

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Минский государственный лингвистический университет

**МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ
В ИННОВАЦИОННОМ ПОИСКЕ**

Сборник научных статей
по материалам
X Международной научной конференции

Минск, 11–12 марта 2021 г.

В двух частях

Часть вторая

Минск
МГЛУ
2022

УДК 81
ББК 81.0
М 75

Рекомендован Редакционным советом Минского государственного лингвистического университета. Протокол № 3 (61) от 08.11.2021 г.

Редакционная коллегия: И. В. Метлушко (*ответственный редактор*), П. П. Глазко, Н. В. Зиневич, И. В. Лешкевич, И. В. Чучкевич

Рецензенты: кандидат филологических наук, доцент *Т. И. Свистун* (МГЛУ); кандидат педагогических наук, доцент *М. А. Тарасенко* (БГУ)

Молодые ученые в инновационном поиске : сб. науч. ст. по материалам X Междунар. науч. конф., Минск, 11–12 марта 2021 г. : в 2 ч. Ч. 2 / редкол.: И. В. Метлушко (отв. ред.) [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2022. – 296 с.

ISBN 978-985-28-0125-6 (Ч. 2)
ISBN 978-985-28-0123-2

Сборник научных статей подготовлен по материалам Международной научной конференции по актуальным проблемам языкознания, литературоведения, методики преподавания иностранных языков и состоит из двух частей.

Во второй части представлены результаты исследований в области художественного перевода, прикладной лингвистики, теории коммуникации.

Предназначается для лингвистов, специалистов в области перевода, аспирантов и магистрантов гуманитарных специальностей.

УДК 81
ББК 81.0

ISBN 978-985-28-0125-6 (Ч. 2)
ISBN 978-985-28-0123-2

© УО «Минский государственный
лингвистический университет», 2022

МОДЕЛИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ ДИСКУРСА

Подсекция № 1

П. П. Глазко (*Минск, МГЛУ*)

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОГО ВЫРАЖЕНИЯ АРГУМЕНТАЦИИ В РАЗЛИЧНЫХ ЖАНРАХ ПЕРСОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА

Рассматриваются языковые особенности аргументации в персональных жанрах медийного пространства США. Проведен лингвостилистический и контекстуальный анализ 50 текстов в жанре колонки и блога (по 25 текстов в каждом жанре). Полученные результаты позволяют говорить о более институционализированном характере колонки в сравнении с блогом. Для обоснования своей позиции колумнисты используют как традиционные аргументативные структуры, так и риторические приемы. Авторы блогов склонны прибегать к имплицитным формам аргументации в виде синтактико-стилистических приемов перечисления, риторических вопросов, вопросно-ответных комплексов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: блог; колонка; медиадискурс; стилистический прием; аргументация; лингвостилистический анализ.

The article considers the language means of argumentation in personal genres of the US media space. The study is based on the results of linguo-stylistic and contextual analyses of 50 texts belonging to the genres of column and blog (25 texts in each genre). The results of the study elucidate a more institutionalized character of columns in comparison to blogs. Columnists tend to use both conventional argumentative structures and rhetorical devices. Bloggers demonstrate preferences towards implicit form of argumentation, such as stylistic enumeration, rhetorical questions, and questions-in-the-narrative.

Key words: blog; column; media discourse; stylistic device; argumentation; linguo-stylistic analysis.

В публикациях, посвященных исследованиям дискурса, в последнее время все больше внимания уделяется феномену дигитализации современного языка [1]. Многие лингвисты полагают, что развитие компьютерных технологий, в частности интернет-технологий, ведет не только к существенным изменениям в способах и характере общения между людьми, но и к трансформации знания в целом [2]. По утверждению В. И. Карасика, в результате так называемого «медийного поворота», т.е. такого модуса существования современного общества, в котором медиа становятся основным источником информации, «происходит сокращение рационального восприятия реальности и расширение ее эмоционально-оценочного восприятия» [3, с. 19]. Другими исследователями отмечается, что «на первый план теории аргументации вышли социальные факторы: фактор доверия при аргументации, дистанция между исходной и получаемой информацией, эмоциональное воздействие на реципиента, формирование его позиции» [4, с. 47]. В таком контексте становится очевидным, что в процессе приведения доказательств могут использоваться не только истинные, но и недоказанные, неистинные утверждения, обладающие достаточной правдоподобностью [5, с. 192]. Помимо этого, в современных исследованиях, посвященных вопро-

сам моделирования различных коммуникативных процессов, принято говорить о диалогизации аргументации. В свете упомянутых изменений вполне обоснованным представляется утверждение М. М. Филиппова о смещении предмета теории аргументации в сторону исследования «многообразных дискурсивных приемов, которые позволяют автору учитывать или изменять степень своего влияния на мнение аудитории» [6, с. 270].

Данные замечания являются особенно ценными при исследовании медийного дискурса, в котором и воздействие в целом, и аргументация в частности носят, скорее, имплицитный характер и редко удовлетворяют моделям формальной логики. В медиадискурсе как мощном средстве формирования общественного мнения «обобщения, основанные на неполных аргументах, также представляют интерес, играют полезную роль как постановка вопроса, как момент в поиске верного решения проблемы» [7, с. 153]. По этим причинам нам представляется целесообразным определить аргументацию как «способ убеждения кого-либо посредством значимых аргументов, обоснование какой-либо мысли или действия, разъяснение с целью формирования определенного мнения о них у реципиента» [8, с. 78]. При этом, в отличие от формально-логического подхода, мы разграничиваем понятия *аргументация* и *доказательство*, полагая, что в медиасфере мы имеем дело именно с аргументацией, которая является адресной, а значит, предполагает наличие объекта воздействия и имеет диалогический характер.

В логике, лингвистике, а также теории аргументации, сложившейся в результате междисциплинарных исследований, разработаны различные модели аргументации. Р. Каплан устанавливает шесть моделей аргументации, называемых также когнитивными стилями: описание случаев и примеров; применение принципов к отдельным примерам; доказательство при помощи научных методов; использование математических формулировок; объединение в одну систему постулатов нескольких возможных сфер содержания [9]. Интересной представляется концепция аргументации С. Тулмина, предпринявшего попытку разработать формализованную модель, лежащую в основе всех случаев аргументирования [10]. Модель С. Тулмина представлена такими компонентами, как *посылка*, *правила логического вывода*, *поддержка*, *модификатор*, *исключение*, *вывод* и по своей сути напоминает фреймовую структуру, т.е. когнитивную модель стереотипной ситуации. В концепции С. Тулмина было впервые отмечено, что речевая аргументация не всегда носит линейный, строго заданный характер, как в формальной логике. Эта идея была в дальнейшем доработана Х. Перельманом и Л. Ольбрехт-Тытека, разделившими формальную, аналитическую аргументацию и аргументацию диалектическую. Так, аналитическая аргументация нацелена на установление истины, а диалектическая – на формирование мнения [11].

С целью установления языковых особенностей воплощения аргументации в англоязычном медийном дискурсе был проведен контекстуальный и лингвостилистический анализ 50 текстов в жанрах блога и колонки (по 25 текстов в каждом из жанров).

В результате проведенного анализа было установлено, что жанр колонки характеризуется более традиционным подходом к аргументации, а именно, наличием таких традиционных компонентов аргументативной структуры,

как *тезис*, *аргумент* и *иллюстрация*. Это накладывает определенные ограничения на порядок следования и место данных компонентов в тексте. Так, в 96 % текстов *тезис* занимает начальную позицию по отношению к *иллюстрации* и *аргументу* и только в 4 % случаев следует за *аргументом*. Последний случай рассматривается лингвистами в качестве особого риторического приема привлечения внимания, так как представляет читателю *тезис* под видом вывода. *Иллюстрация* может следовать за *тезисом* или *аргументом* в зависимости от того, к чему она относится.

Например, в колонке Дэвида Паттерсона «Computer Scientists May Have What It Takes to Help Cure Cancer» тезис *The hope is that by sequencing the genome of a cancer tumor, doctors will soon be able to prescribe a personalized, targeted therapy to stop a cancer's growth or to cure it* 'Мы надеемся, что, вычислив ген рака, врачи смогут назначать персонализированное, направленное лечение, чтобы остановить рост опухоли или вылечить ее' подкрепляется следующим за ним аргументом: *According to Walter Isaacson's new biography "Steve Jobs", a team of medical researchers sequenced the Apple executive's pancreatic cancer tumor and used that information to decide which drug therapies to use* 'Согласно новой книге Уолтера Исааксона «Стив Джобс», команда исследователей вычислила в геноме главы корпорации Apple ген рака поджелудочной железы и использовала эту информацию при назначении медикаментозного лечения'. Далее, развивая свою идею, автор приводит аргумент: *The costs dropped a hundredfold in the last three years. The tipping point before widespread use is believed to be \$1,000 per individual genome...* 'Стоимость [такой процедуры] снизилась в сто раз за последние три года. Последний ценовой рубеж перед тем, как процедура станет общедоступной, оценивают в \$1000 за геном...' для следующего за ним тезиса *Given such dramatic improvement, we could soon afford to sequence the genomes of the millions of cancer patients, which only billionaires could afford a few years ago* 'Принимая во внимание такие стремительные улучшения, скоро мы сможем вычислять геномы миллионов больных раком пациентов, что несколько лет назад было доступно только миллиардерам'. Использование аргумента перед тезисом позволяет автору создать эффект обобщения, делая тезис более весомым и выдвигая его в фокус внимания читателя, а также позволяет избежать однообразности изложения.

Продолжая свои рассуждения о возможностях использования компьютерных технологий в медицине, Дэвид Паттерсон иллюстрирует тезис *Researchers are exploring the engagement of people when traditional hardware and software are not up to the task* 'Исследователи изучают возможности привлечения людей, когда компьютеры не справляются с задачей' следующим образом: *An inspirational example is the Foldit game <...> that recently attracted thousands of volunteers to uncover the structure of an enzyme important to H.I.V. research* 'Вдохновляющим примером является игра Фолдит <...>, которая за последнее время привлекла тысячи добровольцев к изучению структуры фермента, важного для исследования ВИЧ'. Данное высказывание выступает в функции иллюстрации, поскольку делает понятным для читателя, как именно люди заменяют компьютеры, а не убеждает читателя в истинности тезиса.

Тексты в жанре колонки характеризуются некоторыми различиями с точки зрения типов используемых тезисов и аргументов. Так, наиболее частотными являются *тезис-утверждение* (36 % текстов), *тезис-оценка* (28 %) и *тезис-допущение* (25 %). Среди типов аргументов наиболее высокой употребительностью характеризуются *фактуальные* (44 %) и *цитатные аргументы* (37 %) по сравнению с логическими аргументами (19 %). Это связано с их воздействующим потенциалом на читателя, поскольку результаты конкретных исследований, представленные в числовом выражении, и цитаты из авторитетных источников носят более убедительный характер и являются более легкими для восприятия адресата, чем выстроенные по законам логики рассуждения автора.

В отличие от жанра колонки, интегрированного в общую жанровую картину периодических изданий и, следовательно, в большей мере институционализированного, жанр блога функционирует преимущественно на личных авторских сайтах. Очевидно, по этой причине в блогах в гораздо меньшей степени находят отражение традиционные подходы к структурированию и языковому оформлению аргументации. В частности, следует отметить, что в проанализированных блогах отсутствуют конвенциональные эксплицитно выраженные типы аргументов.

Однако как блогеры, так и колумнисты для обоснования своей позиции прибегают к использованию синтактико-стилистического приема перечисления. Как стилистический прием перечисление связывает в рамках одной синтаксической конструкции ряд гетерогенных предметов, понятий или явлений. Например, в колонке «Why Your New Year's Diet Is Doomed» Марка Биттмана речь идет о давлении американской пищевой промышленности над обществом и навязывании ему определенного образа пищевого поведения. Автором выдвигается тезис о сходстве в методах продвижения пищевой продукции на массовом рынке с методами рекламы табачных изделий, который далее обосновывается в виде перечисления: *The playbook for much of the junk-food marketing is similar to what the tobacco industry used for decades* 'Сценарий продвижения фастфуда очень схож с тем, что табачная промышленность использовала десятилетиями' (тезис): *advertising strategies focused on young people, a shirking of responsibility for poisoning entire populations, and an emphasis on individuals' responsibility for their own health* 'рекламные стратегии, направленные на молодых людей, отказ принять ответственность за отравление населения и акцент на личной ответственности каждого человека за свое здоровье' (аргумент).

Помимо перечисления, для аргументации авторами колонок и блогов могут использоваться и иные стилистические приемы, например, риторические вопросы. Как правило, в риторическом вопросе формулируются наиболее концептуальные, глобальные аспекты рассматриваемой проблемы, ввиду чего их суть ясна даже тогда, когда вопрос вырван из контекста, а его аргументативный потенциал реализуется за счет кажущегося очевидного характера завуалированного в виде вопроса отрицания: *What are all those manga and graphic novels and pricey coffee-table books and online comics we're all staring at – not to mention Instagram stories and TikTok videos – if not,*

in essence, picture books for grown-ups? ‘Что такое по сути, все эти манга и графические романы, подарочные издания и онлайн-комиксы – я уже не говорю о сториз в Инстаграм и видео в Тик-Ток, – если не иллюстрированные книги для взрослых?’.

Таким образом, полученные результаты позволяют говорить о том, что в условиях дигитализации языка и медиацентричности современного общества мы можем наблюдать существенные преобразования в способах актуализации одной из глобальных текстовых стратегий, а именно аргументации. В медийном пространстве аргументация по своей сути все больше отдаляется от логической операции и приобретает все больше сходств с риторическими приемами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Клушина, Н. И. Медиастилистика и эмотивная лингвистика / Н. И. Клушина // Изв. Волгоград. гос. пед. ун-та. – 2019. – № 1 (134) – С. 158–161.
2. Карасик, В. И. Трансформация знания в современную эпоху : лингвокультурный аспект / В. И. Карасик // Изв. ВГПУ. Филол. науки. – 2017. – № 3. – С. 88–94.
3. Карасик, В. И. О медийном преобразовании реальности / В. И. Карасик // Человек и его дискурс – 6 : дигитализация коммуникативных практик / отв. ред. М. Р. Желтухина. – Волгоград : ПринТерра-Дизайн, 2020. – 330 с.
4. Конецкая, В. П. Социология коммуникации : учебник / В. П. Конецкая. – М. : Изд-во МУБиУ, 1997. – 304 с.
5. Олешков, М. Ю. Моделирование коммуникативного процесса / М. Ю. Олешков. – Нижний Тагил : Нижнетагил. гос. соц.-пед. академ., 2006. – 336 с.
6. Филиппов, К. А. Лингвистика текста : курс лекций / К. А. Филиппов. – СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2003. – 336 с.
7. Зарубина, Т. А. Способ аргументации в публицистическом тексте / Т. А. Зарубина // Вопросы теории и практики журналистики. – Иркутск : Байкал. гос. ун-т экономики и права, 2012. – № 2. – С. 152–155.
8. Герасимова, И. А. Аргументация как методология убеждения / И. А. Герасимова, М. М. Новоселов // Вопросы философии. – М., 2003. – № 10. – С. 72–84.
9. Стариннова, Т. Б. Структура аргументативного дискурса / Т. Б. Стариннова, Н. А. Мальковская // Вестн. Волж. ун-та им. В. Н. Татищева. – 2009. – № 2. – С. 33–43.
10. Toulmin, S. E. The Uses of Arguments / S. E. Toulmin. – Cambridge : Cambridge University Press, 1958. – 272 p.
11. Перельман, Х. Язык и моделирование социального взаимодействия / Х. Перельман, Л. Ольбрехи-Тытека // Новая риторика : трактат об аргументации. – М. : Наука, 1987. – С. 207–264.

К. А. Белова (Минск, БГЭУ)

ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПЕРЕКЛЮЧЕНИЯ КОДА В ИНТЕРНЕТ-ОБЩЕНИИ

Статья посвящена вопросу смены кода общения в ходе интернет-коммуникации. На материале подписей к фото в сети Инстаграм определяются основные прагматические функции перехода на другой код. В работе рассматривается переключение только между языковыми кодами (естественными языками). Смена кода происходит по ряду разнопла-

новых причин. По результатам исследования следует, что чаще всего пользователи переключаются с одного кода на другой с целью экономии речевых усилий и времени, выделения смыслов, декорирования сообщений и создания юмористического эффекта.

К л ю ч е в ы е с л о в а: интернет-дискурс; интернет-общение; сеть Инстаграм; код; переключение кода; прагматические функции.

The article is devoted to the question of code-switching in the internet-communication. Based on the photo captions in Instagram the key pragmatic functions of code-switching are revealed. The paper considers switching only between language codes (natural languages). Code-switching occurs in a number of diverse reasons. According to the results of the study, it follows that most often users switch from one code to another in order to save speech effort and time, highlight meanings, decorate messages and create a humorous effect.

K e y w o r d s: internet-discourse; internet-communication; Instagram; code; code-switching; pragmatic functions.

В условиях стремительной информатизации современного общества мир сетевой коммуникации для многих членов мирового сообщества выходит на первый план и нередко во многом обуславливает жизнедеятельность и за пределами Сети. В Интернете не только отражается общественная и языковая ситуация как в мире, так и в каждой конкретной стране, но и формируются новые тенденции развития мирового общества вне Сети. В связи с этим многоаспектное изучение интернет-среды в целом и средств общения в ней в частности становится актуальной задачей современного научного знания.

Все большую популярность набирает в последнее время общение посредством социальных сетей и мессенджеров. Одной из популярных сетей является сегодня сеть Инстаграм. Большую часть контента в названной сети составляют фотографии пользователей, которые практически всегда имеют подписи, в которых проявляются языковые и прагматические особенности современного интернет-дискурса.

Анализ подписей к фотографиям белорусских представителей творческих профессий в сети Инстаграм свидетельствует о том, что в ходе интернет-общения коммуниканты нередко прибегают к использованию более чем одного кода, под которым мы понимает «любое средство коммуникации» [1, с. 61]. Все функционирующие в интернет-дискурсе коды можно разделить на языковые и неязыковые. К первым относятся естественные языки, ко вторым – другие знаковые системы, обслуживающие общение пользователей. В данной работе мы остановимся на рассмотрении только языковых кодов. При переключении встречаются разные комбинации языковых кодов, но следует отметить, что наибольшее количество случаев переключения у белорусских интернет-коммуникантов обнаружено при следующих комбинациях языков: с русского на английский и белорусский, с белорусского на русский и английский.

