score**, and to reach the end*” [3]. К звукам, издаваемым людьми, относятся следующие лексические единицы: болтовня на коктейльной вечеринке (*gabble of a cocktail party*), голос (*voice*), гомон голосов (*clash of voices*), жалобные голоса (*aggrieved voices*) и др. На похоронах Молли с перспективы Клайва читатель видит, как тот подмечает голоса окружающих

людей, например, голос знакомого умершей Молли он соотносит с голосом Багза Банни: “*Oh sure, he said in his Bugs Bunny voice*” [3]. К звукам природы относятся пение птицы (*birdsong*), зов птицы (*birdcall, call of a bird*), стук дождя (*rain rattling*) и др. Находясь в Озерном крае, Клайв прислушивается к пению птиц: “*A large gray bird flew up with a loud alarm call as he approached. As it gained height and wheeled away over the valley, it gave out a piping sound on three notes, which he recognized as the inversion of a line he had already scored for a piccolo*”.

Таким образом, в романе «Амстердам» наиболее крупными оказались такие тематические группы музыкальной лексики как «сочинение и исполнение музыки», «образное представление музыки», «музыкальное произведение, его формы и части». Также масштабной оказалась группа «звуки окружения». Все они способствуют более полному раскрытию персонажа, характеризует его как гения, который воспринимает мир сквозь призму музыки и звуков. Рассмотренные лексические средства создают особый музыкальный фон произведения, а также делают музыку одним из героев романа, создают синестетические ассоциации между звуками и сюжетными ходами и событиями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Брузгене Р. Литература и музыка. О классификациях взаимодействия // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2009. – № 6. – С. 93–99.
2. Friedrich, P. Music in Russian Poetry. – N.Y., Washington, 1998. – 344 p.
3. McEwan, I. Amsterdam [Электронный ресурс]. – URL : https://onlineread-freenovel.com/ian-mcewan/33978-amsterdam_read.html
4. Scher, P. S. Einleitung: Literatur und Musik-Entwicklung und Stand der Forschung // Literatur und Musik: Ein Handbuch zur Theorie und Praxis eines komparatistischen Grenzgebietes. – Berlin : E. Schmidt. 1984. – S. 9–26.
5. Wolf, W. Intermediality Revisited Reflections on Word and Music Relations in the Context of a General Typology of Intermediality // Word and Music Studies, Vol. 4 : Essays in Honor of Steven Paul Scher and on Cultural Identity and the Musical Stage. Amsterdam – N.Y. : Rodopi. 2002. – S. 16–29.

**НЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ
ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИКУРСЕ
(НА ОСНОВЕ ДВИЖЕНИЯ “BLACK LIVES MATTER”)**

*Чувашский государственный педагогический университет
им. И.Я. Яковлева, г. Чебоксары, Российская Федерация*

Аннотация. Исследование в данной работе направлено на анализ неологизмов в английском языке с точки зрения их лексической природы. Увеличение словарного запаса связано с его использованием в социуме, при этом постоянное развитие языка приводит к появлению новых слов. В работе изучаются некоторые термины и фразы, которые стали популярными в рамках движения “Black Lives Matter”. Целью исследования является выявление и анализ новообразований в контексте современного общественно-политического движения.

Ключевые слова: неологизм, расизм, black lives matter, дискриминация, Флойд.

Интерес к политике, расовым проблемам темнокожего слоя населения, толерантности возрастает с каждым годом. Отсюда вытекает актуальность данной статьи. Материалом для работы послужил лексические единицы, презентующие неологизмы в политическом дискурсе, а именно социально-политическом движении “Black Lives Matter”. В ходе исследования также были использованы методы анализа, наблюдения, обобщения, а также контекстуального толкования.

Неологизмы отражают изменения в различных сферах жизни человека. Каждый год в разных точках земного шара сопровождается кризисами во всех сферах общественной жизни включая и политическую часть, что влияет на жизнь человека, на его восприятие, на его интересы и заботы. Эти процессы так же отражаются на языке. Характерной особенностью словаря является его способность бесконечно разрастаться за счет новых слов и новых значений, которые образуются различными путями [5]. Что касается политики, то «политический дискурс тесно связан с языком, где язык является инвариантным средством выражения политических идей и осуществления политических действий» [2].

Интернет является инструментом СМИ, а также площадкой для политических дискуссий, быстрого распространения информации, где свое мнение могут выразить миллионы пользователей, касательно того или иного политического случая, тенденции, движения и др.