Анализ языкового материала свидетельствует о том, что переключение кодов носит преимущественно мотивированный характер и в силу этого является маркированным. Иными словами, коммуниканты намеренно осуществляют систематическую смену кодов. Переход с одного кода на другой или использование единиц одного кода в высказывании на другом коде при интернет-общении может происходить как сознательно, так и неосознанно и быть вызван рядом причин: сменой темы, адресата, роли или эмоционального

тона общения; желанием или необходимостью воздействовать на адресата, акцентировать или скрыть смысл сообщения, установить и поддерживать контакт, сэкономить речевые усилия и время; развлечением и др. [2, с. 32].

Рассмотрим подробнее использование прагматических функций кодовых переключений на примере подписей к фотографиям в сети Инстаграм белорусов творческих профессий. Всего проанализировано 300 подписей, в них обнаружено переключение кода. Следует отметить, что в одном переключении может реализовываться несколько функций сразу. Орфография и пунктуация во всех примерах сохранены в авторской редакции.

Экономия речевых средств, усилий и времени возникает при интернет-коммуникации и вызывает кодовое переключение довольно часто. Это позволяет облегчать общение и использовать первый из эквивалентов, который вспомнился, особенно если он лаконичнее. Лаконичность играет роль, так как не происходит непосредственно прямого диалога между пользователями. Краткое и ясное выражение мыслей дает возможность адресату сообщения донести свое послание другим. Приведем примеры.

1. *В новинках декабря на КиноПоиск HD вышло целых три классных драмы: Учитель. Первые ласточки. В погоне за мафией все три сериала в моем **watch list**. Жду длинных новогодних праздников, чтобы все успеть посмотреть* ('список для просмотра').

2. *А про декоративную косметику я мало рассказывала, поэтому подробно расскажу вам о своих любимчиках и **must-have**. Ну и на десерт расскажу о домашних целебных масках для волос* ('что-то, что у вас обязательно должно быть').

3. *Но вот понимаю, что силы на исходе и я совсем мало стала уделять себе внимания. Поэтому я решила, что подарю-ка я себе **бьюти**-неделю. Всю неделю я буду мало работать и много заниматься своим телом, волосами, питанием и т.д* ('уходовые процедуры для лица и тела').

4. ***Preparty** @atlasweekend в Минске случилась 5 июня в @republic.clubminsk при участии @otorvald @grannypocket @nizkiz_music_band @nitenitenite_music* ('небольшая вечеринка, предшествующая более масштабному событию').

5. *Сняли для вас красивый **live** в лесу на песню «ИНЫМИ»* ('в режиме реального времени, вживую').

В этих случаях сложная структура русскоязычной единицы создает естественные предпосылки для использования кодового переключения на английский язык. В данных примерах мы видим, что англоязычные аналоги лучше передают смысл, а также экономят время и усилия. Отсутствует необходимость использовать сложные конструкции русского языка. При этом в русском языке нет четких эквивалентов, которые бы полностью передали исходный смысл.

Среда социальных сетей является многопользовательской. При интернет-общении возникает постоянный поток информации. Для того, чтобы выделить смысл определенных слов, фраз или предложений прибегают к кодовым переключениям. Это позволяет акцентировать внимание других пользователей. Приведем примеры.

1. **Think/thank.** О чем ты думаешь ПРЯМО СЕЙЧАС? Кого и за что ты можешь поблагодарить ('думать, благодарить')?

2. День Мамы, врача, железнодорожника, фотографа наконец! Зачем во всем видеть умысел и что-то негативное? **АЙ ДОНТ ноу!** Миром правит любовь, а не вот эти ваши выдумки! Всем счастья, добра и се*са! Ваше мнение? ('я не знаю').

3. **Lady in red.** Очень редко меня можно встретить в красном. Предпочитаю более спокойные нейтральные оттенки. Но иногда я не прочь поэкспериментировать в образах ('дама в красном').

4. Во-вторых, из мест знакомств остались только работа и воскресные марши. И то у многих работа перешла в онлайн и **work from home**, это когда ты сверху еще вроде как надеваешь на онлайн-созвон рубашку, но пижамные штаны не снимаешь снизу неделями ('удаленная работа').

5. Поэтому у кого подрастают малыши, которые собираются в сад, – **вэлкам плиз.** С меня инфо, с вас – сердечки и комментарии. Договорились? ('пожалуйста, добро пожаловать').

Декоративная функция реализуется для того, чтобы украсить свои сообщения цитатами, афоризмами из другого языка. Приведем примеры.

1. Мне 47, и моя главная роль еще не сыграна. **Show must go on!** ('шоу должно продолжаться').

2. Какой чудесный день – **Blossom by blossom the spring begins** ('расцветать / зацветать – весна начинается').

Неформальность интернет-дискурса создает благоприятные условия для игрового и шутливого тона общения. Юмористическая функция служит средством для создания комического эффекта. Это помогает отдыхать от норм и правил сетевого взаимодействия. Приведем примеры.

1. **ХОЧУ ПЕРЕМОТАТЬ ЗИМУ И СРАЗУ ВЕСНУ! АЙС** ('круто')?

2. А теперь ответьте, пожалуйста, для моей инста статистики на вопросы – узнаем, **ху из ху** ('кто есть кто').

3. Давали рокешика с @artemrybakin в Москоу-сити... **коз ам э рок стар...**! Спасибо @mentusova @marketemotion за приглашение ('потому что я рок-звезда').

Переключения могут быть обусловлены темой разговора, если одни темы легче обсуждать на одном языке, другие – на другом. Одним из проявлений предметно-тематической функции может быть незнание лексики, связанной с предметом обсуждения, или ее отсутствие в одном из языков, а также использование названий иноязычных реалий.

1. Если у человека есть психологические расстройства, например, не может расстаться со своим питомцем, то ему выдают справку **Emotional support dog**. С этой справкой можно заселяться в любые апартаменты, даже в те, в которые нельзя с собаками, а еще можно бесплатно летать в самолетах.

2. **Halloween** в отдельно взятой семье. Кто как относится к этому празднику? Мне нравится, если относиться к нему несерьезно и как к возможности переодеться.

3. *Фотография в стиле London Fashion Week и @maryleest. #LFW #louisvuitton #bff учу английский!! А как твой четверг?*

4. Дресс-код «**black tie**» – значит, я готов!

В данных примерах мы видим использование иноязычных реалий. Переключение кода помогает пользователям в таких случаях и не требует дополнительного объяснения, что позволяет донести информацию другим.

Смена кода помогает реализовать функцию самоидентификации, когда говорящий желает подчеркнуть свою этническую принадлежность, способность общаться на том или ином языке или воздействовать на выбор языка собеседником. Приведем примеры.

1. *1 year ago I came to Miami to stay. I've started this stitching to celebrate the anniversary & Сегодня ровно год, как я живу в Майами! Пишу вам и даже не верится. Я безумно рада, что жизнь привела меня сюда ('1 год назад я приехал в Майами, чтобы остаться. Я начала эту забаву, чтобы отметить юбилей')*.

2. *Начинаем Винушем даражэньки @inna_mikhina_!*

В исследуемом материале было замечено, что кодовые переключения выполняют эмоционально-оценочную функцию, помогают усилить или минимизировать положительную или отрицательную эмоцию или оценку.

1. *Это когда смотришь и делаешь facepalm.*

Здесь переход на английское слово *facepalm* ('закрыть лицо рукой') уменьшает негативную окраску.

2. *Весь этот WOW эффект, о котором меня все спрашивают, – это мезотерапия препаратом NCTF 135-НА Filorga и пилинг @BioRePeel.belarus.*

В этом же примере слово *WOW* ('здорово') позволяет усилить положительную эмоцию.

Использование данной функции меняет сообщения пользователей и придает им нужную окраску. При этом нет необходимости волноваться, что посыл будет интерпретирован неправильно.

Функция воздействия чаще всего проявляется в тех ситуациях, когда переключение на другой язык осуществляется для получения более быстрой реакции от собеседника. Приведем примеры.

1. *Пишите «хочу», ждите и Let's go ('вперед').*

2. *Го в акк Боржоми читать правила и получать подарки ('идем').*

3. *Чекайте их аккаунт в инсте и следите за всеми новостями, чтобы знать, где и когда появятся новые вкусы ('просмотрите').*

Данные примеры помогают увидеть попытку воздействовать на получателей сообщения и добиваться от них тех или иных действий без применения более сложных конструкций.

Переключения на другой язык используются и для установления, поддержания или завершения контакта. Приведем примеры.

1. *Всем нихао ('привет')!*

2. *Больше двух дней тут делать нечего, но это отличный сценарий для скандинавских выходных. Nakemiin ('до свидания').*

Итак, чаще всего при интернет-общении смена кода возникает вследствие экономии речевых усилий и времени (26,7 % проанализированных подписей с кодовым переключением). Также пользователи прибегают к смысло-выделительной (18,8 %), декоративной (17 %) и юмористической функции (10,3 %) смены кода. Средние значения имеют такие функции: предметно-тематическая (9,1 %), самоидентификации (7,9 %) и эмоционально-оценочная (4,8 %). Меньше всего реализуются воздействующая (3 %) и фатическая (2,4 %) функции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Крысин, Л. П. Кодовые переключения как компонент речевого поведения человека / Л. П. Крысин // Речевое общение : Специализир. вестн. – Красноярск, 2000. – С. 61–64.
2. Белова, К. А. Поликод как средство интернет-общения / К. А. Белова // Ежемес. междунар. науч. журн. «LINGVO-SCIENCE». – № 11/2018. – Варна, 2018. – С. 31–33.

Т. В. Еромейчик (*Минск, МГЛУ*)

ПРИЕМЫ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ РАМКИ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА БЕЛАРУСИ

Статья посвящена рассмотрению способов преобразования коммуникативной рамки рекламного дискурса как основного инструмента его оптимизации, снижения критичности восприятия и стимуляции позитивной реакции. Автор подробно освещает проблему дифференциации понятий *убеждение* и *манипуляция* и трактует приемы трансформации рекламной ситуации как зону пересечения данных категорий. В статье описываются наиболее релевантные для рекламной коммуникации ситуации нерекламного характера (ситуации вознаграждения, амортизации, поздравления, покровительства, информирования, преобразования и соревнования) и их роль в решении коммуникативно-прагматических задач рекламы.

К л ю ч е в ы е с л о в а: рекламная коммуникация; дискурс рекламы; убеждение; манипуляция; рекламная ситуация; трансформация.

The paper is aimed at exploration of the ways to transform communication frame of advertising discourse as the main tool for its optimization, reducing criticality and stimulating a positive reaction. The author speculates on the problem of differentiation between persuasion and manipulation and interprets the methods of transformation of the advertising situation as a zone of intersection of these categories. The article describes the most relevant non-advertising situations created in advertising context (situations of reward, amortization, congratulations, patronage, informing, transformation and competition) and their role in solving the communicative-pragmatic tasks of the given discourse.

Key words: advertising communication; advertising discourse; persuasion; manipulation; advertising situation; transformation.

Изучение вопросов эффективной внешней коммуникации организации и стратегий продвижения сегодня является динамично развивающейся, активно ставящей новые проблемы областью лингвистических исследований. В ситуации тотального влияния на общественное и индивидуальное сознание медиасреды, повсеместного использования новых коммуникационных техно-

логий и медийного конструирования публичной сферы особый интерес представляет рекламная коммуникация как специфический тип современной социокультурной практики.

В настоящее время в науке существует множество определений феномена рекламы, что говорит о ее полифункциональности, сложности и многогранности. Инвариантной для подавляющего большинства определений рекламы является ее трактовка как специфической области социальной массовой коммуникации. Массовая коммуникация представляет собой «систематическое распространение сообщений по специфическим техническим каналам среди численно больших, рассредоточенных аудиторий с целью утверждения духовных ценностей данного общества и оказания идеологического, политического, экономического или организационного воздействия на оценку, мнения и поведение людей» [1, с. 453].

По словам А. Н. Баранова, реклама характеризуется специфическими коммуникативными намерениями отправителя сообщения: побуждением адресата купить некоторый товар или услугу (коммерческая реклама), проголосовать за политического лидера или организацию (политическая реклама), изменить поведение или привычки (социальная реклама), сформировать или сохранить позитивное отношение к лицу (имиджевая реклама) [2, с. 150]. При этом важно подчеркнуть, что под ответной реакцией на коммуникативное воздействие следует понимать не только непосредственное действие адресата, но и изменение мнения, отношения и жизненных установок коммуникантов. Другими словами, собственная коммуникативная задача в рамках любого рекламного текста в конечном итоге одна и та же – это создание определенной мотивации, то есть формирование или усиление у адресата позитивных установок и намерений, связанных с каким-либо явлением, товаром или услугой, а также определенная корректировка поведения объекта влияния.

Общий термин *коммуникативное воздействие* предполагает наличие двух разновидностей его реализации – убеждения и манипулирования, которые в рекламном тексте находятся в глубоком взаимодействии и взаимопроникновении.

В основе убеждения как воздействия на сознание реципиента лежит выстраивание рациональной аргументации путем отбора, логического упорядочения фактов и выводов. Убеждение, по мнению Ч. Ларсена, это совместная идентификация, которая происходит при использовании символов говорящим, причем в процессе участвуют оба – говорящий и слушающий [3, р. 146].

Под языковым манипулированием (суггестией) понимают «скрытое или неявно выраженное воздействие посредством языка на мнение и поведение адресата, попытку склонить адресата к своей точке зрения, стремление извлечь выгоду для себя, маскируя при этом свои подлинные намерения» [4, с. 24]. В целом в основе манипулирования лежат такие психолингвистические механизмы, которые вынуждают адресата некритично воспринимать речевое сообщение, способствуют возникновению иллюзий и заблуждений [5, с. 99]. Это достигается благодаря особой подаче концептуальной информации, когда скрытые возможности языка используются говорящим для того,

чтобы навязать слушающему определенное представление о действительности, сформировать нужное отношение к ней, вызвать необходимую адресанту эмоциональную реакцию.

Текстовое пространство современной рекламы предоставляет богатейший материал для анализа технологий конструирования смысла и манипулирования, направленного на формирование определенного мнения, необходимых предпочтений и установок, а также реализацию определенной корректировки поведения объекта влияния.

Ситуация рекламного взаимодействия отличается условиями, крайне неблагоприятными для достижения коммуникативных целей рекламодателя. Потребитель в большинстве случаев воспринимает рекламное обращение, текст как импозитивную попытку искусственно сконструировать отличительные характеристики рекламируемого объекта и навязать его приобретение. Безусловно, коммерческий характер дискурса рекламы очевиден для потенциального реципиента и вызывает имманентное предубеждение и недоверие к любому рекламному тексту.

В таких обстоятельствах особую актуальность приобретают приемы, позволяющие завуалировать рекламный смысл, настроить аудиторию на гармоничное общение, вызвать положительную эмоциональную реакцию. Достигается это, как правило, посредством трансформации коммуникативной рамки рекламного дискурса в сферу непринужденного дружеского общения, в результате которого манифестируются интересы и заботы адресата и только постпозитивно используется напоминание о предмете рекламы.

К наиболее частотным способам сокрытия рекламного сигнала относятся создаваемые в дискурсе рекламы ситуации вознаграждения, амортизации, поздравления, покровительства, информирования, преобразования и соревнования.

Ситуация вознаграждения предполагает возможность получения адресатом некоторого подарка. В данном случае сильную позицию в тексте занимают такие лексемы, как *бесплатно, даром, безвозмездно, подарок, сюрприз* и т.д. Их употребление обусловлено высокими возможностями по созданию первичного интереса. Тем не менее, очевидно, что такая щедрость рекламодателя не может быть абсолютно бескорыстной, однако данный факт в рекламном обращении не акцентируется. В этой связи условия получения подарка подаются мелким шрифтом в областях пониженного внимания аудитории. Например, *Детский развлекательный центр «Карамелька». Имениннику все БЕСПЛАТНО! Все лето! Батут, лабиринт, аквагрим, праздничный обед, карточка на игровые аттракционы. При заказе Дня рождения от 6 человек; «Атлант Телеком». Подарок каждому; МТС. Какой подарок Ваш? Узнайте, отправив Бонус на 4555. Подарок – это вознаграждение, предоставляемое за бонусные баллы в бессрочной программе МТС Бонус; «БелМастерПласт». День Рождения у нас, а подарки для Вас! При оформлении заказа в месяц своего Дня Рождения.*

Схожей функциональной направленностью отличается и ситуация амортизации. Здесь продвижение рекламируемого объекта маскируется обещанием послабления ценовой политики. Языковыми средствами выражения

данной интенции становятся слова *распродажа, ярмарка, ликвидация, скидки, акция, срочная продажа*, отличающиеся необычайно высокой продуктивностью в условиях современного экономического кризиса: *Ювелирные украшения «Мономах». Солнечный удар! По ценам! –47 %; ОАО «ГУМ». Акция для участников дисконтной программы «Клуб постоянных покупателей». Скидки до 22 %; ЗАО «МТБанк». Акция! Ищете ВЫГОДУ? «МТБанк» и «Электросила» дарят скидки; Школа иностранных языков Streamline. Учим говорить! –20 % до конца августа.*

Ситуация поздравления подразумевает оформление рекламных обращений в виде поздравительной открытки или настольного календаря. При этом используются императивные формы глаголов, а также имена существительные в форме родительного падежа *Счастья! Примите теплые пожелания! Разрешите / позвольте поздравить и пожелать*. Но вновь на фоне явной иллюкативной силы проявляется другая, имплицитная, установка на напоминание о существовании рекламоателя и его продукции: *Милые Дамы, поздравляем Вас с наступающим праздником 8 Марта! Ресторан «Планета»; С Рождеством и Новым Годом! Milavitsa; С праздником Светлой Пасхи! ОАО «Лидахлебопродукт».*

Ситуация покровительства связана с деятельностью рекламоателя в качестве организатора либо спонсора различных мероприятий. Интенция адресанта в данном случае заключается в совершенствовании имиджевой составляющей организации и создании косвенного аргумента в свою пользу посредством демонстрации собственной надежности и социальной ответственности: *Приглашаем принять участие любителей бильярда в зимнем турнире Titan Cup по русскому бильярду. Торгово-развлекательный центр «Титан»; На протяжении многих лет белорусские поклонники художественной гимнастики с особым нетерпением ожидают месяц декабрь. С Рождественскими праздниками приходит одно из самых замечательных и трогательных событий спортивного года – международные детские соревнования BabyCup-BelSwissBank.*

Ситуация информирования сводится к предоставлению некоммерческой информации, которая может заинтересовать или быть полезной для потенциального потребителя. Тем не менее последующее использование данных сведений неразрывно связано с необходимостью совершения нужного рекламоателю поступка, в частности покупки рекламируемого объекта: *Сочники с творогом. 70 грамм сливочного масла, 2 стакана муки, 4 ложки сметаны, 100 грамм сахара, 1 яйцо, 200 грамм творога. Приятного аппетита! «Лидская мука».*

В ситуации преобразования автор рекламного текста актуализирует потребности самореализации, обогащения личности потребителя, творческой реорганизации окружающей действительности. С этой целью используются традиционно императивные конструкции, включающие лексемы *твори(те), измени(м), взлетай(те), зажигай(те), управляй(те)* и т.д. При этом в обращении указываются средства достижения желаемых целей – рекламируемые товары и услуги. Данный прием отличается необычайно высокой частотностью употребления в дискурсе рекламы, поскольку задействует цен-

ностные ориентации, присущие большинству индивидов: *МТС. Хватит мечтать – ты можешь летать; Serge. Расправь крылья и взлетай; МТС. Живи с драйвом; Брось вызов погоде. Colin's.*

Наконец, ситуация соревнования связана с привлечением адресатов к участию в конкурсах, лотереях, рекламных играх и т.д. Возможность получить выгоду, во много раз превосходящую реальные затраты на участие, безусловно, является мощным фактором, стимулирующим потребительскую активность: *Квас «Лидский хлебный». Собери наклейки от бутылок общим объемом 9 литров и выиграй 1 миллион; Совершайте покупки в ТЦ «Замок» и ТЦ «Корона» и получите шанс выиграть сертификат на путешествие; Заведи удачу с пол-оборота с кредитной картой Visa «Беларусбанка». Совершите одну или несколько безналичных операций на общую сумму от 95 рублей и получите шанс стать владельцем Renault Kaptur; Получайте удачу в придачу! Совершайте покупки в магазинах «Евроопт» и «Бруснічка» и выигрывайте 3 автомобиля Ниссан Жук и суперприз – 2-комнатную квартиру в Минске!*

На основании проведенного исследования можно сделать вывод об активном функционировании в дискурсе рекламы семи основных приемов трансформации рекламной ситуации. Выявленные вариации направлены на акцентуацию бенефактивности рекламного контакта для адресата и, соответственно, предоставляют дополнительные возможности по изменению конфронтационного стиля общения недоверчивого потребителя и расчетливого рекламодателя на дружеский и конструктивный. Это в конечном итоге существенно минимизирует негативные эффекты и снижает критическое восприятие сообщения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большая Советская Энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – М. : Сов. энцикл., 1974. – Т. 15. – 631 с.
2. Баранов, А. Н. Лингвистическая экспертиза текста : теория и практика : учеб. пособие / А. Н. Баранов. – М. : Флинта : Наука, 2007. – 592 с.
3. Larson, Ch. U. Persuasion : Reception and responsibility / Ch. U. Larson. – 7th ed. – Belmont : Wadsworth Publishing Company, 1995. – 447 p.
4. Копнина, Г. А. Речевое манипулирование : учеб. пособие / Г. А. Копнина. – М. : Флинта, 2010. – 176 с.
5. Быкова, О. Н. Языковое манипулирование / О. Н. Быкова // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. – Вып. 1. – Красноярск, 1999. – С. 99–103.

Е. В. Сажина (Гомель, ГГУ им. Ф. Скорины)

ДИСКУССИЯ, СПОР, ПОЛЕМИКА: К РАЗГРАНИЧЕНИЮ ПОНЯТИЙ

Настоящая статья посвящена рассмотрению таких понятий, как *дискуссия*, *спор* и *полемика*. Анализируются подходы к их определению с точки зрения логики и лингвистики. Уточняются основные целевые установки рассматриваемых форм коммуникации, а также их отличительные языковые особенности. Приводятся основания для отнесения полемического дискурса печатных СМИ к полемической форме коммуникации.

К л ю ч е в ы е с л о в а: дискуссия; спор; полемика; дискурс печатных СМИ; аргументация; стратегия.

This article deals with such concepts as discussion, argument and polemic. The approaches to their definition from the point of view of logic and linguistics are analyzed. The main target settings of the considered forms of communication are specified, as well as their distinctive linguistic features. The grounds are given for classifying the polemical discourse of the print media as a polemical form of communication.

Key words: discussion; argument; polemic; print media discourse; argumentation; strategy.

Дискурс, являясь «живым организмом», под воздействием многочисленных экстралингвистических факторов постоянно развивается, что дает ученым безграничное поле для проведения лингвистических исследований. Особое место в этом ряду занимает анализ полемического дискурса печатных СМИ на материале британской и белорусской прессы.

Как было установлено ранее, полемический дискурс печатных СМИ, представляющий собой сложное коммуникативное явление, имеющий своей целью поиск решения актуальных проблем, включает тексты проблемных статей и откликов на них и характеризуется наличием определенного набора языковых средств, отвечающих цели дискурса. Можно также отметить, что исследуемый нами полемический дискурс креативен, т.е. имеет способность развиваться в различных направлениях обсуждения проблемы, которые предлагают разные адресаты в своих откликах [1].

При проведении исследования целесообразным является рассмотрение вопроса о сущности полемического характера изучаемого дискурса, а также проведение разграничения между такими понятиями, как *дискуссия*, *спор* и собственно *полемика*.

В логике полемика представляет собой разновидность спора, в ходе которого спорящие стороны направляют основные усилия на утверждение своей точки зрения по обсуждаемому вопросу.

Полемика, как и дискуссия, является одной из наиболее распространенных форм спора. Сходство между полемикой и дискуссией состоит в том, что в полемике присутствует определенный тезис, лежащий в основе разногласий. Полемике также свойственна содержательная связность, предполагающая внимание к аргументам противной стороны, определенный набор приемов, с помощью которых выдвигаются контраргументы и доказывается собственная точка зрения.

Вместе с тем полемика существенно отличается от дискуссии тем, что ее цель заключается прежде всего в поиске общего согласия, того, что объединяет разные точки зрения, в то время как основная цель полемики – утверждение одной из противостоящих позиций. Участники полемического диалога практически не ограничены в выборе средств спора, его стратегий и тактик, в то время как дискуссия предполагает наличие ряда ограничений. Полемика, как и спор, не допускает таких приемов, как аргумент к силе или к невежеству, подмена тезиса, использование ложных и недоказанных аргументов и т.п. В полемике большое значение имеют такие приемы, как навязывание своего сценария обсуждения темы, внезапность в использовании доводов, выбор наиболее удачного времени для изложения решающих аргументов и т.п.

Если в споре главным является достижение истины, то полемика направлена преимущественно на утверждение своей позиции [2].

Понятие *полемика* с точки зрения лингвистики исследовалось в соотношении с такими понятиями, как *языковая личность, коммуникативные стратегии и тактики, речевой конфликт, гармоничный / дисгармоничный речевой акт, аргументация* и рассматривалось с позиции адресанта и адресата. С точки зрения лингвистической антропологии полемика анализировалась как коллективный языковой феномен, в основе которого лежат социально-психологические модели речевого поведения [3]. Также полемика изучалась с точки зрения конфликтологии [4].

Выделение полемического дискурса печатных СМИ в самостоятельный тип дискурса обусловлено его полемическим характером, проявляющимся в определенной форме межличностного общения, диалогичностью, аргументированностью, наличием набора языковых средств и полемических приемов, социальным характером и др.

Особенность полемического дискурса заключается в том, что он может проявляться в рамках других дискурсов: научном, политическом, педагогическом, медийном и др., так как имеет своей целью поиск альтернативных решений возникших проблем, открывает новые возможности развития общества. На современном этапе развития общества полемика весьма актуальна, поскольку способствует нахождению решений, которые могут положительно влиять на рост жизненного уровня общества, развитие науки и техники, гармонизацию отношений между коммуникантами и достижение взаимопонимания между участниками коммуникации.

Анализ определений, представленных в лексикографических источниках, научных публикациях, учебной литературе по культуре речи, деловому общению, риторике позволил выделить компоненты значения дискуссии, спора и полемики. Это дает возможность разграничить данные формы аргументированной речи как по содержанию, так по объему и сфере функционирования.

Так, с лингвистической точки зрения «полемика представляет собой диалогическое (устное и письменное) общение компетентных в конкретной сфере деятельности субъектов, имеющих различные (противоположные) точки зрения относительно обсуждаемого вопроса, с целью утверждения своей позиции и опровержения другой при помощи достаточной и убедительной аргументации» [5]. Наличие противоположной идеи, мнения, лежащих в основе полемики, характеризует последнюю как спонтанную и непредсказуемую вербальную борьбу, не имеющую ограничений по времени и количеству участников.

В свою очередь спор представляет собой состязание за идею, мысль. В отличие от полемики, спор представляет собой обсуждение любого вопроса на любую тему. Участниками спора могут являться как компетентные, так и некомпетентные лица.

Спор может включать и виды публичного «интеллектуального» взаимодействия (полемика, дискуссия, диспут, дебаты, прения), и виды взаимодействия субъектов в обыденной жизни (препирательство, ссора,

пререкания). Основой для выделения данного вида общения как родового по отношению к другим являются широкий охват различных сфер жизнедеятельности участников коммуникации, неограниченность регламентом и другими параметрами.

Дискуссия представляет «коммуникативное взаимодействие субъектов, основанное на решении вопроса в рамках конкретной темы с целью определения истины либо приближения к ней. Участники дискуссии подчиняются определенным правилам, регламенту и используют корректные приемы» [5].

К основным признакам дискуссии исследователи относят наличие аудитории (публика), собрания, беседы, печати, наличие темы, которая обсуждается с применением корректных приемов в ограниченном временном отрезке и регулирует выступления участников.

В дискуссии коммуникативное взаимодействие компетентных в определенной сфере участников направлено на поиск истины вне зависимости от различий в их позициях для прояснения и уточнения сложного вопроса, решение которого не только удовлетворит обе стороны, но и послужит благом для общества.

Таким образом, полемика и спор представляют собой свободные формы аргументированной речи: они не имеют ограничений по времени, количеству участников, спонтанны и непредсказуемы. При этом в полемике участниками признаются определенные правила, принципы, в споре эти ограничения отсутствуют. Отнесенность дискуссии к организованным формам аргументированной речи определяется тем, что она организуется, готовится заранее и следует определенному плану [Там же].

В настоящей работе мы придерживаемся точки зрения, в соответствии с которой полемика представляет собой спор, при котором имеются конфронтация, противостояние, противоборство сторон. Исходя из этого, полемику можно определить «как борьбу принципиально противоположных мнений по тому или иному вопросу, публичный спор с целью защитить, отстоять свою точку зрения и отвергнуть мнение оппонента» [6, с. 6]. Дискуссию мы относим к виду полемики и трактуем как «такой публичный спор, целью которого является выяснение и сопоставление различных точек зрения, поиск, выявление истинного мнения, нахождение правильного решения вопроса, проблемы» [7, с. 12]. Именно дискуссия как тематическая полемика характерна для полемического дискурса печатных СМИ, ядерным центром которого является проблемная статья.

Как известно, к причинам возникновения полемики относятся: 1) мешающий работе разнобой; 2) нечеткость границ области аргументации, степень достоверности используемой информации, допустимость ее применения в качестве оснований аргументации; 3) сомнительность опубликованных умозаключений и рассуждений из-за противоречащих здравому смыслу выводов; 4) осознанность реальной проблемы и потребность найти средства ее преодоления [Там же, с. 14]. Таким образом, полемический характер исследуемого дискурса обусловлен как одной из причин его возникновения – потребностью найти решение создавшейся проблемы, так и способом реализации – дискуссией (тематической полемикой).

Предпринимая попытку разграничить понятия дискуссии, спора и полемики, мы установили, что принципиальное отличие кроется в их целевых установках. Но необходимо также обратиться к анализу языковых признаков, которые могут маркировать рассматриваемые нами виды коммуникации, что может способствовать выявлению классификационных признаков дискуссии, спора и полемики.

Анализ материала по данной теме позволил установить, что на результат дискуссии, исход спора или полемики влияет выбор коммуникативных стратегий и тактик, которые могут быть ориентированы на защиту или нападение, на применение собственно логических доводов или психологического давления на оппонента, на использование контратаки и т.п. Тактики, в свою очередь, могут реализовываться с помощью таких приемов, как прямое обращение к адресату, «опрос – допрос», метод «да, но...», при котором присутствует как бы согласие, переходящее в опровержение мнения противника, метод «кусков», то есть оценка аргументации противника по частям, и метод суммирования, когда присутствует подытоживание позиций противника и переход в наступление.

В качестве убедительных, рациональных аргументов при реализации аргументативной стратегии в ходе дискуссии, спора или полемики используются статистические данные, законы природы и общества, аксиологические положения науки, теоретические обобщения и выводы, факты, примеры из жизни.

Однако, в отличие от дискуссии, в споре и полемике приходится не только доказывать собственное утверждение, но и опровергать тезис, критиковать доводы, доказывать несостоятельность аргументов по отношению к тезису.

Дискуссии, спору и полемике свойственно употребление вопросов и ответов на них, однако сами типы вопросительных высказываний и ответы на них разнятся. Так, для дискуссии наиболее характерны закрытые вопросы, направленные на выяснение истинности или ложности заключенного в них суждения, и отвечать на них можно только «да» или «нет». Для спора в свою очередь наиболее типично употребление открытых вопросов, направленных на получение новых знаний, новых сведений об интересующем предмете. Для полемики в свою очередь характерным является употребление как открытых вопросов, так и вопросов, на которые адресант сам дает ответы, а также риторических вопросов, которые в своей совокупности способствуют укреплению доказываемого адресантом тезиса.

Как для дискуссии, так и для спора и полемики при убеждении типичным считается введение тезиса с использованием так называемых глаголов мнения (*Я считаю..., я думаю..., I think..., I suppose...*), пропуск или сознательное неиспользование которых делает утверждение бесспорным, превращая высказывание из утверждения в категорическое заявление, требование, приказ.

Эффективным средством в споре считается применение юмора, иронии и сарказма, в то время как для дискуссии употребление данных приемов не свойственно.

Несмотря на многочисленные исследования природы спора и его языковых признаков, не существует четкой классификации последних, поэтому в дальнейшем предполагается проведение сравнительно-сопоставительного анализа полемического дискурса на материале британских и белорусских печатных СМИ с целью выявления типичных языковых признаков полемического характера исследуемого дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Сажина, Е. В.* Структурные и прагматические характеристики полемического дискурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Е. В. Сажина. – Минск : МГЛУ, 2007. – 132 л.
2. *Ивин, А. А.* Словарь по логике / А. А. Ивин, А. Л. Никифоров. – М. : Туманит, Изд. центр ВЛАДОС, 1997. – 384 с.
3. *Линнас, Э. А.* Критический анализ дискурса политической полемики (на материале электронных СМИ) : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Э. А. Линнас. – Тверь : ТГУ, 2006. – 19 с.
4. *Шестерина, А. М.* Полемический текст в современной прессе : дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / А. М. Шестерина. – Воронеж : ВГУ, 2004. – 498 л.
5. *Жумагулова, Б. С.* Особенности полемического дискурса / Б. С. Жумагулова // Успехи современного естествознания. – 2013. – № 7. – С. 142–145.
6. *Павлова, Л. Г.* Спор, дискуссия, полемика / Л. Г. Павлова. – М. : Наука, 1991. – 178 с.
7. *Родос, В. Б.* Теория и практика полемики / В. Б. Родос. – Томск : Изд-во Томск. гос. ун-та им. В. В. Куйбышева, 1989. – 55 с.

А. К. Шевцова (Могилёв, МГУ имени А. А. Кулешова)

СПОСОБЫ ВЕРБАЛИЗАЦИИ НЕГАТИВНОЙ ВЕЖЛИВОСТИ В ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯХ

Статья посвящена анализу способов языковой реализации негативной вежливости в интернет-комментариях. Автором осуществлен аналитический обзор теоретического материала с целью систематизации основных стратегий актуализации негативной вежливости в целом. В ходе анализа фактического материала было получено подтверждение теоретических выводов относительно наиболее популярных стратегий, а также идентифицированы их языковые маркеры.

К л ю ч е в ы е с л о в а : негативная вежливость; коммуникативная категория; стратегия; прагматический подход; речевой акт.

The article is devoted to the analysis of the ways of language implementation of negative politeness in Internet comments. The author has carried out an analytical review of the theoretical material in order to systematize the main strategies for updating negative politeness in general. The analysis of the actual material confirmed the theoretical conclusions about the most popular strategies, as well as identified their language markers.

Key words: negative politeness; communicative category; strategy; pragmatic approach; speech act.

За последние несколько десятилетий развитие интернет-технологий во многом трансформировало понятие межличностной коммуникации. Современные психологи и социологи выражают обеспокоенность тем фактом, что

основное общение людей перемещается в онлайн-формат, вытесняя некогда более привычную живую коммуникацию. В то же время следует отметить, что в Интернете люди не видят собеседника, остаются анонимами и могут позволить себе более прямолинейные высказывания в адрес других коммуникантов. Пользователи Сети сегодня могут не только сообщать друг другу новую информацию, размещать фото- и видеоматериалы, но и живо обсуждать отдельные события или людей в чате, на форумах. Достаточно часто интернет-пользователи не остаются равнодушными к новостным сообщениям и решают высказать собственное мнение путем написания комментариев. Однако комментарии в Сети обладают целым рядом специфических характеристик. В этой связи возникла необходимость изучения коммуникативной категории вежливости в новом ракурсе.

В целом, коммуникативная категория вежливости имеет в своей основе универсальное представление о конвенциональных установках, принятых в любом обществе независимо от его этнической или религиозной принадлежности. Вслед за Р. Лакоффом [1], будем рассматривать категорию вежливости в русле прагматического подхода, который предполагает выполнение трех основных правил вербального и невербального общения: 1) не будь навязчивым; 2) предоставляй возможность выбора; 3) будь вежливым. Следует также отметить, что в последнее время в прагматической лингвистике широкое распространение получили понятия позитивной и негативной вежливости. Данная концепция подробно рассматривалась в контексте теории вежливости Браун–Левинсона [2], появившейся как развитие теории Э. Гоффмана [3] о негативном и позитивном «лице». Дж. Юль также работал в данном направлении и уточнил параметры выделения позитивного и негативного «лица» и в последствии позитивной и негативной вежливости [4].