Движение “Black Lives Matter” зародилось летом 2013 года тремя аф-

роамериканскими активистами. Это была реакция на оправдание патрульного, которому было предъявлено обвинение в убийстве темнокожего подростка. Более обширный характер движение приобрело в 2014 году после убийства еще двоих афроамериканцев. Однако стихийные массовые протесты разгорелись в конце мая 2020 года. [4]

Джордж Флойд, сорокашестилетний афроамериканец, был убит белым полицейским Дерекком Шовиным. Д. Флойд был пойман за использование подделанных денег при покупке сигарет, при задержании не проявлял активного сопротивления. Однако полицейский Д. Шовин прижал Флойда к земле, надавливая коленом на шею Флойда в течении примерно восьми минут, что привело к удушению и смерти.

Беспощадное убийство Д. Флойда породило огромную волну протестов, которые стали одними из самых массовых в истории США. По некоторым данным в протестах приняло участие до двадцати шести миллионов человек. Данный случай не прошел мимо мировых сообществ, что повлекло за собой развитие движения зарубежом.

Активисты движения BLM желали добиться правосудия, изменения политики, а также снижения финансирования полиции США. Общество в очередной раз признало наличие предубежденного отношения к чернокожему населению, а также чрезмерного проявления насилия по отношению к ним. Это повлекло возрождение разговоров о расовой несправедливости.

В век информационных технологий основным источником неологизмов являются Интернет, социальные сети и средства массовой информации в целом. [3] Для определения того, какие неологизмы появились и распространились, мы обратились к таким социальным сетям, как Twitter, Instagram и Facebook. Именно эти сервисы являются медиагигантами в социальной жизни общества, которые, в частности, отражают изменения и в строе языка.

Одним из фундаментальных неологизмов является сам лозунг #Black Lives Matter или ее аббревиатура "BLM". Данный неологизм появился в 2013 году как символ начала борьбы против проявления неоправданной жестокости, предвзятых установок, несправедливости и предубеждения по отношению к чернокожим людям. Лозунг символизирует само движение и его главный посыл.

Некоторое время спустя появился лозунг #AllLivesMatter [6], который призывает к сдержанно-нейтральному отношению к расовым проблемам. Однако этот призыв был раскритикован. В статье New York Times [7] подчеркивается, что подобный нейтралитет обесценивает проблемы расизма, восстанавливая в обществе прежнее отношение к проблемам афроамериканцев в США.

Кроме того, лозунги #SayHerName [6] и #SayHisName [6] встречаются в социальных движениях борьбы за равноправие и справедливость, особенно в контексте борьбы против насилия и дискриминации по расовому

признаку. Эти лозунги предназначены для привлечения внимания общества к жертвам насилия и несправедливости, которые часто остаются незамеченными или игнорируемыми из-за их расовой принадлежности. #SayHerName [6] нацелен на привлечение внимания к жертвам насилия и угнетения, которые являются женщинами и девушками, особенно из расовых меньшинств. Этот лозунг напоминает обществу о значимости их историй, голосов и жизней, которые часто международного внимания, в сравнении с жертвами мужчин. Соответственно лозунг #SayHisName [6] фокусируется на жертвах насилия и дискриминации, являющимися мужчинами и юношами, напоминает о необходимости уважения и признания их историй, потребностей и прав на справедливое обращение.

Эти лозунги имеют огромное значение для поддержки и создания осведомленности по вопросам расового неравенства, насилия и угнетения в обществе. Они также служат инструментами мобилизации и объединения людей в борьбе за справедливое и равноправное общество. Влияние этих лозунгов проявляется в их способности привлечь внимание общества к проблемам несправедливости и дискриминации, а также мобилизовать людей к действиям и принятию мер по изменению существующей ситуации на благо всех членов общества.

По мере развития движения понятие «расизм» стал делиться на частные категории, точное количество которых нельзя определить на данный момент. Мы определили следующие категории: systemic racism [6], personal racism [6], interpersonal racism [6], institutional racism [6], environmental racism [6] и др.

Термин “systemic racism” [6] используется для описания глубоко укоренившегося расизма в различных социальных системах. Для «personal racism» [6] характерно агрессия, которая представляет собой словесное пренебрежение, выражающее враждебность, основанное на стигматизации культурных групп, и может быть преднамеренным или непреднамеренным. Для “interpersonal racism” [6] характерно выражение расизма на индивидуальном уровне, в первую очередь через взаимодействие между людьми. Распространенными примерами межличностного расизма являются издевательства, словесные домогательства и негативные личные мысли о расе. “Institutional racism” [6] проявляется в дискриминации по признаку страхового статуса, что также непропорционально влияет на небелое население. Что касается “environmental racism” [6], то отмечается непропорционально высокая подверженность чернокожих общин экологическим опасностям и загрязнению окружающей среды.