Обобщая выводы вышеуказанных исследователей, можно прийти к следующим умозаключениям: позитивная вежливость направлена на сохранение «лиц» коммуникантов путем выражения симпатии и солидарности с собеседником, смягчения воздействия «ликоугрожающих актов»; негативная вежливость направлена на уважительное дистанцирование коммуникантов. При этом негативная вежливость не равна невежливости или грубости, поскольку происходит демонстрация права на существование любой точки зрения, отсутствие ограничений свобод обеих сторон, однако адресант сохраняет свое «лицо» и не принимает позицию собеседника. Согласно теории Браун–Левинсона, изложенной в работе «Вежливость: некоторые универсалии в употреблении языка» [2], следует выделить несколько стратегий негативной вежливости: 1) не будь излишне прямолинейным; 2) используй вопросительные формы; 3) выражай почтительность; 4) проси прощения; 5) деперсонифицируй высказывания; 6) используй пассивные формы.

Рассматривая подробнее теорию Браун–Левинсона, представляется возможным составить список языковых средств (маркеров), реализующих негативную вежливость. Так, стратегия избегания излишней прямолинейности, в первую очередь, актуализируется в речи путем использования косвенных речевых актов. При этом под косвенными речевыми актами понимаются высказывания с доминирующим вторичным значением, которое вступает

в противоречие с прямым языковым значением составляющих его языковых единиц. Таким образом, в косвенных речевых актах мы констатируем несоответствие собственного значения высказывания и контекстуально обусловленного значения. Современные лингвисты отмечают также, что косвенные речевые акты всегда конвенциональны по своей сути и являются общепринятыми в определенном языковом сообществе. Косвенные речевые акты могут вербализовываться с помощью любого типа предложения, если в нем имеется подтекст. По мнению С. Д. Шираповой и Н. П. Луневой, «подобного типа речевые акты нарушают в первую очередь такой постулат принципа кооперации, как способ или манера речи. <...> Косвенные речевые акты всех структурных типов возникают в речи по живым принципам коммуникативного вывода в соответствии с основными постулатами принципа коммуникативного сотрудничества Грайса (максима истинности, максима отношения и максима количества), но с нарушением максимы манеры речи («говори ясно, коротко и последовательно»))» [5, с. 131].

Как показали проведенные ранее исследования, подавляющее количество косвенных речевых актов (более 75 %) представляет собой вопросительные предложения, в которых основной составляющей является рамочная конструкция, где постоянным элементом являются модальные глаголы: *Could you ... please? Can you ... please? Will you ... please? Would you ... please? May I ...? Might I ...? Wouldn't you ...? Would it be too much if ...?* 'Не могли бы Вы <...>? Будьте любезны <...>' и т.п. [2; 5].

В качестве признаков негативной вежливости П. Браун и С. Левинсон также видят стратегию отказа от прямых предположений относительно интересов, желаний, намерений адресата, что приводит к определенному коммуникативному дистанцированию [2, р. 144]. При этом допустимо «частично» предполагать, используя принятые в конкретном коммуникативном обществе клишированные слова и словосочетания (*quite right* 'вполне прав', *I rather think* 'я полагаю', *sort of* 'подобно').

Достаточно эффективной стратегией реализации негативной вежливости П. Браун и С. Левинсон считают стратегию не принуждения, суть которой состоит в избегании оказания давления на коммуниканта [Там же, р. 172]. Подразумевается, что адресант оставляет за адресатом право не отвечать, не выполнять действий и т.п.

Отдельный интерес представляет умозаключение вышеуказанных авторов о «вежливом пессимизме» в английском языке [Там же, р. 174–175]. Главная идея заключается в том, что чем пессимистичнее мы в своих предположениях и просьбах, тем вежливее это звучит. В этой связи авторы рекомендуют использовать негативные разделительные вопросы (*tag-questions*), сослагательное наклонение, а также языковые маркеры «минимальной вероятности» (*remote-possibility markers*).

Указанная выше стратегия «проси прощения» также несколько переосмыслена в теории Браун–Левинсона. В рамках настоящей стратегии негативная вежливость заключается в признании адресантом ущемления интересов или прав собеседника, а также выражение нежелания вызывать неудобства [Там же, р. 187–188]. Маркерами данной стратегии могут служить

клишированные фразы *I know this is a bore, but <...>* ‘Я знаю, что это скучно, но <...>’; *I’d like to ask you a big favour <...>* ‘Я хотел бы попросить вас о большом одолжении <...>’; *I normally wouldn’t ask you this, but <...>* ‘Обычно я бы не просил вас об этом, но <...>’; *I hesitate to trouble you, but <...>* ‘Я не решаюсь беспокоить вас, но <...>’ и другие.

Стратегия деперсонификации высказываний предполагает использование безличных предложений и конструкций (*it is obligatory to <...>* ‘обязательно <...>’; *it is necessary that <...>* ‘необходимо <...>’), уход от употребления в речи личных местоимений *I* и *we*, местоимения *you* в императивных высказываниях [2, p. 191–192].

Помимо вышеуказанных стратегий, по мнению П. Браун и С. Левинсона, вербализации негативной вежливости способствует использование тавтологии, риторических вопросов, противопоставлений, иронии и метафор.

Предприняв попытку обобщить и систематизировать теоретические результаты предыдущих исследований, мы получили более конкретное представление о способах языковой реализации негативной вежливости. Следующим этапом данного исследования стал анализ фактического материала, в качестве которого выступила выборка комментариев пользователей Интернета. Отобранные нами комментарии представляют собой вербальную реакцию пользователей на новостные сообщения интернет-портала Yahoo. Следует отметить, что отдельные новости вызывают активное обсуждение в Сети, а некоторые оставляют читателей практически безразличными. В нашу выборку включены комментарии к тем новостным сообщениям, которые вызвали отклик у аудитории. Соответственно можно наблюдать разноплановую реакцию и порой полярные мнения читателей.

Как показал проведенный анализ, наиболее часто негативная вежливость в интернет-комментариях актуализируется путем постановки вопросов, адресованных как собеседникам в Сети, так и героям новостных сообщений или связанным с ними лицам. Как правило, речь идет об общих вопросах, выражающих некоторые сомнения или недовольство читателей. Например, в комментариях после новостной статьи «On his ‘in your face, America’ tour, Hunter Biden finds a way to take a swipe at Don Trump Jr.» интернет-пользователи начали обсуждать поведение на публике жены президента США: *Were it not for the very rare hint of her in a photo here and there, she is essentially a ghost. Does she choose not to appear with him? Is she instructed/paid to stay in the shadows until the family somehow figures out how to neutralize Hunter’s past? Is she not interested in standing by her man on the public stage, sharing all the good things she sees in him?* ‘Если бы не очень редкий намек на нее на фотографиях здесь и там, она, по сути, призрак. Неужели она решила не появляться с ним? Ее проинструктировали/заплатили, чтобы она оставалась в тени, пока семья каким-то образом не выяснит, как нейтрализовать прошлое Хантера? Неужели ей не интересно стоять рядом со своим мужчиной на публичной сцене, делиться всем тем хорошим, что она в нем видит?’.

Достаточно распространенным способом актуализации негативной вежливости в отобранных интернет-комментариях является использование обезличенных высказываний. Приведем несколько примеров комментариев

статьи «Thanks, Captain Obvious! NBC Realizes MLB Move Hurts Black-Owned Atlanta Businesses», в которой идет речь полулегальном переводе бизнес-активов из Атланты в Денвер: *There should be quite a few breach of contract lawsuits from businesses who made expenditures in anticipation of this event, and then the other party, MLB, backed-out of the contract. Those businesses that were adversely effected had no control over state legislation* ‘Должно быть довольно много судебных исков о нарушении контракта от компаний, которые понесли расходы в ожидании этого события, а затем другая сторона, MLB, отказалась от контракта. Те предприятия, которые пострадали от неблагоприятных последствий, не имели никакого контроля над законодательством штата’.

Очень активное обсуждение в Сети получила статья «Ann Coulter explains the status of the Derek Chauvin trial», посвященная аналитике результатов судебного разбирательства по делу Дерек Шовина. Это бывший офицер полиции США, который получил известность после участия в задержании Джорджа Флойда. После того, как Джордж долго сопротивлялся аресту, Шовин прижал его шею коленом к асфальту для нейтрализации буйного арестанта, находившегося в состоянии наркотического опьянения [6]. Читатели разделились на два лагеря – сторонников невиновности Д. Шовина и тех, кто считает его оправдание несправедливым. Становится очевидным, что не всегда просто сохранить необходимый коммуникативный баланс и остаться в режиме вежливости, не переступая черту и не подвергая собеседника невежливому или грубому обращению. Однако многим интернет-пользователям это удалось. В комментариях появлялись вопросительные высказывания, имплицитно демонстрирующие некоторое несогласие с существующим положением вещей: *Why even have a trial? Save the state money and use it for extra fire and police services sure to be needed* ‘Зачем вообще устраивать суд? Сэкономьте государственные деньги и используйте их для дополнительных пожарных и полицейских служб, которые обязательно понадобятся’. Достаточно часто публика оперировала деперсонифицированными высказываниями, апеллируя к фактам или общеизвестным истинам: *Justice has no relationship to the truth* ‘Справедливость не имеет никакого отношения к истине’; *Later, in quieter times the charges will be reduced on appeal and life will go on* ‘Позже, в более спокойные времена, обвинения будут сняты после апелляции, и жизнь продолжится’; *...their inevitable Spring looting and burning spree will just be payback... for all the rioting white people did after the verdict* ‘...их неизбежные весенние грабежи и поджоги будут просто расплатой... за все беспорядки, которые белые люди устроили после вынесения приговора’; *The war on cops has been going on for a long time* ‘Война с полицейскими продолжается уже давно’; *Every once in a awhile, there will be a piece about what some witness said, but they move on quickly to something else. This is a sure sign that justice is being done, and the woke idiots are getting beat* ‘Время от времени будет появляться статья о том, что сказал какой-нибудь свидетель, но они быстро переходят к чему-то другому. Это верный признак того, что справедливость восторжествовала, и разбуженных идиотов бьют’.

На фоне вышеуказанных популярных способов реализации негативной вежливости выделяются более яркие примеры использования экспрессивных стилистических средств, которые несут эмоциональный потенциал и передают настроения адресантов, но при этом помогают коммуниканту завуалировать основную идею и не казаться излишне грубым и прямолинейным. Подобные примеры в достаточном количестве были обнаружены в комментариях к указанной выше статье о судебном деле Дерека Шовина. Например, можно наблюдать повтор и эпитет в комментарии *Floyd killed Floyd with a massive drug overdose* 'Флойд убил Флойда сильной передозировкой наркотиков'. Метафоры помогли сформулировать свою позицию автору следующего комментария: *We're in for quite a show. I hope that the people of Minneapolis have used the brief pause in the rampage wisely. There is nothing good that can come out of this* 'Нас ждет настоящее шоу. Я надеюсь, что жители Миннеаполиса мудро воспользовались краткой паузой во всей этой суматохе. Из этого не может выйти ничего хорошего'. Метафора и метонимия обнаруживается в следующем примере: *The whole premise of the trial is false. Floyd was not murdered. He died of a drug overdose. End of story. Unfortunately, Minneapolis can't get their \$27 million back. That money is on its way to being gone* 'Все предпосылки судебного разбирательства ложны. Флойд не был убит. Он умер от передозировки наркотиков. Конец истории. К сожалению, Миннеаполис не может вернуть свои 27 миллионов долларов. Эти деньги вот-вот исчезнут'. Противопоставление и метонимия добавляют оригинальности и способствуют актуализации негативной вежливости в комментарии *Win or lose it doesn't matter... Minneapolis will burn again anyway* 'Победа или поражение – это уже не имеет значения... Миннеаполис все равно снова сгорит'.

Все приведенные примеры соответствуют главному правилу негативной вежливости, сформулированному П. Браун и С. Левинсоном, – не будь излишне прямолинейным. В этих случаях коммуниканты действительно стремятся в некоторой степени смягчить воздействие «ликоугрожающих актов» и уважительно дистанцироваться. На материале англоязычных комментариев подтвердилась актуальность разработанных П. Браун и С. Левинсоном стратегий. Помимо описанных выше примеров и путей вербализации негативной вежливости, в англоязычных комментариях достаточно часто использовались пассивные формы глаголов, что также может способствовать деперсонализации высказываний: *The officers in the Rodney King were found innocent and then the riot ensued* 'Офицеры Родни Кинга были признаны невиновными, а затем последовал бунт'; *Several months later, the defense was given copies of the photos, spotted the pills and blood, and asked for a second search of the cars, which had been secured and impounded. Floyd's blood was found on the back seat of the squad car* 'Несколько месяцев спустя защита получила копии фотографий, обнаружила таблетки и кровь и попросила провести повторный обыск автомобилей, которые были захвачены и конфискованы. Кровь Флойда была найдена на заднем сиденье патрульной машины'. В то же время в отобранном англоязычном материале не были

обнаружены примеры, актуализирующие стратегию «проси прощения». В ходе анализа нами не было зафиксировано высказываний, оправдывающих вторжение в зону интересов собеседника/героев сюжета или ущемление их прав и свобод.

Как показал проведенный анализ, негативная вежливость в комментариях интернет-пользователей может быть разнонаправленной – адресованной как автору комментируемого материала, героям сюжета, так и другим пользователям. Можно предположить, что регистр негативной вежливости зависит от тематики размещенного в Сети материала, конкретных условий коммуникативной ситуации, других комментариев пользователей. Данные вопросы требуют дальнейшего детального анализа. Кроме того, совершенно неразработанным остается проблема о выделении клише негативной вежливости, их сопоставлении на материале типологически различных языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Lakoff, R. T.* The logic of politeness; or, minding your P's and Q's / R. T. Lakoff // Papers from the Ninth Regional Meeting of the Chicago Linguistics Society / ed. C. Corum, T. Cedric Smith-Stark, A. Weiser. – Chicago : Department of Linguistics, Univ. of Chicago, 1973. – P. 292–305.
2. *Brown, P.* Politeness: some universals in language usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2014. – 345 p.
3. *Goffman, E.* Interaction ritual: essays on face-to-face behavior / E. Goffman. – N. Y. : Doubleday, 1967. – 270 p.
4. *Yule, G.* Pragmatics / G. Yule. – Oxford : Oxford Univ. Press, 1996. – P. 59–67.
5. *Ширапова, С. Д.* Косвенные речевые акты / С. Д. Ширапова, Н. П. Лунева // Вестн. Бурят. гос. ун-та. – 2008. – № 11. – С. 130–134.
6. *Шовин, Дерек* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Шовин,_Дерек. – Дата доступа : 10.03.2021.

Л. В. Шимчук, А. С. Супрон (Минск, МГЛУ)

ЯВЛЕНИЕ ПЕРЕКЛЮЧЕНИЯ КОДА В УСЛОВИЯХ БИЛИНГВИЗМА КАК РЕЗУЛЬТАТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ (на материале английского и немецкого языков)

В статье рассматривается явление переключения кода (переход с немецкого языка на английский) как средство речевого воздействия в текстах немецкой печатной рекламы. В работе систематизированы основные модели переключения кода на основе структурного анализа: отдельные слова, словосочетания, фразы и предложения; на основе количественного анализа: контексты, содержащие 1 элемент переключения кода и контексты, содержащие 2 и более элементов переключения кода; на основе семантического анализа представлены наиболее часто употребляемые семантические поля, в которых отмечено использование переключения кода. Выявленные в ходе исследования модели двуязычного кодового переключения представлены в процентном соотношении на диаграммах.

К л ю ч е в ы е с л о в а: социолингвистика; языковые контакты; переключение кода; двуязычное речевое сообщество; структура; количественный анализ; семантическое поле, реклама.

The article deals with the phenomenon of code-switching as a means of speech impact on advertising effectiveness. Linguistic and sociolinguistic processes and factors related to the phenomenon of code-switching as well as structural and semantic features of code-switching are analyzed. The main models of code-switching are systematized on the basis of structural, quantitative and semantic analysis.

Key words: sociolinguistics; language-contact phenomena; code-switching; bilingual speech community; structure; quantitative analysis; lexical and phrasal insertion; semantic field; code-switched advertisements.

Процесс глобализации современного мира охватывает все стороны человеческой жизнедеятельности. Характерной чертой современного этапа общественного развития является диалог культур, в процессе которого все более интенсивными становятся межкультурные коммуникации, что способствует развитию двуязычия и многоязычия в мире. В связи с этим возрастает интерес к проблемам билингвизма и переключения кода. Явление переключения кода рассматривается как форма реализации языкового контакта, неизбежно встречающаяся в речи билингва.

Предположение о том, что в речи индивида могут сосуществовать две или более фонематические системы, впервые было изложено в работе американских лингвистов Ч. Фрайза и К. Пайка «Сосуществование фонематических систем» [4]. В последующем Г. Фогт ввел термин *code-switching* (переключение кода, кодовое переключение) в своих комментариях к работе У. Вайнрайха «Языковые контакты» [1], который, в свою очередь, тоже заимствовал этот термин у создателя «информационной теории» Р. Фано. Г. Фогт предполагал, что переключение кода – это, возможно, не только лингвистический, но в большей степени психологический феномен, подчеркивая при этом, что его причинами являются причины экстралингвистические [5].

Таким образом, Г. Фогт первым предложил рассматривать переключение кода в междисциплинарном аспекте.

Переключения кода (*code-switching*, в немецком языке – *Kode-Wechsel*) – «переключение между различными языками или разновидностями языковой системы у билингвальных/многоязычных носителей языка в разговоре» – обуславливается ситуативными факторами [3, S. 284].

Особый интерес для цели данного исследования представляет подход В. Ю. Розенцвейга к изучению билингвизма в свете теории языковых контактов, где он рассматривает двуязычие как владение двумя языками и регулярное переключение с одного на другой в зависимости от ситуации общения [2].

Переключение кода – это сложный многоаспектный и многоуровневый процесс, протекающий под влиянием как внутрилингвистических, так и экстралингвистических факторов, действие которых определяется своеобразием ситуации в зоне языкового контакта. Переключение кода является намеренным либо непреднамеренным переходом с одного языка на другой в зависимости от речевого контекста. Представляется, что переключение кода является сложным творческим процессом билингва, поскольку при переходе с одного языка на другой используется лексика, грамматические и синтаксические конструкции, не подвергавшиеся ранее ассимиляции.