Отсюда следует, что темнокожие население до сих пор подвергается дискриминации в различных сферах жизни. В социальных сетях можно встретить различные обсуждения подобных вопросов, привлекая внимание с помощью хештегов, заголовков. Решение проблем дискриминации все также являются чрезвычайно важными.

Также стоит отметить неологизмы с префиксом «white», например, white privilege [6], white supremacy [6], whitewashing [6], white neighborhood [6], white policemen [6] и т.д. Неологизмы с префиксом "white" в контексте движения Black Lives Matter включают в себя термины, созданные для выражения привилегированного положения белых людей и неравенства в обществе, основанного на расовых предубеждениях. Например, термин "white privilege" [6] отражает идею о том, что белым людям присущи определенные преимущества и привилегии в обществе, которых не имеют люди других расовых групп. Такие неологизмы помогают обозначить и осознать проблему расового неравенства и неравномерного обращения среди людей различных рас в обществе. Эти неологизмы используются для привлечения внимания и оспаривания того, каким образом доминирование белых влияет на общество, часто увековечивая неравенство и несправедливость по отношению к чернокожим и другим цветным людям.

Далее мы нами был отмечен термин “Black Empowermentphoria” [6]. Данное понятие состоит из двух компонентов: “Black Empowerment” и “euphoria”. Объединившись в одно определение, оно обозначает состояние радости и эйфории, которое возникает в связи с укреплением позиции чернокожего населения в обществе, их осознанием собственной силы, ценности и потенциала. Понятие “Black Empowermentphoria” [6] отражает стремление чернокожих слоев населения в борьбе за свои права, их укреплении и развитии, а также принятия своей ценности и силы. Термин также употребляется для обозначения эмоциональной сферы этого процесса, которая описывает положительные эмоции, которые возникают при достижении целей чернокожими людьми в борьбе за равенство и справедливость.

Еще один термин “Racial Harmonyhood” [6] представляет собой сочетание двух понятий: “Racial Harmony” и “hood”. Термин используется для описания некоего идеала в обществе, в котором представители различных расовых и этнических групп взаимодействуют на основе равноправия, взаимопонимания и уважения. Термин направлен на призыв к ликвидации проявления различного рода расизма и дискриминации, а также подчеркивает острую необходимость в создании и развитии позитивных взаимоотношений и взаимопонимания между представителями многочисленных расовых и этнических групп. Концепция “Racial Harmonyhood” [6] подчеркивает все еще существующую потребность в созидательном подходе к преодолению расовых разногласий и созданию гармоничного общества. Создание такого общества, где каждому человеку доступны все те же права и возможности, что и другим. То есть человек имеет равные возможности и права независимо от своей расовой или этнической принадлежности.

Понятие “Racial Harmonyhood” [6] подчеркивает важность создания такого общества, в котором во взаимоотношениях его членов наблюдается уважение чувства достоинства другого человека, толерантность и солидар-

ность. С точки зрения социальной справедливости, это означает обеспечение равенства возможностей и распределения богатства и власти в обществе. Из-за неравенства в этих областях, существует социальная несправедливость. Языковая динамика может проявляться в изменении словарного запаса, появлении новых слов и вытеснении старых, когда культура, технологии и экономика способствуют развитию языка [1]. Важную роль в передаче информации, формировании мыслей и коммуникации между людьми играет язык. Участники движения Black Lives Matter используют различные лозунги, которые имеют символическое значение и способствуют мобилизации общества в контексте политической ситуации.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Алексеева А. Б., Шугаева Н. Ю.* Неологизмы в политическом дискурсе на основе общественно-политического движения “Black lives Matter” // Актуальные вопросы филологии в свете современных исследований : сб. науч. ст. по мат-лам XXXII Междунар. науч.-практ. конф. – Чебоксары, 2022. – С. 185–189.
2. *Ильина А. Н., Кибасова С. Г.* Словообразование в современном английском языке. – Санкт Петербург : СПбГУЭФ, 2012. – С. 90.
3. *Малиновская О. С.* Неологизмы английского языка 2013-2014 ГОДА. Идеи. Поиски. Решения: сб. ст. VII Междунар. науч. практ. конф. – Минск, 2015. – С. 58–62.
4. *Степаненко В. В.* История движения BLACK LIVES MATTER. К постановке проблемы социально-политического и философско-правового анализа // Вестник всероссийского института повышения квалификации сотрудников министерства внутренних дел Российской Федерации. – 2020. – № 4(56). – С. 118–123.
5. *Шейгал Е. И.* Семиотика политического дискурса / Ин-т языкознания РАН. Гос. пед. ун-т. – Волгоград : Перемена, 2000. 368 с. [Электронный ресурс]. – URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/2001-02-010-sheygal-e-i-semiotika-politicheskogo-diskursa-in-t-yazykoznanija-ran-volgogr-gos-ped-un-t-volgograd-peremena-2000-368-s-bibliogr-s/viewer> (дата обращения: 19.03.2024)
6. *Oxford Dictionary* [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата обращения: 19.03.2024)
7. *Victor, D.* Why ‘All Lives Matter’ Is Such a Perilous Phrase [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.nytimes.com/2016/07/16/us/all-lives-matter-black-lives-matter.html> (дата обращения: 13.03.2024)