Существует необходимость разграничивать переключение кода и такое языковое явление, как заимствование. Как заимствование, так и переключение кода подразумевают взаимодействие языков и перенос элементов одного языка в другой. Заимствования проявляют в новом языковом окружении определенную активность, они интегрируются в систему принимающего языка по крайней мере по одному из аспектов: фонологическому, морфологическому или семантическому. Они широко распространены внутри языкового сообщества и регулярно фигурируют в коммуникативных актах, в то время как при переключении кода лексические единицы не ассимилируются в принимающем языке, а следуют моделям исходного языка. Заимствования понятны и доступны не только билингам и мультилингам внутри данного языкового сообщества, но и монолингам, а переключение кода – билингам и мультилингам.

Таким образом, явление переключения кода неразрывно связано с двуязычием и многоязычием, в то время как заимствование может осуществляться вне данных процессов.

В условиях глобализационных изменений и развития межкультурной коммуникации неизменно наблюдается проникновение англоязычных включений в современный немецкий язык, чему способствует лингвистическое родство рассматриваемых языков. Результатом такой тенденции среди населения Германии становится переключение кода на английский язык. Заимствования из английского языка, а также переключение кода на английский и использования слияния немецкого и английского языков – *Denglish*, охватили все сферы общества Германии. Особенно ярко влияние английского языка проявилось в области технологического развития, информационной сфере и рекламе.

В данной статье предпринимается попытка систематизировать основные модели переключения кода в немецкой печатной рекламе, а также рассмотреть структурно-семантические особенности переключения кода на материале рекламного дискурса.

Объектом исследования является двуязычное переключение кода (переход с немецкого языка на английский) в текстах немецкой печатной рекламы, где переключение кода рассматривается как средство речевого воздействия в сфере массовой коммуникации. Предмет исследования – специфика переключения кода, его функционально-содержательные характеристики. Материалом исследования послужили текстовые фрагменты, содержащие примеры переключения кода из немецкой печатной рекламы. Методом сплошной выборки было выявлено 30 контекстов рекламы из различных печатных источников (журналы, газеты, наружная реклама).

Проведенный структурный анализ позволил выделить следующие модели использования переключения кода в немецкой рекламе:

- отдельные слова;
- словосочетания;
- фразы или предложения.

С помощью диаграммы на рис. 1 отобразим в процентном соотношении использование описанных выше структурных моделей.



Рис. 1. Структурные модели переключения кода в немецкой печатной рекламе

Таким образом, в анализируемой выборке рекламных контекстов, содержащих переключение кода, преобладают структурные модели, представленные отдельными словами. Они составляют 37 % от общего числа отобранных примеров. По частотности использования словосочетания и фразы/предложения незначительно уступают и составляют, соответственно, 33 и 30 % от общего числа проанализированных примеров.

Приоритетное использование отдельных слов и словосочетаний объясняется самой структурой рекламного текста. Он, как правило, лаконичен, рекламные слоганы точные и небольшие по объему, поэтому употребление отдельных слов и словосочетаний более соответствует достижению главной функции рекламного текста – воздействию на адресата. Помимо этого, употребление целых предложений на английском языке может препятствовать пониманию текста рекламы в целом, так как, несмотря на большой процент билингвов в Германии, не все население владеет английским языком.

Также необходимо обратить внимание на количественное употребление переключения кода в рамках одного рекламного контекста. Все отобранные контексты распределены по двум группам:

- содержащие 1 элемент переключения кода;
- содержащие 2 и более элементов переключения кода.



Рис. 2. Количественное употребление элементов переключения кода в рамках одного рекламного контекста

Таким образом, преобладает использование одного элемента переключения кода в рамках рекламного контекста. Они составляют 57 % от общего числа проанализированных примеров. Этим подтверждается тот факт, что, несмотря на частое использование переключения кода, авторы рекламных текстов стараются не перегружать рекламный материал такими элементами, чтобы не делать его восприятие сложным для немецкоязычного реципиента.

В ходе лексико-семантического анализа примеров переключения кода в немецкой печатной рекламе выявлены следующие семантические поля, объединяющие слова различных частей речи, значения которых имеют один общий семантический признак, в которых отмечено употребление переключения кода:

- путешествие;
- красота и здоровье;
- техника и авто;
- мода;
- развлечение.

Количественный анализ примеров переключения кода в рекламном тексте позволил обобщить семантические поля следующим образом и представить результаты на рис. 3.

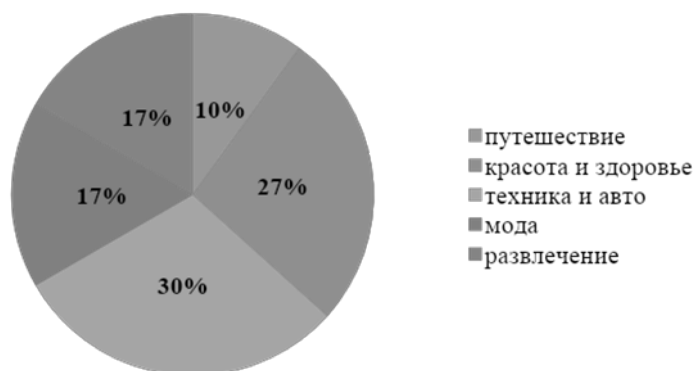


Рис. 3. Семантические поля с использованием переключения кода в немецкой печатной рекламе

Таким образом, наиболее частотное использование переключения кода в немецкой печатной рекламе наблюдается в следующих областях: «техника и авто» и «красота и здоровье». Данные семантические поля охватывают, соответственно, 30 и 26 % от общего числа проанализированных рекламных контекстов. Наименее частотное семантическое поле, служащее для обозначения печатного текста, описывающего сферу путешествий. Оно составляет лишь 10 % от общего числа проанализированных примеров.

Проведя структурный, количественный и семантический анализ кодовых переключений в текстах немецкой печатной рекламы можно утверждать, что переключение кода – неотъемлемый аспект рекламного дискурса, который эффективно воздействует на адресата, привлекая его внимание к рекламируемому продукту.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вайнрайх, У. Языковые контакты : Состояние и проблемы исследования / У. Вайнрайх. – Киев : Вищ. шк., 1979. – 263 с.
2. Розенцвейг, В. Ю. Языковые контакты : Лингвистическая проблематика / В. Ю. Розенцвейг. – Л. : Наука, 1972. – 80 с.
3. Bussmann, H. Lexikon der Sprachwissenschaft / H. Bussmann. – Stuttgart : Alfred Kröner Verl., 2002. – 783 S.
4. Fries, C. Coexisting phonemic systems / C. Fries, K. L. Pike // Language. – 1949. № 25. – P. 25–90.
5. Vogt, H. Language contacts / H. Vogt // Word. – 1954. – № 10. – P. 365–374.

Е. С. Астапкина (Минск, БГУ)

АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ РЕГУЛЯРНОЙ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ДЕРИВАЦИИ

В статье рассматривается феномен семантической деривации: приводятся подходы лингвистов к определению семантической деривации, описывается характер связи между отдельными значениями слова, раскрывается понятие регулярной многозначности, а также алгоритм определения регулярности определенного семантического переноса. Метафора и метонимия рассматриваются как основные механизмы семантической деривации; внимание также уделено когнитивным основаниям регулярной многозначности.

К л ю ч е в ы е с л о в а: семантическая деривация; семантический перенос; модель семантической деривации; метафора; метонимия; область-источник; область-цель; регулярность.

The article deals with the phenomenon of semantic derivation by presenting the approaches of linguists to the definition of semantic derivation, describing the nature of the relationship between the individual meanings of words, disclosing the concept of regular polysemy, as well as the algorithm for determining the regularity of a particular semantic change. Metaphor and metonymy are considered as the basic mechanisms of semantic derivation; attention is also paid to the cognitive foundations of regular polysemy.

Key words: semantic derivation; semantic change; pattern of semantic derivation; metaphor; metonymy; source-domain; target-domain; regularity.

Слову в естественном языке свойственна многозначность (полисемия) – «способность иметь одновременно несколько значений, т.е. обозначать разные классы предметов, явлений, действий, признаков и отношений» [1, с. 568]. Одним из путей пополнения лексической системы языка новыми номинативными единицами является семантическая деривация¹ – развитие у имеющихся слов новых значений, т.е. изменение содержания без изменения формы самого знака. Наиболее удачным представляется термин *семантическая деривация*, который используется в работе О. Н. Трубачева по исторической семантике [3] и может быть применен не только к процессу, но и к результату, т.е. к конкретным фактам семантических переходов, каждый из которых может быть назван *семантической деривацией*. Важным является

¹ Ср. со следующим определением из словаря: «Деривация (аффиксальное словообразование) – образование новых слов при помощи аффиксов (или посредством дезаффиксации) согласно словообразовательным моделям, свойственным данному языку» [2, с. 129].

замечание Анны А. Зализняк о том, что рассматриваемый термин указывает на производность, тем самым он в равной мере применим как к синхронии, так и к диахронии [4]. Ю. Д. Апресян, ссылаясь на В. В. Виноградова, приводит термин *семантическое словообразование*, имея в виду создание нового слова (= слова с другим значением), но не морфологическими, как обычно, а семантическими средствами [5, с. 187–188]. Е. А. Земская говорит о «лексико-семантическом способе словообразования» и делает акцент на его диахроническом характере [6, с. 78].

Значения многозначного слова, между которыми существует связь семантической производности, объединяются в достаточно сложные образования, по отношению к которым используются понятия *семантическая сеть* (М. А. Кронгауз) [7, с. 155], *семантическая парадигма* (И. Г. Кустова) [8, с. 30]. Е. В. Падучева считает, что «у многозначного слова есть «корневая» лексема, из которой путем определенных (регулярных!) семантических преобразований по определенным правилам могут быть получены значения остальных лексем» [9, с. 147], т.е. следствием семантической деривации является регулярная многозначность.

Понятие регулярной многозначности было введено Ю. Д. Апресяном и развито в трудах Г. И. Кустовой, Е. В. Падучевой, Анны А. Зализняк, Л. М. Лещевой. Так, «полисемия слова А со значениями a_i и a_j называется регулярной, если в данном языке существует по крайней мере еще одно слово В со значениями b_i и b_j , семантически отличающимися друг от друга точно так же, как и a_i и a_j , и если $a_i - b_i$, $a_j - b_j$ попарно несинонимичны» [5, с. 189]. Е. В. Падучева, рассматривая регулярную многозначность как следствие семантической деривации, отмечает, что «множество разных деривационных моделей обозримо, а основная масса значений слова создается за счет определенного, в какой-то мере универсального множества семантических переходов, если соответствующие модели деривации продуктивны» [9, с. 147]. Под моделью семантической деривации в данном случае Е. В. Падучева понимает «правило, которое позволяет получить толкование производной лексемы из толкования исходной; для доказательства существования моделей одни и те же деривации должны повторяться в разных словах» [Там же, с. 147]. Анна А. Зализняк моделью семантической деривации называет правило вывода производного значения вида «всякий раз, когда имеется совокупность условий А, происходит процесс, приводящий к результату В» [10, с. 32]. Таким образом, лексико-семантические модели развития производных значений характеризуются регулярностью и, в большинстве случаев, продуктивностью.

Следует различать понятия *семантический перенос* и *модель семантической деривации*. Семантический перенос представляет собой двухкомпонентную схему, которая связывает две семантические области: область-источник (например, 'осязание') и новую понятийную область-цель (например, 'характер, поведение, эмоции').

Под моделью семантической деривации понимается повторяющаяся схема развития вторичного значения, организующая последовательные

цепочки связанных между собой двух и более значений. Семантический перенос может быть представлен различным числом моделей семантической деривации.

Вывод о регулярности определенного семантического переноса или конкретной модели семантической деривации делается на основе их воспроизводимости в отдельных лексико-грамматических группах. При констатации семантического переноса или модели семантической деривации как регулярных основополагающим можно считать утверждение Д. Н. Шмелева о том, что «термин “регулярность” применяется к таким группам слов, в которых обнаруживаются однотипные значения, безотносительно к тому, охватывает ли соответствующая формула полностью данную группу или лишь частично» [11, с. 147].

Регулярность и повторяемость отношений прямых и производных значений является характерными признаками полисемии, определяющими ее основные типы. Основная часть моделей семантической деривации относится к одному из двух крупных классов – метонимические сдвиги или метафорические переносы, образующие устойчивые механизмы связи значений. Наряду с данными типами переносов также рассматриваются генерализация и специализация, или «расширение» и «сужение» значения, семантическая компрессия, семантический сдвиг, конверсия [12, с. 53–65; 13, с. 170; 14, с. 57–60].

Традиционно метафорическое отношение между значениями характеризуется как основанное на сходстве, подобии обозначаемых явлений. Процесс метафоризации значения прилагательного сводится к «присвоению объектом “чужих” признаков, т.е. признаков, свойств и состояний, принадлежащих другому классу объектов или относящихся к другому аспекту данного класса» [15, с. 335]. Метонимические отношения между значениями основаны на смежности обозначаемых объектов, явлений, ситуаций. При метонимическом сдвиге «семантическое отношение между двумя значениями возникает в границах общей для них концептуальной области» [16].

В качестве отдельного вида метафорического переноса лингвисты выделяют синестетический перенос, который основан на «использовании слов, связанных с каким-нибудь органом чувств, для обозначения понятий, относящихся к сфере другого чувства» [17, с. 122]. Синестетический перенос осуществляется на основе сходства интенсивности проявления признаков, принадлежащих разным модусам восприятия, или на основе сходства ощущений, вызываемых различными перцептивными признаками, т.е. «переходя в сферу обозначения другого ощущения, синестетические прилагательные утрачивают свои первоначальные семантические компоненты и реализуют отвлеченные значения, выражая соответственно интенсивность и оценку» [18, с. 18].

Регулярность – отличительная черта метонимических переносов; нерегулярная полисемия более характерна для метафорических переносов, так как механизм метафоризации сложнее, а выбор признака, по которому осуществляется уподобление, носит вероятностный характер. В то же время

Е. В. Рахилина указывает на то, что «и метафорические переходы, наблюдаемые в адъективной зоне, в значительной степени предсказуемы, так как один и тот же признак не может применяться к сущностям разной природы, он должен “подстроиться” под семантику новой концептуальной зоны, сама возможность которой свидетельствует о “когнитивной проницаемости” границ между взаимодействующими при метафоризации концептуальными областями» [19].

Метафора и метонимия отражают результат когнитивной обработки различных явлений действительности и носят первоначально концептуальный характер. М. В. Никитин отмечает, что и при метонимии, и при метафоре признак сходства составляет гипосему (дифференциальную сему) производного значения, а гиперсема (архисема) домысливается [20, с. 281]. Провести четкую грань между метафорой и метонимией не всегда представляется возможным: многие исследователи отмечают, что эти два механизма расширения языкового значения взаимодействуют друг с другом и выступают как единое образование [9]. Такой комплексный механизм деривации получил название метафтонимии [21, р. 323].

К исследованию регулярной полисемии часто прибегают в когнитивной лингвистике с целью познания закономерностей мышления. Устойчивые модели семантической деривации указывают на связь отдельных подсистем в семантической системе языка. В понимании семантической деривации с когнитивной точки зрения важным представляется отношение семантической области-источника и области-цели, смысловой связи между исходным и производным наименованием. Так, регулярная семантическая деривация связывает две концептуальные области или сферы, которые в работах Дж. Лакоффа и М. Джонсона получили такие названия, как *source domain* ‘сфера-источник’ и *target domain* ‘сфера-цель’ [22]. Семантический перенос из сферы-источника в сферу-цель охватывает некое множество лексем, которые по определенной схеме связывают исходную и конечную сферу.

Лингвисты, исследующие причины и пути семантической деривации (В. Н. Телия, Д. Н. Шмелев, Анна А. Зализняк, Г. И. Кустова и др.), обращают внимание на систематичность семантических сдвигов и переносов и подчеркивают, что, какой бы ни была семантическая история отдельных слов, сдвиги в их значениях подчинены семантическим законам, определяемым процессами мышления. Ученые отмечают также и то, что в сознании человека существуют когнитивные структуры – готовые схемы или модели, под которые могут быть подведены новые ситуации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Новиков, Л. А. Избранные труды : в 2 т. / Л. А. Новиков. – М. : Изд-во РУДН, 2001. – Т. 1 : Проблемы языкового значения. – 676 с.
2. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Изд-во «Советская энциклопедия», 1966. – 608 с.
3. Трубачев, О. Н. Приемы семантической реконструкции / О. Н. Трубачев // Сравнительно-историческое изучение языков разных семей. Теория лингвистической реконструкции ; под ред. Н. З. Гаджиевой. – М., 1988. – Т. 1. – С. 197–222.

4. Зализняк, Анна А. Семантическая деривация в синхронии и диахронии: проект «Каталога семантических переходов» / Анна А. Зализняк // Вопросы языкознания. – 2001. – № 2. – С.13–25.
5. Апресян, Ю. Д. Лексическая семантика. Синонимические средства языка / Ю. Д. Апресян. – М. : Языки рус. культуры, 1995. – 213 с.
6. Земская, Е. А. Современный русский язык. Словообразование / Е. А. Земская. – М. : Флинта, 2005. – 323 с.
7. Кронгауз, М. А. Семантика / М. А. Кронгауз. – М. : Изд. центр РГГУ, 2001. – 398 с.
8. Кустова, Г. И. Типы производных значений и механизмы языкового расширения / Г. И. Кустова. – М. : Языки слав. культуры, 2004. – 472 с.
9. Падучева, Е. В. Регулярная многозначность. Проблема сохранения единства слова / Е. В. Падучева // Динамические модели в семантике лексики. – М. : Языки слав. культуры, 2004. – С. 147–154.
10. Зализняк, Анна А. Феномен многозначности и способы его описания / Анна А. Зализняк // Вопросы языкознания. – 2004. – № 2. – С. 20–45.
11. Шмелев, Д. Н. Избранные труды по русскому языку / Д. Н. Шмелев ; вступ. ст. Л. П. Крысина. – М. : Языки слав. культуры, 2002. – 888 с.
12. Журавлев, А. Ф. Технические возможности русского языка в области предметной номинации / А. Ф. Журавлев // Способы номинации в современном русском языке / отв. ред. Д. Н. Шмелев. – М. : Наука, 1982. – С. 45–109.
13. Кобозева, И. М. Лингвистическая семантика / И. М. Кобозева. – М. : Эдиториал УРСС, 2000. – 350 с.
14. Шмелев, Д. Н. Очерки по семасиологии русского языка / Д. Н. Шмелев. – М. : Просвещение, 1964. – 244 с.
15. Арутюнова, Н. Д. Функциональные типы языковой метафоры / Н. Д. Арутюнова // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1978. – Т. 37, № 4. – С. 333–343.
16. Рахилина, Е. В. База данных по многозначным качественным прилагательным и наречиям русского языка [Электронный ресурс] / Е. В. Рахилина // Диалог 2010 : материалы междунар. конф. по компьютерной лингвистике. – Режим доступа : <http://www.dialog-21.ru/dialog2010/materials/html/26.html>. – Дата доступа : 17.02.2021.
17. Гак, В. Г. Сопоставительная лексикология: на материале французского и русского языков / В. Г. Гак. – М., 1977. – 264 с.
18. Гак, В. Г. Метафора: универсальное и специфическое / В. Г. Гак // Метафора в языке и тексте / В. Н. Телия, В. Г. Гак ; отв. ред. В. Н. Телия. – М. : Наука, 1988. – С. 11–26.
19. Рахилина, Е. В. Модели семантической деривации многозначных качественных прилагательных: метафора, метонимия и их взаимодействие [Электронный ресурс] / Е. В. Рахилина, О. С. Карпова, Т. И. Резникова // Диалог 2009 : материалы междунар. конф. по компьютерной лингвистике. – Режим доступа : <http://www.dialog-21.ru/dialog2009/materials/html/65.html>. – Дата доступа : 18.02.2021.
20. Никитин, М. В. Курс лингвистической семантики / М. В. Никитин. – СПб. : Науч. центр проблем диалога, 1996. – 756 с.
21. Goossens, L. Metaphonymy: the interaction of metaphor and metonymy in expressions for linguistic action / L. Goossens // Cognitive Linguistics. – 1990. – № 1/3. – P. 323–340.
22. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафоры / под. ред. Н. Д. Арутюновой. – М. : Прогресс, 1990. – С. 387–416.

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КООПЕРАТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИИ

Данная статья посвящена исследованию основных концепций кооперативности речевого взаимодействия участников диалога. Цель работы – установить модель определения конфликтности/бесконфликтности общения. В статье были рассмотрены несколько принципов речевого общения, а именно принцип кооперации Г. П. Грайса, вежливости Дж. Лича, сохранения лица П. Браун и С. Левинсона, которые были дополнены исследованиями о толерантности общения, категории коммуникативной координации, необходимой достаточности и типах личности в зависимости от психологической установки. В работе было установлено, что концепции кооперативности необходимо рассматривать в их единстве с учетом фактора субъективной интерпретации, типа дискурса и лингвокультурной специфики.

К л ю ч е в ы е с л о в а: кооперация; вежливость; принципы речевого общения; эффективность коммуникации.

The article deals with the problem of defining cooperation or confrontation of communication. It examines the main approaches of studying cooperation, namely cooperative principle by G. P. Grice, theories of politeness by J. Leech, P. Brown and S. Levinson, which were complemented with modern researches on tolerance of communication, category of coordination, etc. Conversational principle should be considered together with the factors of subjective interpretation, national and cultural specifics, and type of discourse.

Key words: cooperation; politeness; conversational principles; efficiency of communication.

Необходимость создания эффективных способов и методов речевой интеракции привела к формированию целого научного направления в современной лингвопрагматике, первые упоминания о котором возникли в рамках научной школы известного немецкого философа и социолога Юргена Хабермаса. Согласно его теории коммуникативного действия, основной целью любого типа общения является ориентация на понимание, на достижение консенсуса. Тем самым строится дискурсное общение, в центре которого находятся моральные нормы, позволяющие преодолеть разногласия и прийти к взаимопониманию [1]. Именно Ю. Хабермасом было введено в научный обиход понятие дискурса для обозначения особого типа речевого общения, предполагающее критическое рассмотрение ценностей, норм и правил социальной жизни, направленных на систематизирование бытия и нацеленных на солидарность, согласие и взаимоуважение, что уже дает начало кооперативной линии коммуникативного поведения [2]. На важность человеческого взаимопонимания в рамках диалогической речевой интеракции также указывал Ханс-Георг Гадамер, согласно концепции которого диалог, основанный на принципах сотрудничества, признается истинным [3].

Несмотря на наличие огромного количества исследований, посвященных бесконфликтному общению, на данный момент вопрос определения модели кооперации все еще является актуальным для современной лингвистики. Цели данного исследования – раскрыть концепции кооперации, существующие в отечественном и зарубежном языкознании, а также установить наиболее универсальную из них.

В свою очередь разработка первой и в тоже время классической концепции кооперации принадлежит Г. П. Грайсу, в работе которого можно найти следующее определение: кооперация – есть не что иное, как универсальная конвенция общения, свод негласных правил, составляющих в целом коммуникативный кодекс. Сам принцип был сформулирован следующим образом: «Твой коммуникативный вклад на данном шаге диалога должен быть таким, какого требует совместно принятая цель (направление) этого диалога» [4, с. 219]. При этом общение может быть признано кооперативным, если партнеры по речевой интеракции соблюдают более частные конвенции, а именно максимы количества, качества, отношения, и способ. Каждая из упомянутых выше максим более детально раскрывается в постулатах. В некоторых случаях принцип кооперации не соблюдается, что приводит к возникновению имплицатуры, которая представляет собой эксплицитно не выраженную информацию (умозаключения, выведенные на основе нарушенных максим речевого общения).

Тем не менее анализ речевой практики показывает, что коммуникантам зачастую выгодно нарушать максимы принципа кооперации в силу того, что они пытаются скрыть свои истинные намерения или же смягчить более резкие формулировки, заменив их более приятными [5]. Это означает, что в современной научной парадигме несоблюдение правил классической концепции кооперации Г. П. Грайса не делает общение более конфронтационным или менее кооперативным, поскольку воздействие для достижения общей цели ставится на первый план [6].

В научной литературе также существуют указания на тот факт, что принцип кооперации подчиняется принципу вежливости, разработанному, в частности, Дж. Личем [7]. В прагматической парадигме вежливость направлена на поддержание близких межличностных отношений между партнерами по коммуникации, развитие сотрудничества и взаимопомощи, а также обеспечение социального и психологического равновесия. В своей теории Дж. Лич уточняет принципы, установленные Грайсом, а также дополняет их шестью максимами: одобрения, такта, великодушия, скромности, согласия и симпатии. Исследователь впервые признает наличие лингвокультурной специфики при осуществлении принципа вежливости в диалоге [Там же].

Особое внимание следует обратить на интерпретацию вежливости П. Браун и С. Левинсона, которые устанавливают существование еще одного правила речевого общения – принципа сохранения лица [8]. Согласно данной концепции выделяется «негативное лицо», при сохранении которого коммуниканты стремятся защитить свободу своих действий, а также «позитивное лицо», направленное на формирование в глазах собеседника положительного образа. Тем самым говорящие создают определенный социальный имидж, за сохранение которого впоследствии борются, пытаясь при этом не навредить имиджу своего партнера по коммуникации.

В своем комплексном воздействии и взаимодействии принципы Грайса, Лича, Браун и Левинсона формируют коммуникативный кодекс общения, следование которому обязательно при условии стремления осуществлять эффективную кооперативную коммуникацию [9]. «Коммуникативный кодекс»

тесно связан с понятием коммуникативной нормы, согласно которой «соблюдение стандартов и правил, установленных в рамках того или иного жанра или стиля, а также использования соответствующих стратегий и тактик, позволяют реализовывать этический компонент процесса общения» [10, л. 165]. Тем самым в зависимости от следования коммуникативной норме может формироваться кооперативный тип дискурса, который определяется как речевое взаимодействие агентов коммуникативного акта, характеризующееся позитивной направленностью, реализующееся в наборе кооперативных стратегий и тактик, стремлением участников процесса интеракции к достижению взаимопонимания, реализации координированных и согласованных когнитивных и речевых действий, конструированию толерантного и корректного сценария межличностного и межнационального взаимодействия» [Там же, л. 19].

В работах российских и отечественных лингвистов также достаточно активно рассматривались различные теории вежливости и кооперации. Так, Т. В. Лариной вежливость представляется в качестве прагмалингвистической национально-специфической категории, «содержанием которой является система ритуализованных стратегий коммуникативного поведения (языкового и неязыкового), направленных на гармоничное, бесконфликтное общение и соблюдение общественно-принятых норм при интеракциональной коммуникации <...> и определяющих выбор наиболее оптимальных коммуникативных средств» [11, л. 45]. Вежливость как категория непосредственно взаимосвязана с гармоничностью речевой интеракции, а также нормами и правилами ведения диалога.

Понятие вежливости и кооперативности коммуникации может интерпретироваться с точки зрения ее толерантности, на что, в частности, указывает И. И. Просвиркина, рассматривая толерантный тип речевого взаимодействия как «демонстрацию сдержанного отношения к собеседнику в процессе речевого общения, способ проявления интереса и уважения к культуре другого человека, дружелюбие и понимание во взаимном восприятии людей в процессе речевого взаимодействия, в том числе и при восприятии разных этносов» [12, с. 32]. При этом, по мнению некоторых лингвистов, толерантность и вежливость неотделимы друг от друга, поскольку их целью является «смягчение, а во многих случаях и снятие агрессивности в бытовом и деловом общении» [13, с. 352]. Необходимо также подчеркнуть, что основанием обеих категорий является тип интеракции, построенной на уважении интересов каждого участника диалога.

Принимая во внимание рассмотренные выше концепции кооперативности общения, следует еще раз провести четкую линию между двумя типами коммуникации в зависимости от установки каждого собеседника – бесконфликтным, или гармоничным, и конфронтационным, или дисгармоничным. Обращаясь к словам И. Н. Формановской, различение упомянутых выше типов интеракции возможно лишь при изучении соприкосновения линий поведения «Я» и «Другого» [14]. Это означает, что конфликтная коммуникация возникает при условии направленности говорящих друг против друга, их пренебрежения интересами собеседника, в то время как залогом

кооперативной коммуникации служит ориентированность «Я» на «Другого». Данная необходимость предполагает возвращение говорящих к соблюдению принципов речевого общения, что и обеспечивает бесконфликтное взаимодействие.

В силу того, что прагматика в целом связана с взаимодействием знака и теми, кто его использует, следует обратить внимание на психологическую сторону кооперации. В российской лингвистике вопросами, относящимися к данной проблематике, активно занималась В. С. Третьякова, в трудах которой классифицируются типы личности в зависимости от их установок в той или иной коммуникативной ситуации [15]. В соответствии с этим основанием выделяются конфликтный, конформистский и гармонический типы индивидов. Поведение первого отличается доминированием, а также вниманием к собственной личности. «Конформисты» пытаются отстраниться от других партнеров по коммуникации, они отказываются принимать независимые самостоятельные решения. Гармонический тип людей ориентируется на сотрудничество, стремится к логичности развития темы, а также соблюдению связности и последовательности речи [Там же]. Тем самым можно утверждать, что кооперативность коммуникации зависит не только от внешних условий дискурса, но и от глобальной направленности личности коммуниканта, его имманентных характеристик.

Интересным представляется мнение И. Н. Борисовой, которая выделяет особую категорию диалогического дискурса – категорию коммуникативной координации, в основании которой лежит согласованность речевых действий участников интеракции [16]. Рассматриваемая в трудах данного исследователя категория носит градуальный характер, а, следовательно, имеет шкалу скоординированности коммуникативного поведения участников диалога: конфликтность – полемичность – конформность – консентность. Статус диалога в таком случае детерминируется согласованностью модально-оценочных категорий и интенций коммуникантов, а также равнозначностью активностью диалогических интеракций и унисонностью тональности реплик [Там же].

Важно отметить достижения белорусских лингвистов в области лингвопрагматики и, в частности, изучения бесконфликтности общения. Так, Д. Г. Богушевичем был разработан принцип прагматической достаточности [17], который главным образом коррелирует с постулатом релевантности Г. П. Грайса [4] и принципом экономии усилия А. Мартине [19]. Согласно данной концепции для успешного достижения цели коммуникации говорящему необходимо выбрать определенную единицу из бесконечного набора средств и в последующем «подать не любой, а один определенный сигнал» [17, с. 24].

Критика теорий кооперативности, в первую очередь, связана с двумя основными факторами. В силу того, что многоаспектная природа того или иного типа дискурса диктует определенные условия протекания коммуникации, следует говорить об иерархии правил речевого общения. Другими словами, упомянутые выше принципы обладают неравнозначной значимостью, на что влияет дискурсивная сфера. Например, при ведении политической беседы или интервью принцип кооперации Грайса в силу его

логичности будет первостепенным, в то время как в разговорном диалоге принцип вежливости с его дополнениями и уточнениями будет рассматриваться как ведущий [20]. Еще одним фактором, порой нарушающим стройную систему принципов и постулатов общения, может быть интерпретационная неоднозначность или асимметрия, которая возникает в том случае, когда один из коммуникантов считает свое поведение кооперативным, а другой рассматривает его как нарушающее нормы речевой интеракции [21]. Последняя трудность определения статуса диалога особенно актуальна в условиях межкультурного взаимодействия, поскольку, как известно, правила речевого общения видоизменяются под воздействием национально-культурной специфики.

В заключение следует отметить, что приведенные выше концепции кооперативности имеют свои недостатки и достоинства. Тем не менее при определении статуса бесконфликтности/конфликтности диалогической интеракции принципы речевого общения необходимо рассматривать комплексно, основывая конечное решение на нескольких теориях. Также для корректного выбора коммуникативной стратегии важно принимать во внимание факторы внешнего воздействия, а именно субъективную, зачастую ассиметричную интерпретацию речевых поступков, тип дискурсивной сферы, а также национально-культурную специфику.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Хабермас, Ю.* Моральное сознание и коммуникативное действие : пер. с нем. / Ю. Хабермас. – СПб. : Наука, 2000. – 377 с.
2. *Хабермас, Ю.* Вовлечение другого. Очерки политической теории / Ю. Хабермас ; пер. с нем. Ю. С. Медведева. – СПб. : Наука, 2001. – 417 с.
3. *Гадамер, Г. Г.* Истина и метод: основы философской герменевтики / Г. Г. Гадамер ; пер. с нем. и вступ. ст. Б. Н. Бессонова. – М. : Прогресс, 1988. – 704 с.
4. *Грайс, Г. П.* Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике : сб. ст. / под ред. Е. В. Падучевой. – М., 1985. – Вып. 16 : Лингвистическая прагматика. – С. 217–237.
5. *Иссерс, О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 2-е изд. – М. : УРСС, 2002. – 284 с.
6. *Иссерс, О. С.* Речевое воздействие : учеб. пособие / О. С. Иссерс. – 2-е изд. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 224 с.
7. *Leech, G. N.* Principles of pragmatics / G. N. Leech. – London ; N. Y. : Longman, 1983. – 250 p.
8. *Brown, P.* Politeness: some universals in language usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2013. – 345 p.
9. *Стернин, И. А.* Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – М. : РГБ, 2001. – 252 с.
10. *Кошкарлова, Н. Н.* Конфликтный и кооперативный типы русскоязычного дискурса в межкультурном политическом пространстве : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Н. Н. Кошкарлова. – Екатеринбург, 2015. – 441 л.
11. *Ларина, Т. В.* Категория вежливости в аспекте межкультурной коммуникации : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.20 / Т. В. Ларина. – М., 2003. – 495 л.
12. *Просвиркина, И. И.* Лингводидактический аспект толерантной речевой коммуникации / И. И. Просвиркина. – Оренбург : ГОУ ОГУ, 2006. – 247 с.

13. *Формановская, Н. И.* Ритуалы вежливости и толерантность / Н. И. Формановская // *Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности : коллективная монография.* – Екатеринбург, 2003. – С. 345–362.
14. *Формановская, Н. И.* Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Н. И. Формановская. – М. : Икар, 2007. – 480 с.
15. *Третьякова, В. С.* Речевой конфликт и гармонизация общения : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / В. С. Третьякова. – Екатеринбург, 2003. – 301 л.
16. *Борисова, И. Н.* Русский разговорный диалог: структура и динамика / И. Н. Борисова. – М. : ЛИБРОКОМ, 2019. – 318 с.
17. *Богушевич, Д. Г.* Коммуникативная модель языка. Коммуникативная достаточность [Электронный ресурс] / Д. Г. Богушевич // *Мир лингвистики и коммуникации : электрон. науч. журнал.* – 2011. – № 3. – С. 24–34. – Режим доступа : <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=18334034>. – Дата доступа : 31.01.2020.
18. *Мартине, А.* Принцип экономии в фонетических изменениях: проблемы диахронической фонологии / А. Мартине. – М. : Изд-во иностр. лит., 1960. – 301 с.
19. *Баранов, А. Г.* Функционально-прагматическая концепция текста / А. Г. Баранов. – Ростов н/Д. : Изд-во РГУ, 1993. – 180 с.
20. *Задворная, Е. Г.* Некооперативные кооперативные стратегии / Е. Г. Задворная // *Материалы ежегодной науч. конф. преподавателей и аспирантов ун-та, 19–20 апр. 2019 г. : в 5 ч. / Мин. гос. лингвист. ун-т ; редкол.: Л. А. Тарасевич (отв. ред.) [и др.].* – Минск, 2019. – Ч. 3. – С. 42–44.

Н. В. Лавринович (*Минск, МГЛУ*)

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ ОТКАЗА (на материале немецкого языка)

Автор статьи исследует влияние социолингвистических параметров на способ и средства выражения коммуникативной интенции отказа. Наиболее важными в ситуации отказа являются симметричность–асимметричность социальных отношений в сочетании с различной степенью социально-психологической дистанции. Набор данных социальных параметров оказывает значительное влияние на тип отказа и языковые средства его реализации.

К л ю ч е в ы е с л о в а : речевой акт отказа; коммуниканты; социальный статус; социальная дистанция; возраст; языковые средства выражения отказа.

The article deals with the impact of social characteristics on means and forms of representing of refusal. The most important characteristics are the symmetry and asymmetry of social relations, combined with varying degrees of socio-psychological distance. These social dimensions have a significant impact on the type of refusal and language-specific ways of its expressing.

К e y w o r d s : speech act of refusal; communicants; social status; social distance; age; language-specific ways of expressing refusal.

Речевой акт отказа – это акт реализации негативной реакции, возникающей на просьбу, требование или приказ собеседника, при котором говорящий не имеет возможности или желания выполнить требуемое действие (вербальное или невербальное) [1, с. 16]. В связи с тем, что волеизъявление одного из коммуникантов остается непринятым, высказывания с семантикой

отказа занимают пограничное положение в дихотомии конфликтность–кооперативность. Так, на содержательном уровне они оцениваются как конфликтные, а на межличностном под влиянием различных прагматических параметров могут зачастую трансформироваться в кооперативные. О наличии двух уровней отношений – содержательного и межличностного – «в любых разновидностях коммуникативных действий» пишет А. А. Романов, отмечая, что второй уровень (межличностный) «является определяющим по отношению к первому» [2, с. 13].