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Агеева Карина Александровна – студентка II курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Азарченко Галина Юрьевна – преподаватель кафедры германской филологии, Витебский государственный университет имени П.М. Машерова (г. Витебск, Республика Беларусь)

Аманбаева Айым Руслановна – студентка III курса факультета иностранных языков, Карагандинский университет им. академика Е. А. Букедова (г. Караганда, Республика Казахстан)

Амасева Анастасия Витальевна – студентка II курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Арепьева Надежда Григорьевна – студентка III курса факультета иностранных языков, Карагандинский университет им. академика Е.А. Букедова (г. Караганда, Республика Казахстан)

Архипова Александра Владимировна – студентка II курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Бадулина Валентина Валерьевна – студентка III курса факультета филологии и межкультурной коммуникации, Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет (г. Комсомольск-на-Амуре, Российская Федерация)

Базалина Елена Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Майкопский государственный технологический университет (г. Майкоп, Российская Федерация)

Балашкина Татьяна Юрьевна – магистрант II курса кафедры иностранных языков и культур, Арзамасский филиал Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского (г. Арзамас, Российская Федерация)

Балясова Елизавета Андреевна – студентка III курса факультета лингвистики и перевода, Челябинский государственный университет (г. Челябинск, Российская Федерация)

Бондаренко Светлана Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры грамматики английского языка имени М.Я. Блоха, Московский педагогический государственный университет (г. Москва, Российская Федерация)

Бочкарев Арсентий Игоревич – кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой иностранных языков технических факультетов, Новосибирский государственный технический университет (г. Новосибирск, Российская Федерация)

Вазикова Анастасия Евгеньевна – студентка II курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Ван Лили Баолиневна – студентка I курса специальности Перевод и переводоведение, Тихоокеанский государственный университет (г. Хабаровск, Российская Федерация)

Васильева Анна Александровна – студентка IV курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Великова Людмила Николаевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков, Российская таможенная академия г. Люберцы, Российская Федерация)

Вертушенко Анастасия Андреевна – студентка V курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Вовченко Елизавета Александровна – студентка IV курса Высшей школы социально-гуманитарных наук, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова (г. Москва, Российская Федерация)

Волкова Светлана Владимировна – курсант 2 курса, Ростовский юридический институт Министерства внутренних дел Российской Федерации (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

Галкин Максим Сергеевич – студент II курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Гордеева Мария Николаевна – старший преподаватель кафедры иностранных языков технических факультетов, Новосибирский государственный технический университет (г. Новосибирск, Российская Федерация)

Гордеева Наталья Геннадьевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры европейских языков и лингводидактики, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Гуляева Елизавета Сергеевна – студентка III курса Институт русской и иностранной филологии, Армавирский государственный педагогический университет (г. Армавир, Российская Федерация)

Дубровченко Елена Михайловна – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики английской речи, Минский государственный лингвистический университет (г. Минск, Республика Беларусь)

Егорова Яна Георгиевна – студентка II курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Ершова Анна Святославовна – студентка V курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Ефремова Галина Александровна – старший преподаватель Высшей школы социальных и политических наук, Тихоокеанский государственный университет (г. Хабаровск, Российская Федерация)

Жеглова Валентина Евгеньевна – студентка II курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Жеребков Иван Андреевич – студент II курса филологического факультета, Забайкальский государственный университет (г. Чита, Российская Федерация)

Иванова Диана Сергеевна – студентка V курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Иванова Екатерина Михайловна – студентка II курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Иванова Ираида Геннадьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры фундаментальной медицины, Марийский государственный университет (г. Йошкар-Ола, Российская Федерация)

Ильин Александр Александрович – аспирант II года обучения кафедры германистики и лингводидактики, Московский городской педагогический университет (г. Москва, Российская Федерация)