Таким образом, на реализацию и эффективное функционирование речевого акта, помимо коммуникативной цели, существенно влияет определенная комбинация факторов экстралингвистического характера: вертикаль–горизонталь общения, контактность–дистантность общения, пол, возраст коммуникантов. Каждый из компонентов, становясь релевантным в рамках отдельного типа коммуникативной ситуации, приводит к изменению самой коммуникативной ситуации и, следовательно, к варьированию средств выражения, используемых участниками ситуации, и их коммуникативного поведения в целом [3, с. 41].

Наиболее существенное влияние на реализацию речевого акта отказа и его расположение в рамках конфликтной или кооперативной коммуникации оказывают социальные взаимоотношения между говорящим и адресатом. По мнению Т. В. Лариной, социальные взаимоотношения между собеседниками определяются двумя основными факторами: социальной дистанцией и социальным статусом [4, с. 112]. Социальный статус включает образование, профессиональную деятельность, авторитет индивида в обществе, социальный класс, к которому он принадлежит. Каждый социальный статус диктует определенные права, обязанности и соответствующее им нормативное поведение коммуникантов. Социальная дистанция, в свою очередь, характеризует уровень близости или отдаленности коммуникантов (близкий, нейтральный, далекий), степень их взаимосвязанности. В зависимости от социальных взаимоотношений партнеров говорящий ограничивает себя выбором таких языковых средств, которые обладают достаточной силой воздействия и в то же время могут быть использованы в данной речевой ситуации в силу допустимости их реализации.

Исходя из факторов социальной дистанции, статусно-ролевых отношений можно выделить следующие виды коммуникативных контекстов: симметричный и асимметричный. Симметричный коммуникативный контекст характеризуется равными статусно-ролевыми отношениями. Асимметричный подразумевает отношения выше–ниже по социальным показателям с учетом различной социальной дистанции.

Рассмотрим функционирование речевого акта отказа в условиях симметричных социальных отношений между участниками, которым присущи такие характеристики, как отсутствие доминирования, взаимоуважение и готовность к компромиссу. Анализ языкового материала выявил, что в равностатусной ситуации участники общения могут прибегнуть к разным типам отказа с вариативным эмоциональным компонентом и характерной для них степенью категоричности: прямому и косвенному. В таком случае при

выборе типа отказа решающую роль играет такой фактор, как характер межличностных отношений, который определяется в зависимости от степени социально-психологической дистанции между коммуникантами.

При равностатусных и близких дружественных отношениях в ситуации отказа коммуниканты, тем не менее, стараются продемонстрировать свою заинтересованность в сотрудничестве друг с другом и уважительное отношение к партнеру по коммуникации. В такой коммуникативной ситуации собеседники в большинстве случаев используют эксплицитно выраженный отказ с отрицательными местоимениями *nein* 'нет', *nicht* 'не', *kein* 'не', *nichts* 'ничего', которые часто сопровождаются формулами благодарности, обоснованием отказа, аргументацией своего выбора, либо используют косвенный отказ с привлечением тактик коммуникативного смягчения. В данном случае участники диалога характеризуются стремлением к кооперативному поведению. Например:

«Kommst du mit auf einen Drink?», fragte Annabelle.

«Nein.» Ich gähnte und warf einen Blick auf die Kirchturmuhhr. «Ich leg mich besser aufs Ohr, um ein paar Stunden Schlaf zu ergattern.»

‘Как насчет выпить по бокальчику? – спросила Аннабель.

– Нет. – Я зевнула и посмотрела на церковные часы. – Я лучше полежу, хочу поспать пару часов’.

В вышеприведенном примере Аннабель и Лили являются коллегами, которые поддерживают приятельские отношения. Автор отказа использовала отрицательное местоимение *nein* 'нет' с последующим обоснованием своей позиции. В такой коммуникативной ситуации, где участники находятся на одном социальном уровне и в доверительных отношениях друг с другом, отказ воспринимается спокойно и с пониманием, не вызывая резкой отрицательной реакции, удерживая собеседников в рамках кооперативного поведения. Изначально категоричная прагматика отрицательного слова *nein* 'нет' в определенной степени смягчается в условиях контекстной реализации, в том числе благодаря равностатусному положению партнеров по коммуникации.

В ряде случаев при равностатусных близких отношениях коммуникантов отказ может быть эксплицитным, категоричным и эмоциональным. Однако, если коммуниканты расположены друг к другу и связаны тесными отношениями, явно выраженные эмоциональность и категоричность отказа не угрожают коммуникативному равновесию и не инициируют разрыв отношений, а лишь свидетельствует о том, что автор отказа находится в психологически напряженной ситуации. Например:

«Amy bleibt hier, Lucille. Sie muss es erfahren. Es ist an der Zeit, dass sie die Wahrheit erfährt.» «Nein!» Lucille war entsetzt. «Nein, das lasse ich nicht zu. Sie ist noch zu klein. Das ist zu viel für sie.»

‘Ами остается здесь, Люсиль. Ей следует это узнать. Пришло время, ей узнать правду. – Нет! – Люсиль была в ужасе. – Нет, я этого не допущу. Она слишком маленькая. Это будет слишком для нее’.

В данном примере автор отказа выражает свою резко отрицательную реакцию на стимулирующую реплику, используя прямой повтор отрицательного местоимения *nein* 'нет'. Позволяя себе такой категоричный и эмо-

ционально заряженный отказ, автор уверен в прочности взаимоотношений с собеседником. Сама же прагматическая категоричность отказа подобного рода блокирует интенцию настойчивости, выраженную в иницилирующей реплике.

В случае, когда собеседники равны по статусу, а характер их межличностных отношений можно охарактеризовать как нейтральный, доминирует вежливый эксплицитный отказ. Например:

Seine Mutter erschien an der Tür und lächelte die Fremde draußen freundlich an. «Brauchen Sie was?», fragte sie. «Da drüben ist ein Laden, der müsste jetzt aufhaben.»

«Nein, danke. Ich warte auf Bruder Wilhelm, er holt gerade etwas für mich.» ‘Его мама появилась у дверей и дружелюбно улыбнулась незнакомцу. – Вы что-то хотели? – спросила она. – Там, напротив, есть магазин, я думаю, он еще открыт.

Нет, спасибо. Я подожду брата Вильгельма, он должен мне кое-что передать’.

Так, в данном примере на совет собеседника партнер по коммуникации реагирует отказом с отрицательным местоимением *nein* ‘нет’, мотивируя при этом свою позицию и используя формулу благодарности *danke* ‘спасибо’. Акты благодарности или сожаления зачастую сопровождают отказ, так как в равностатусных неблизких отношениях коммуниканты стремятся соблюдать принцип вежливости, действовать «мягко» и тактично, не нарушая коммуникативный баланс. В данном случае резко категоричная прагматика отказа нивелируется контекстом.

Когда же собеседники равны по статусу, но находятся в зоне конфликта, предпочтение отдается прямому категоричному отказу, в большинстве случаев эмоционально окрашенному, с демонстрацией неприязненного отношения к собеседнику. Например:

«Mich hält nichts mehr in England, ich habe die Absicht, hier zu bleiben. Bei dir.» «Aber ich will dich nicht haben!», schrie Tyndall erbittert. «Du kannst hier nicht bleiben.» ‘– Меня уже ничего не держит в Англии, поэтому я остаюсь здесь. С тобой. – Но я не хочу, чтобы ты оставалась! – закричал Тиндал с горечью. – Ты не можешь здесь остаться’.

Такой отказ не способствует сохранению коммуникативного равновесия, собеседники редко и с огромными усилиями возвращаются к кооперативному общению, а в некоторых случаях такой отказ ведет прямо к разрыву коммуникации.

Следует подчеркнуть, что в равностатусных отношениях характер межличностных взаимоотношений и социальная дистанция значительным образом детерминируют выбор типа отказа и средств его выражения. Отношения в позитивной тональности тяготеют к эксплицитному вежливому мотивированному отказу либо косвенному вежливому отказу, в то время как напряженность в отношениях способствует выбору прямого категоричного, зачастую немотивированного отказа.

В случае асимметричности социальных ролей наблюдается доминирование того говорящего, чей статус «выше» по какому-либо параметру. Чем выше социальный статус инициатора отказа, тем чаще встречается прямой отказ. Мотивированность либо немотивированность, а также степень вежливости отказа напрямую зависят от уровня коммуникативной компетенции адресанта и тональности общения.

«*Darf ich sie besuchen?*» «*Nein, ausgeschlossen. Ich habe noch einiges zu erledigen, aber Sie sagten, Sie würden erreichbar bleiben.*» ‘– Можно мне с ней увидеться? – Нет, это исключено. Мне нужно еще решить некоторые вопросы, но Вы сказали, что с Вами можно будет связаться’.

В данном случае начальник полиции отказывает в просьбе собеседнику. Отказ реализуется эксплицитными средствами, семантика причастия *ausgeschlossen* ‘исключено’ усиливает высокую степень категоричности отказа. Однако, в таких случаях категоричная прагматика отказа не нарушает рамок кооперативного поведения, а воспринимается как данность.

В следующем примере доктор обращается к категоричному косвенному отказу, не терпящему возражения:

«*Kann ich sie nicht wenigstens halten?*» *bat meine Mutter. «Gehen Sie zur Seite, Mrs. Dillon», sagte der Atzt.* ‘– Можно мне ее хотя бы подержать? – попросила моя мама. – Нет, отойдите в сторону, миссис Диллон’.

Возможен также вариант, когда человек, имеющий более высокий ролевой статус, в ответ на предложение или совет дает мягкий отказ. Это объясняется близкими отношениями собеседников, они поддерживают официальные дружеские отношения и стремятся к соблюдению конвенциональных установок.

«*Kann ich Ihnen etwas anbieten, Dr. Wade? Einen Kaffee vielleicht?*» «*Nein danke, Mrs McFarland.*» ‘– Доктор Вейд, может Вам что-нибудь предложить? Например, кофе. – Нет, спасибо, миссис МакФарлэнд’.

Если автор отказа имеет более низкий социальный статус, своим поведением он в большинстве случаев стремится к сохранению конвенциональных отношений, а также к смягченному, бесконфликтному ведению коммуникации. Отказ может быть как прямым так и косвенным, однако в нем главенствует принцип вежливости, отсутствует высокая степень категоричности, используются различные тактики смягчения отказа. Так, в следующем примере пассажир корабля отвечает отказом на просьбу капитана, который находится в более высокой статусной позиции. При этом адресант использует *nein* ‘нет’ с последующим заверением в том, что все в порядке и обоснованием отказа. Одновременно применяется тактика благодарности, которая позволяет автору отказа проявить свое положительное отношение к предложению собеседника:

«*Also darf ich einer schönen schiffbrüchigen Lady auf meinem Schiff eine Kojе nach Broome anbieten?*», *fragte er mit einem charmanten Lächeln. «Nein, es ist schon in Ordnung. Vielen Dank». Sagte Olivia hastig. In Gegenwart dieses Fremden hatte sie ein unbehagliches Gefühl. «Wir werden hier bleiben, bis das Kind da ist und wir zu unserer Farm ziehen können.*» ‘– Итак, могу ли я предложить одной прекрасной, потерпевшей кораблекрушение леди место в каюте

до Брума? – спросил он, обворожительно улыбнувшись. – Нет, все в порядке. Большое спасибо. – Пospешила ответить Оливия. – Мы останемся здесь, пока не родится ребенок, и мы не сможем отправиться на нашу ферму’.

В некоторых ситуациях человек, имеющий более низкий ролевой статус, в ответ на предложение или совет дает категоричный отказ (или даже отказ с усилением). Такая ситуация является потенциально конфликтной, хотя не всегда выливается в дисгармоничное речевое поведение.

Асимметричность может проявляться не только в социальных отношениях, но и в разных возрастных характеристиках коммуникантов. Так, дети и подростки, которые не умеют контролировать свои эмоции, не обладают достаточной коммуникативной компетентностью, не всегда умеют сдерживать свои чувства, поэтому для них характерны прямые эмоционально окрашенные, зачастую категоричные ответы. Они сфокусированы в первую очередь на своих переживаниях, а не на переживаниях своего собеседника. Например:

«Geh in dein Zimmer», sagt er. «Nein.» «Das recht.» Seine Stimme ist jetzt strenger. «Ich gehe aber nicht in mein Zimmer», sage ich, «und du kannst mich nicht dazu zwingen.» – Иди в комнату, – сказал он. – Нет. – Это еще что, – его голос стал строже. – Я все равно не пойду в свою комнату, – сказала я. – И ты не сможешь меня заставить’.

Анализ материала показал, что речевой акт отказа является сложным и многоаспектным высказывательным комплексом, и именно понимание взаимосвязи средств его выражения, прагматических характеристик и социальной детерминированности является основой успешной коммуникации. В каждой конкретной ситуации отказа адресант стоит перед проблемой выбора и принятия решения о соответствии одних и несоответствии других языковых средств ситуации общения. К основным социолингвистическим факторам, детерминирующим выбор языковых средств выражения отказа, относятся социальный статус, социальная дистанция и возраст участников общения. Каждая из данных составляющих имеет разное влияние на речь коммуникантов. При незначительной социальной дистанции языковые средства и содержание речевого акта отказа более разнообразны и эмоционально окрашены, чем при большой; в равностатусном общении одинаково свободно используются обе формы отказа, а в статусно маркированном диалоге превалирует прагматика категоричного отказа.

ЛИТЕРАТУРА

1. Боргер, Я. В. Комплексный анализ актов негативной реакции (на материале современных драматических произведений) : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Я. В. Боргер. – Тюмень, 2004. – 21 с.
2. Романов, А. А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения / А. А. Романов. – М. : Ин-т языкознания АН СССР, 1988. – 183 с.
3. Беликов В. И. Социолингвистика : учебник для вузов / В. И. Беликов, Л. П. Крысин. – М. : Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2001. – 315 с.
4. Ларина, Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации / Т. В. Ларина // Рукописные памятники Древней Руси. – М. : Изд-во РУДН, 2009. – С. 111–118.

ПРЫБЛІЗНАСЦЬ І КОЛЬКАСНАЯ НЯВЫЗНАЧАНАСЦЬ ЯК ПРЫКМЕТЫ ВЕРАГОДНАСЦІ Ў БЕЛАРУСКАЙ І АНГЛІЙСКАЙ МОВАХ

Артыкул прысвечаны раскрыццю асаблівасцей функцыянавання канструкцый з семантыкай прыблізнай колькасці як перыферыйных сродкаў праблематычнай верагоднасці ў публіцыстычных, навуковых і мастацкіх тэкстах. Устаноўлена, што частотнасць маркёраў колькаснай прыблізнасці залежыць ад жанравай спецыфікі тэксту.

К л ю ч а в ы я с л о в ы: верагоднасць; колькасная прыблізнасць; нявызначанасць; праблематычная верагоднасць; канструкцыя.

The article aims to reveal some peculiarities of the functioning of constructions with semantics of the approximate number as peripheral means of problematic credibility in journalistic, scientific and artistic texts. It is established that the frequency of quantitative proximity markers depends on the genre specific of the text.

К e y w o r d s: credibility; quantitative proximity; indefiniteness; problematic credibility; construction.

Сучаснае інфармацыйнае грамадства прадугледжвае празмерную колькасць інфармацыі, якая не заўсёды адпавядае рэчаіснасці, што абумоўлівае неабходнасць яе праверкі на крытэрыі верагоднасці. Значную ролю ў ацэнцы інфармацыі як праўдзівай адыгрываюць лінгвістычныя сродкі, якія маркіруюць верагоднасць выказвання. *Верагоднасць* – лінгвапрагматычная катэгорыя, якая адлюстроўвае ступень упэўненасці адрасанта ў адпаведнасці зместу выказвання рэчаіснасці. Мадальнасць верагоднасці – макрополе з разнастайнай сістэмай моўных сродкаў, якія выкарыстоўваюцца адрасантам для ацэнкі паўнаты ведаў аб прапазіцыі [1]. Семантычная дамінанта – ступень упэўненасці адрасанта ў адпаведнасці выказвання стану спраў у цяперашнім/мінулым/будучым. Макрополе верагоднасці ўключае палі праблематычнай, простаі, катэгарычнай верагоднасці [2]. Размежаванне паміж палямі ажыццяўляецца на аснове наступных кагнітыўных, логіка-семантычных і прагматычных прыкмет: *ментальныя станы меркавання і ведання, адсутнасць/наяўнасць альтэрнатывы ў зыходзе падзеі (безальтэрнатыўнасць/альтэрнатыўнасць), упэўненасць/няўпэўненасць адрасанта ў прапанаваным варыянце развіцця падзеі, інфармацыйная насычанасць/недастатковасць, дакладнасць/недакладнасць (прыблізнасць), пэўнасць/няпэўнасць (нявызначанасць), настойванне адрасанта на адным з варыянтаў/дапушчэнне іншых варыянтаў*.

Дыферэнцыяльнымі прыкметамі для поля праблематычнай верагоднасці выступаюць *меркаванне, альтэрнатыўнасць, няўпэўненасць, інфармацыйная недастатковасць, недакладнасць (прыблізнасць), няпэўнасць (нявызначанасць), дапушчэнне іншых варыянтаў развіцця падзеі*.

Поле простаі верагоднасці грунтуецца на наступных прыкметах: *веданне, безальтэрнатыўнасць, упэўненасць, інфармацыйная насычанасць, дакладнасць, пэўнасць*.

Поле катэгарычнай верагоднасці маркіруецца актуалізацыйнай прыкметай *ведання, безальтэрнатыўнасці, упэўненасці, інфармацыйнай насычанасці, дакладнасці, пэўнасці, настойвання на адным з варыянтаў развіцця падзеі*.

Катэгарычная верагоднасць адрозніваецца ад простага прагматычным кампанентам настойвання адрасанта на прапанаваным варыянце развіцця падзеі.

Аб'ект даследавання – прыблізнасць і няпэўнасць (колькасная нявызначанасць) як логіка-семантычныя прыкметы верагоднасці. Мэта – раскрыць асаблівасці функцыянавання адзінак з семантыкай прыблізнай колькасці як маркёраў праблематычнай верагоднасці ў публіцыстычных, навуковых і мастацкіх тэкстах.

Фактычным матэрыялам паслужылі 100 беларускіх і англійскіх публіцыстычных рэцэнзій на мастацкія кнігі, 100 навуковых рэцэнзій на манаграфіі па лінгвістыцы на дзвюх мовах, 100 беларускіх і англійскіх апавяданняў сучасных пісьменнікаў. Агульны аб'ём прааналізаваных выказванняў – 23 243.