Кайнова Ирина Константиновна – студентка III курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Каликова Анна Михайловна – старший преподаватель кафедры английского языка и профессиональных коммуникаций, Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева (г. Астрахань, Российская Федерация)

Карпова Екатерина Евгеньевна – студентка II курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Касумова Фируза Эльчиновна – студентка III курса высшей школы социально-гуманитарных наук, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова (г. Москва, Российская Федерация)

Кирдун Алла Анатольевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры белорусской филологии, Белорусский государственный технологический университет (г. Минск, Республика Беларусь)

Кириллова Наталья Станиславовна – студентка V курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Коваленко Галина Федоровна – кандидат филологических наук, доцент, Тихоокеанский государственный университет (г. Хабаровск, Российская Федерация)

Колкова Дарья Евгеньевна – студентка V курса факультета иностранных языков, Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева (г. Астрахань, Российская Федерация)

Кононова Кристина Олеговна – студентка V курса факультета иностранных языков, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород, Российская Федерация)

Кормилина Наталья Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, декан факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Кощеева Полина Александровна – студентка V курса факультета иностранных языков, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород, Российская Федерация)

Крылова Анастасия Сергеевна – студентка III курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Курникова Наталья Сергеевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры английской филологии и переводоведения, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Левченко Александр Александрович – студент V курса, Евпаторийский институт социальных наук (филиал), Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского (г. Евпатория, Российская Федерация)

Лефлер Родион Константинович – магистрант II курса кафедры английской филологии, Алтайский государственный педагогический университет (г. Барнаул, Российская Федерация)

Ляшенко Дарья Игоревна – преподаватель русского языка, литературы и английского языка, Ростовский колледж связи и информатики (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

Максимчик Оксана Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации, Самарский государственный социально-педагогический университет (г. Самара, Российская Федерация)

Мердина Евгения Александровна – студентка II курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Меркушева Елизавета Алексеевна – студентка IV курса факультета иностранных языков, Самарский государственный социально-педагогический университет (г. Самара, Российская Федерация)

Мирошникова Ольга Христьяевна – кандидат педагогических наук, доцент Института филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

Мирошникова Полина Владимировна – учитель МБОУ «Школа № 47 г. Ростов-на-Дону» (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)

Мордяшова Вероника Николаевна – студентка III курса филологического факультета, Набережночелнинский государственный педагогический университет (г. Набережные Челны, Российская Федерация)

Мубинова Сабина Камилевна – студентка II курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Муллина Алсу Минреисовна – тьютор кафедры иностранных языков и коммуникативных технологий, Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС» (г. Москва, Российская Федерация)

Никитинская Лариса Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии и переводоведения, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Николаева Елена Витальевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры европейских языков и лингводидактики, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Носырева Светлана Георгиевна – старший преподаватель кафедры иностранных языков и методики их преподавания, Армавирский государственный педагогический университет (г. Армавир, Российская Федерация)

Оганезова Нина Левановна – студентка IV курса, Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева (г. Астрахань, Российская Федерация)

Полищук Наталья Дмитриевна – студентка V курса Института социально-политических технологий и коммуникаций, Тихоокеанский государственный университет (г. Хабаровск, Российская Федерация)

Потемкина Татьяна Николаевна – магистр, преподаватель кафедры русского языка и методики его преподавания, Забайкальский государственный университет (г. Чита, Российская Федерация)

Пчелина Анастасия Ильинична – магистрант I курса кафедры иностранных языков и культур, Арзамасский филиал Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского (г. Арзамас, Российская Федерация)

Рафинова Ксения Сергеевна – студентка V курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Рыбникова Инна Сергеевна – студентка V курса факультета иностранных языков, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород, Российская Федерация)

Рыжова Виктория Анатольевна – старший преподаватель Высшей школы социальных и политических наук, Тихоокеанский государственный университет (г. Хабаровск, Российская Федерация)

Рябова Ольга Игоревна – старший преподаватель кафедры иностранных языков, Удмуртский государственный аграрный университет (г. Ижевск, Российская Федерация)

Савельева Анна Ивановна – студентка V курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Самойлова Валерия Максимовна – студентка V курса Института социально-политических технологий и коммуникаций, Тихоокеанский государственный университет (г. Хабаровск, Российская Федерация)

Седова Екатерина Дмитриевна – студентка V курса Института иностранных языков, Московский педагогический государственный университет (г. Москва, Российская Федерация)

Сидорова Лариса Александровна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры английской филологии и переводоведения, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Сыдыкова Регина Урановна – магистрант II курса Института элитных программ и открытого образования, Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, преподаватель кафедры иностранных языков, Военный институт Сил воздушной обороны имени Т. Я. Бегельдинова (г. Магнитогорск, Российская Федерация)

Тулубаева Анна Андреевна – студентка IV курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Хабибуллина Флера Яхиятовна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры фундаментальной медицины, Марийский государственный университет (г. Йошкар-Ола, Российская Федерация)

Холстинина Карина Агамуглановна – магистр гуманитарных наук, преподаватель кафедры иностранной филологии, Карагандинский университет им. академика Е.А. Букетова (г. Караганда, Республика Казахстан)

Чалова Оксана Николаевна – кандидат филологических наук, доцент, докторант кафедры теоретической и прикладной лингвистики, Минский государственный лингвистический университет (г. Минск, Республика Беларусь)

Шмарова Жанна Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры китайского языка, Забайкальский государственный университет (г. Чита, Российская Федерация)

Шугаева Наталья Юрьевна – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой английской филологии и переводоведения, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Якимова Олеся Александровна – кандидат филологических наук, старший научный сотрудник сетевого научно-образовательного центра когнитивных исследований, Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина (г. Тамбов, Российская Федерация)

Якобсон Игорь Константинович – студент V курса факультета иностранных языков, Белгородский государственный национальный исследовательский университет (г. Белгород, Российская Федерация)

Яковлева Алла Андреевна – студентка III курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Янколн Владислава Яновна – студентка IV курса Высшей школы социально-гуманитарных наук, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова (г. Москва, Российская Федерация)

Яранова Анастасия Дмитриевна – студентка II курса факультета иностранных языков, Чувашский государственный педагогический университет имени И.Я. Яковлева (г. Чебоксары, Российская Федерация)

Ясинская Милена Борисовна – кандидат филологических наук, доцент института права и национальной безопасности, Центра лингвистики и профессиональной коммуникации, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва, Российская Федерация)

СОДЕРЖАНИЕ

ВОПРОСЫ ОБЩЕГО И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ

- Азарченко Г. Ю. (г. Витебск, Республика Беларусь)* Полевая организация лексики, выражающей одобрение и неодобрение: особенности структуры и конститuentов 3
- Базалина Е. Н. (г. Майкоп, Российская Федерация)* Структурные терминологические модели профессиональной сферы «инженерная биология» (на материале английского и немецкого языков) 8
- Волкова С. В. (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)* Роль английского языка в информационных технологиях 16
- Галкин М. С., Гордеева Н. Г. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Особенности письменной интернет-коммуникации на французском языке 20
- Дубровченко Е. М. (г. Минск, Республика Беларусь)* Реализация стратегии дистанцирования в разностатусном общении 25
- Ефремова Г. А. (г. Хабаровск, Российская Федерация)* Проявление иноязычных субстратных единиц на разных языковых уровнях как одна из черт вторичной культурной ориентации языка (на материале художественных произведений билингвальных авторов) 32
- Иванова И. Г., Хабибуллина Ф. Я. (г. Йошкар-Ола, Российская Федерация)* Фоностилистический аспект сопоставительной фонетики: разговорный стиль 39
- Каликова А. М., Оганезова Н. Л. (г. Астрахань Российская Федерация)* Функциональные особенности китайских глаголов схожей семантики 45
- Ляшенко Д. И. (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)* Феномен «фейк»: понятие и история изучения в русскоязычном и англоязычном дискурсах 49
- Мирошникова О. Х., Мирошникова П. В. (г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация)* Англицизмы в жизни современного подростка 56
- Рыбникова И. С. (г. Белгород, Российская Федерация)* Анализ языковых средств воздействия в англоязычных рекламных слоганах парфюмерно-косметической продукции 63

<i>Седова Е. Д., Бондаренко С. В. (г. Москва, Российская Федерация)</i> Эллиптическое предложение как грамматическая структура построения заголовка трэвел-медиатекста британских Интернет-СМИ	69
<i>Сыдыкова Р. У. (г. Магнитогорск, Российская Федерация)</i> Авиационная терминология как объект лингвистического анализа (на примере авиационного английского языка).....	74
<i>Чалова О. Н. (г. Минск, Республика Беларусь)</i> Эпистемические параметры научного диалога	80
<i>Ясинская М. Б. (г. Москва, Российская Федерация)</i> Фонетическая модификация заимствованных слов (на материале текстов Петровской эпохи).....	85

ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА

<i>Арепьева Н. Г., Аманбаева А. Р., Холстинина К. А. (г. Караганда, Республика Казахстан)</i> Инклюзивный язык как инструмент устранения стереотипов и предубеждений в отношении гендерной самоидентификации.....	90
<i>Бадулина В. В. (г. Комсомольск-на-Амуре, Российская Федерация)</i> Волшебство реки Рейн и русских полей: гармония и диссонанс в образах Лорелей и русалок.....	99
<i>Балашкина Т. Ю. (г. Арзамас, Российская Федерация)</i> Теоретические основы исследования культуры через медиа на примере американских сериалов.....	105
<i>Балясова Е. А. (г. Челябинск, Российская Федерация)</i> Реализация концепта “Love” в текстах песен группы “Stray Kids”	110
<i>Великова Л. Н. (г. Люберцы, Российская Федерация)</i> Субкультура блошиного рынка: этимология и номинация	115
<i>Вовченко Е. А., Янколн В. Я. (г. Москва, Российская Федерация)</i> Язык и культурная идентичность в контексте глобализации.....	121
<i>Жеребков И. А., Шмарова Ж. В. (г. Чита, Российская Федерация)</i> Исторические и лексикологические особенности образования современных географических названий Автономного района Внутренняя Монголия в КНР	126
<i>Иванова Д. С., Сидорова Л. А. (г. Чебоксары, Российская Федерация)</i> Роль народных игр в формировании языковой картины мира в английской и русской лингвокультурах	131

<i>Кирдун А. А. (г. Минск, Республика Беларусь) Особенности вербальных компонентов товарных знаков, зарегистрированных в Беларуси</i>	138
<i>Колкова Д. Е. (г. Астрахань, Российская Федерация) Особенности языка комментариев к русско- и англоязычным патриотическим песням.....</i>	142
<i>Кононова К. О. (г. Белгород, Российская Федерация) Стиль и особенности речи Теда Лассо</i>	149
<i>Кощеева П. А. (г. Белгород, Российская Федерация) Фатическая коммуникация в английской речевой традиции</i>	154
<i>Левченко А. А. (г. Евпатория, Российская Федерация) Coyote как этнолингвистический символ навахо (на материале романа Т. Хиллермана «Койот ждет»).....</i>	160
<i>Мердина Е. А. (г. Чебоксары, Российская Федерация) Пословицы и поговорки на тему «здоровье» в английском, немецком и русском языках.</i>	165
<i>Меркушева Е. А., Максимчик О. А. (г. Самара, Российская Федерация) Англоязычные реалии сферы образования и их лингвокультурные особенности.....</i>	172
<i>Мубинова С. К. (г. Чебоксары, Российская Федерация) Эмоциональная экспрессия в англоязычных интернет-коммуникациях.....</i>	181
<i>Муллина А. М. (г. Москва, Российская Федерация) Этикетные формулы благодарности в русском и китайском языках в сфере бизнес-коммуникации.....</i>	189
<i>Потемкина Т. Н. (г. Чита, Российская Федерация) Вербальная репрезентация региональных полиэтнических культурных концептов на территории Баунтовского района Республики Бурятия.....</i>	197
<i>Пчелина А. И. (г. Арзамас, Российская Федерация) Межкультурная коммуникация и её влияние на взаимоотношения между Россией и США</i>	203
<i>Рыжова В. А., Ван Л. Б. (г. Хабаровск, Российская Федерация) Этноспецифика форм приветствия в китайском языке как отражение языковой картины мира</i>	209
<i>Рябова О. И. (г. Ижевск, Российская Федерация) Обзор работ по сопоставлению систем «основных» прилагательных цветообозначения в русском и английском языках.....</i>	213
<i>Яранова А. Д., Кормилина Н. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация) Английские и русские поговорки и пословицы на тему «Образовании»</i>	219

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ КОГНИТОЛОГИИ И СЕМАНТИКИ

- Васильева А. А., Никитинская Л. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Концептуальный анализ англоязычных туристических слоганов..... 226
- Вертушенко А. А., Никитинская Л. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Сходство и различие паремиологического воплощения концепта «Семья» в испанском и английском языках 234
- Гордеева М. Н., Бочкарев А. И. (г. Новосибирск, Российская Федерация)* Аксиологические характеристики концепта «смерть» в стендап концерте Вани Усовича «40 лет максимум» 240
- Ершова А. С., Кормилина Н. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Лексические средства создания концепта «культура отмены» в англоязычном медиадискурсе..... 245
- Кайнова И. К., Никитинская Л. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Концепт одиночества в древнеанглийских поэтических текстах (на примере элегий “Sæfaran” «Морестранник» и “Wīdfarend” «Скиталец») 252
- Полищук Н. Д., Коваленко Г. Ф. (г. Хабаровск, Российская Федерация)* Вербализация концепта *National Security* в официальных документах США 261
- Рафинова К.С., Кормилина Н. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Концепт «Многообразие культурных традиций и обычаев» как средство формирования имиджа Великобритании..... 265
- Самойлова В. М., Коваленко Г. Ф. (г. Хабаровск, Российская Федерация)* Номинативное поле концепта *MULTIPOLAR WORLD*..... 273
- Тулубаева А. А., Никитинская Л. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Фразеологические единицы, вербализирующие концепт «благо» (на примере китайского языка) 279
- Якимова О. А. (г. Тамбов, Российская Федерация)* Когнитивные основы бесконфликтности в интернет-сообществах отцов и матерей ... 288
- Якобсон И. К. (г. Белгород, Российская Федерация)* Реализация коммуникативных стратегий в англоязычном песенном дискурсе 292

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЛЕКСИКОЛОГИИ И СЕМАСИОЛОГИИ

- Агеева К. А., Кормилина Н. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Этимология волейбольной терминологии в русском, английском и немецком языках 299
- Амасева А. В., Кормилина Н. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Терминологический состав англоязычных журналов по рукоделию 304
- Архипова А. В., Шугаева Н. Ю. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Фразеологизмы с компонентом цветообразования в англоязычной художественной литературе 309
- Вазикова А. Е., Кормилина Н. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Использование эвфемизмов в криминалистике: анализ языковых стратегий в процессе расследования преступлений 314
- Гуляева Е. С., Носырева С. Г. (г. Армавир, Российская Федерация)* Имена собственные в английских сказках 319
- Егорова Я. Г., Кормилина Н. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Неологизмы в сфере IT в английском языке 324
- Иванова Е. М., Шугаева Н. Ю. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Структурно-семантические особенности фразеологических единиц библейского происхождения в современном английском языке 332
- Ильин А. А. (г. Москва, Российская Федерация)* Лексико-семантические особенности киножанров 337
- Кайнова И. К., Николаева Е. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Особенности формирования и функционирования неологизмов IT-сферы в современном английском языке 343
- Карпова Е. Е., Николаева Е. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Особенности функционирования фразеологических единиц в англоязычных заголовках статей об искусстве 348
- Касумова Ф. Э. (г. Москва, Российская Федерация)* Идиоматическая фразеология в английской художественной литературе и политическом дискурсе 353
- Кириллова Н. С., Кормилина Н. В. (г. Чебоксары, Российская Федерация)* Лексические средства создания образа поколения “Z” в современном англоязычном медиадискурсе 357

<i>Кормилина Н. В., Жеглова В. Е. (г. Чебоксары, Российская Федерация)</i> Анализ использования сокращений в текстах песен на английском языке: сравнение текстов рэп- и поп-исполнителей	365
<i>Лефлер Р. К. (г. Барнаул, Российская Федерация)</i> Эвфемизмы и их роль в англоязычной коммуникации (на материале медийных текстов)	371
<i>Мордяшова В. Н. (г. Набережные Челны, Российская Федерация)</i> Фразеологизмы речевой деятельности в современном английском языке (на материале периодических изданий)	376
<i>Никитинская Л. В., Крылова А. С. (г. Чебоксары, Российская Федерация)</i> Вербализация лексико-семантического поля «природа» в древнеанглийском языке (на примере поэмы «Sæfaran» («Морестранник»))	381
<i>Савельева А. И., Курникова Н. С. (г. Чебоксары, Российская Федерация)</i> Лексические средства выражения музыкальности в романе Иэна Макьюэна «Амстердам».....	387
<i>Яковлева А. А., Шугаева Н. Ю. (г. Чебоксары, Российская Федерация)</i> Неологизмы в современном общественно-политическом дискурсе (на основе движения “Black Lives Matter ”).....	393
Сведения об авторах	398

Научное издание

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЯЗЫКОЗНАНИЯ В КОНТЕКСТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Электронный сборник научных статей

Статьи печатаются в авторской редакции

Ответственные редакторы:

канд. филол. наук, доцент *Наталья Владимировна Кормилина*,

канд. филол. наук, доцент *Наталья Юрьевна Шугаева*

Согласно Федеральному закону № 436-ФЗ от 29 декабря 2010 года
«О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью
и развитию» данная продукция не подлежит маркировке

Чувашский государственный педагогический
университет им. И. Я. Яковлева
428000, Чебоксары, ул. К. Маркса, 38