Як адзначае Н. Д. Аруцюнава, «мова развіваецца адначасова ў двух процілеглых накірунках: адзін з іх вызначаны імкненнем да максімальна поўнага і дакладнага выражэння ісціны, другі – жаданнем яе ўтаіць або прыкрыць маскай праўдападабенства» [3, с. 5]. Прыкметы *дакладнасць/недакладнасць (прыблізнасць), пэўнасць/няпэўнасць* выступаюць у якасці бінарна-арганізаваных параметраў, структуруюць катэгорыю верагоднасці і служаць сродкамі яе ідэнтыфікацыі ў дыскурсе.

Дакладнасць выклікана неабходнасцю канкрэтызацыі колькаснай сутнасці або намінуемага паняцця, з'яўляецца прыкметай простага і катэгарычнай верагоднасці, увасабляецца ў дыскурсе пэўнай стратэгіяй адрасанта, накіраванай на максімальна поўнае адлюстраванне сапраўднага стану спраў.

Недакладнасць карэлюе з прыблізнасцю (апраксімацыяй) і выступае прыкметай праблематычнай верагоднасці. На думку С. В. Іонавай, «найбольшую актуальнасць паняцце апраксімацыі набывае ў сувязі з вывучэннем тыпаў прыблізнай намінацыі» [4, с. 51]. У тэорыі намінацыі прыблізнасць абазначэння з'яў рэчаіснасці выступае ў якасці фундаментальнай уласцівасці мовы і вызначае спецыфіку моўнай свядомасці яе носьбітаў. Колькасныя адносіны (*approximately five minutes* 'амаль пяць хвілін') і якасныя прыкметы прадметаў, з'яў і падзей навакольнай рэчаіснасці (*almost ready* 'амаль гатовы') могуць падвяргацца прыблізнай інтэрпрэтацыі.

Выкарыстанне адзінак з семантыкай прыблізнасці/нявызначанасці можа быць абумоўлена недастатковай інфармаванасцю адрасанта аб аб'ектах намінацыі, яго нежаданнем несці адказнасць за праўдзівасць інфармацыі, а таксама згладжваннем непрыемнай сітуацыі, рэзкай намінацыі і г.д. [5].

Неабходна адзначыць, што прыкметы *дакладнасць/недакладнасць* карэлююць з *пэўнасцю/няпэўнасцю*. Адзінкі са значэннем няпэўнасці ў выніку транспазіцыі могуць перасоўвацца ў перыферычную зону праблематычнай верагоднасці. Вылучаюць два тыпы няпэўнасці: няпэўнасць прыкметы ці імя (*нейкі, які-небудзь*) і мадальную (*як бы, магчыма*) [6]. На думку А. Шапенгаўэра, усякая няпэўнасць параджае сумненні [7]. Гэта дазваляе нам аднесці маркёры няпэўнасці/нявызначанасці да перыферычных паказчыкаў праблематычнай верагоднасці. Аператары няпэўнасці – гэта «знакі нявыражаных ці нявыказаных сэнсавых кампанентаў: нявыяўленых прычын, падзей, няясных

матываў учынкаў, нявызначаных і неазначаных варыянтаў прыкмет, сляды дзеяння неведомых сіл» [6, с. 823]. Пры выкарыстанні сродкаў выражэння няпэўнасці факты страчаваюць пэўнасць і разам з тым набываюць дадатковую значнасць, якая вынікае з іх незакончанасці.

Да экспліцытных сродкаў выражэння няпэўнасці даследчыкі адносяць канструкцыі, у склад якіх уваходзяць 1) раздзяляльныя злучнікі (*ці ... ці, ці то ... ці то, either ... or* і іншыя); 2) мадальныя словы са значэннем няўпэўненасці (*мабыць, магчыма, здаецца, perhaps, probably* і іншыя); 3) групы, якія ўказваюць на прыблізную колькасць (*каля ... , пяць-шэсць ... , хвілін 10, ад ... да ... , 10 рублёў з капейкамі, about ... , approximately ...* і інш.); 4) няпэўныя займеннікі (*нехта, нешта, хтосьці, штосьці, somebody, something* і інш.); 5) неазначальныя прыслоўі (*кудысьці, некалі, недзе, anywhere, somewhere* і інш.).

Прааналізуем сродкі актуалізацыі прыблізнай колькасці (колькаснай нявызначанасці) як маркёраў праблематычнай верагоднасці ў жанрах публіцыстычнага, навуковага і мастацкага дыскурсаў.

У публіцыстычных рэцэнзіях на беларускай мове 4 канструкцыі рэалізуюць значэнне прыблізнай колькасці: (1) *каля + лічэбнік + назоўнік*, (2) *няпэўны займеннік + каля + лічэбнік + назоўнік*, (3) *амаль + прыназоўнік + назоўнік*, (4) *амаль + што + лічэбнік*:

(1) *Нездарма і ў назву гэтага зборніка ўваходзіць адзін з яе наватвораў («невымаўля»), а ў цэлым іх тут налічваецца каля двух дзясяткаў* (Э. Дубянецкі);

(2) *«Берагі майго юнацтва» рыхтаваліся яшчэ самім Сысом, калі таму было нешта каля дваццаці гадоў* (Н. Грышчук). Няпэўны займеннік *нешта* ўзмацняе значэнне прыблізнай колькасці, ствараючы агульнае адчуванне няўпэўненасці, сумнення ў сапраўднасці прапазіцыі;

(3) *Як сведчыць сам Уладзімір Паўлавіч, «амаль за паўвека творчых вандровак бадай што не засталася куточка Беларусі, дзе не давялося пабываць»* (А. Марціновіч);

(4) *Амаль што ў дзвюх трэціх усіх апавяданняў згадваюцца тры браты, і хоць яны не асілкі і часцей за ўсё маюць дрэнныя характарыстыкі, увагу на сабе засяроджваюць добра* (Ю. Ваўчок).

У англійскіх публіцыстычных рэцэнзіях выкарыстоўваюцца 5 канструкцый з семантыкай прыблізнай колькасці: (5) *about + a numeral + a noun phrase*, (6) *around + a numeral + a noun*, (7) *almost + half + a noun phrase*, (8) *nearly + a numeral + a noun*, (9) *over + a numeral + or*:

(5) *From 2000 to 2012, indeed, it's estimated that about 99% of all newly developed «dementia drugs» failed to pass their clinical trials* 'Сапраўды, з 2000 па 2012 год, паводле ацэнак, каля 99 % усіх новых распрацаваных «прэпаратаў ад дэменцыі» не прайшлі сваіх клінічных выпрабаванняў' (R. McCrum);

(6) *Rees skilfully charts the development of Nazi antisemitic measures, from segregation and discrimination in the years before the second world war to ghettoisation and deportation during the war, culminating in the systematic extermination of around six million Jews* 'Рыс умела акрэсліў развіццё

антысеміцкіх мер нацыстаў – ад сэгрэгацыі і дыскрымінацыі перад другой сусветнай вайной да гетаізацыі і дэпартацыі падчас вайны, якая завяршылася сістэматычным знішчэннем каля шасці мільёнаў яўрэяў’ (N. Wachsmann);

(7) *Early school starting times – particularly in the US, where **almost half of public high schools** start at 7.20 am – are disastrous for the mental health of teenager* ‘Ранні пачатак заняткаў у школе, асабліва ў ЗША, дзе амаль палова дзяржаўных сярэдніх школ пачынаюць навучанне ў 7.20 раніцы, з’яўляецца згубным для псіхічнага здароўя падлеткаў’ (M. O’Connell);

(8) *For nearly 600 pages, barring the odd mention of the «cognitive» aspects of human action, Sapolsky sidelines the question of what place conscious reasoning has in determining behaviour, among all the neurochemical, hormonal and evolutionary factors* ‘На амаль 600 старонках, за выключэннем дзіўных згадак пра «кагнітыўныя» аспекты чалавечых дзеянняў, Сапольскі ўхіляецца ад адказу на пытанне, якое месца займае свядомае разважанне ў вызначэнні паводзін сярод усіх нейрахімічных, гарманальных і эвалюцыйных фактараў’ (S. Poole);

(9) *Bradshaw takes his cue not just from our perennial fascination with our pets, but from the promotion **over the past 20 years or so** of the idea that these pets are in some way «good for us»* ‘Брэдшоу кіруецца не толькі нашым пастаянным захапленнем хатнімі жывёламі, але і распаўсюджанай за апошнія гадоў 20 ідэяй аб тым, што гэтыя хатнія жывёлы ў пэўным сэнсе «карысныя для нас»’ (W. Self). Сема прыблізнасці актуалізуецца за кошт раздзяляльнага злучніка *or*.

У навуковых рэцэнзіях на беларускай мове ўжываюцца 2 канструкцыі са значэннем колькаснай прыблізнасці: (10) *амаль* + *лічэбнік*, (11) *каля* + *лічэбнік* + *назоўнік*:

(10) *Па нашых падліках, з агульнай колькасці ўсіх дысертацыйных работ, абароненых на беларускай мове ў Рэспубліцы Беларусь, **амаль 40 %** у той ці іншай ступені закранаюць лексікалагічную праблематыку* (Д. В. Дзятко);

(11) *Пры аналізе моўных і маўленчых фактаў В. Я. Барысенка выкарыстоўвала тэксталагічны, сінхронна-аналітычны, апісальны, статыстычны, а таксама параўнальны метады, якімі ў той ці іншай суаднесенасці былі прааналізаваны **каля трох з паловай тысяч лексічных адзінак*** (В. Д. Старычонок).

У англійскіх навуковых рэцэнзіях выкарыстоўваюцца 4 канструкцыі з семантыкай прыблізнай колькасці: (12) *about* + *a numeral* + *a noun*, (13) *approximately* + *a numeral* + *a noun*, (14) *almost* + *a numeral* + *a noun*, *nearly* + *a numeral* + *a noun*:

(12) *The two key chapters in this book, each **about fifty pages** long, are chapter 3, which carefully analyses the various metrics for measuring rhythm, and chapter 6, in which the results of applying the metrics under a range of conditions are presented in considerable detail* ‘Два асноўныя раздзелы гэтай кнігі, кожны каля пяцідзесяці старонак, – гэта раздзел 3, у якім старанна аналізуецца розныя паказчыкі для вымярэння рытму, і раздзел 6, у якім даволі падрабязна прадстаўлены вынікі прымянення метрык пры розных умовах’ (D. Deterding).

(13) *He has been involved in sign language linguistics for approximately fifteen years* ‘Ён займаецца лінгвістыкай мовы жэстаў прыкладна пятнаццаць гадоў’ (M. Morgan);

(14) *Chapter 7, ‘Accent’ is the final, though meatiest, of all the chapters, occupying almost one-third of the volume* ‘Раздзел 7 «Акцэнт» – апошні, самы змястоўны, займае амаль трэць усяго аб’ёму’ (M. Irwin);

У беларускіх апавяданнях сема прыблізнай колькасці ўвасабляецца ў канструкцыях *каля + лічэбнік/назоўнік*, (15) *амаль + лічэбнік/назоўнік, гадоў + лічэбнік, якія гадзіны паўтары-дзе, (16) дзясятка-другі, яшчэ колькі дзясяткаў машын, дзесьці з тыдзень, (17) з хвіліну, мільёнаў на дзесяць*:

(15) *Дзень Абування Тамавых Чаравікаў – мне быў амаль год – ці то памятаю, ці то добра ўяўляю* (К. Захарэвіч);

(16) *Дзяўчына зрабіла дзясятка-другі фотаздымкаў, і адзін з іх адразу ж выклала ў інтэрнэт* (А. Данілевіч);

(17) *Абое з хвіліну маўчалі, гледзячы адно аднаму ў вочы* (С. Умец).

У мастацкіх тэкстах на англійскай мове значэнне прыблізнай колькасці актуалізуецца ў канструкцыях *around*, (18) *about*, *almost*, (19) *nearly + a numeral/a noun/a numeral + a noun*:

(18) *At about thirty, you will have another reason to drink* ‘У гадоў трыццаць у вас будзе яшчэ адна прычына выпіць’ (W. Thirsk-Gaskill);

(19) *It was nearly midnight when they set off* ‘Была амаль поўнач, калі яны выправіліся ў дарогу’ (P. Langeskov).

Параўнальны аналіз беларускіх і англійскіх сродкаў эксплікацыі колькаснай прыблізнасці выявіў рысы падабенства і адрознення ў іх функцыянаванні ў розных жанрах. Частотнасць маркёраў колькаснай прыблізнасці залежыць ад жанравай спецыфікі тэксту. Дакументальна-факталагічная дакладнасць тэкстаў публіцыстычнай (медыйнай) накіраванасці абумоўлівае нізкую частотнасць аналізуемых канструкцый у часопісных рэцэнзіях. Невысокая колькасць ужыванняў паказчыкаў прыблізнасці ў навуковых рэцэнзіях на дзвюх мовах абумоўлена патрабаваннямі да навуковага стылю, які адрозніваецца дакладнасцю, лаканічнасцю, абагульненасцю, аб’ектыўнасцю, насычанасцю фактычнай інфармацыяй, адназначнасцю. Канструкцыі з семантыкай прыблізнасці, колькаснай нявызначанасці значна часцей выкарыстоўваюцца ў мастацкіх тэкстах, паколькі яны выступаюць адным са сродкаў стварэння вобразнасці і выразнасці. Агульная колькасць ужыванняў эксплікатараў прыблізнасці ў публіцыстычных, навуковых і мастацкіх тэкстах прадстаўлена ў наступнай табліцы.

Агульная частотнасць маркёраў колькаснай прыблізнасці ў публіцыстычных, навуковых і мастацкіх тэкстах

Жанр	Мова	
	беларуская	англійская
Публіцыстычныя рэцэнзіі на мастацкія кнігі	7	11
Навуковыя рэцэнзіі на манаграфіі па лінгвістыцы	5	8
Апавяданні	28	30

Колькасць ужыванняў канструкцый з семантыкай прыблізнасці ў англійскіх тэкстах большая ў параўнанні з беларускімі, што сведчыць аб праяве няпэўнасці як рысы характару англічан.

Такім чынам, прыблізнасць і колькасная нявызначанасць выступаюць прыкметамі верагоднасці і актуалізуюцца ў канструкцыях з семантыкай прыблізнай колькасці, што адносяцца да перыферычных сродкаў праблематычнай верагоднасці. Адрозненні ў іх частотнасці звязаны са спецыфікай жанраў і менталітэтаў беларусаў і англічан.

ЛІТАРАТУРА

1. *Бондарко, А. В.* Теория функциональной грамматики : Темпоральность. Модальность / А. В. Бондарко. – Л. : Наука, 1990. – 264 с.
2. *Паўлоўская, Н. Ю.* Катэгорыя мадальнасці ў сучаснай беларускай мове : кагнітыўная структура, функцыянальны статус, сродкі выражэння : дыс. ... д-ра філал. навук : 10. 02. 01 / Н. Ю. Паўлоўская. – Мінск, 2002. – 231 л.
3. *Арутюнова, Н. Д.* От редактора / Н. Д. Арутюнова // Логический анализ языка. Истина и истинность в культуре и языке. – М. : Наука, 1995. – С. 5.
4. *Ионова, С. В.* Аппроксимация содержания вторичных текстов / С. В. Ионова. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2006. – 380 с.
5. *Панченко, Н. Н.* Достоверность как коммуникативная категория : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Н. Н. Панченко. – Волгоград, 2010. – 400 с.
6. *Арутюнова, Н. Д.* Язык и мир человека. – М. : Языки рус. культуры, 1999. – 896 с.
7. *Шопенгауэр, А.* Мир как воля и представление / А. Шопенгауэр. – М. : Эксмо, 2018. – 560 с.

Н. В. Егоров (Минск, МГЛУ)

ОПИСАНИЕ СУЩНОСТИ НАУЧНОГО ДОСТИЖЕНИЯ КАК ТАКТИКА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ИНФОРМИРОВАНИЯ В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОМ ДИСКУРСЕ

В статье определяется место тактики описания сущности научного достижения в реализации стратегии информирования в научно-популярном дискурсе на английском и белорусском языках. Приводится анализ средств вербализации рассматриваемой тактики, к которым относятся количественные наречия, передающие статистический аспект и указывающие на глубину научных изысканий; постпозитивные определения, выраженные оборотами с неличными формами глагола; сложные предложения с сочинительной и подчинительной связью. Исследование фактического материала также позволило установить, что для реализации стратегии информирования при описании научного достижения возможен сознательный повтор актуальной информации о проводимом исследовании.

К л ю ч е в ы е с л о в а: научно-популярный дискурс; научное достижение; коммуникативная тактика; стратегия информирования; английский и белорусский языки.

The article determines the role of the tactics of scientific achievement essentials description in realizing the informing strategy in popular science discourse in the English and Belarusian languages. The analysis highlights such means of the above tactics verbalization as

quantitative adverbs, postpositive attributes, compound and complex sentences. Intentional repetition of the scientific research information by the author also contributes to the realization of the informing strategy.

Key words: popular science discourse; scientific achievement; communicative tactics; informing strategy; English and Belarusian.

Статус научно-популярного дискурса как самостоятельного типа предопределяет его жанровое разнообразие (учебник, монография, пособие, статья, интервью и т.д.), которое обусловлено коммуникативно-прагматическими параметрами, влияющими на манеру изложения информации (объем текста, его источник, потенциальная аудитория) [1; 2, с. 39]. Научно-популярный текст может быть представлен как отдельным самостоятельным изданием (например, научно-популярной монографией), так и составной частью иной дискурсивной среды (медийного дискурса).

В современном мире СМИ по определению ориентированы на массового читателя, что дает основание считать их главным источником научной информации. С опорой на данное умозаключение в качестве фактического материала нами выбраны информационно-аналитические статьи научно-популярного характера из американских журналов *Popular Science*, *National Geographic*, газеты *The New York Times* за период 2015–2020 гг. и статьи того же жанра на белорусском языке из журналов «Родная прырода», «Беларуская думка», газеты «Звязда» за тот же период. Публикации из перечисленных изданий служат оперативной и емкой формой передачи научного знания, обладающей актуальным содержанием [1].

Коммуникативной целью научно-популярного дискурса является «массовое распространение и популяризация определенных научных сведений. Данный тип <...> отличается от остальных по своим целям, содержательному наполнению, характеру адресата» [3, с. 36]. Поставленные цели в исследуемом типе дискурса коррелируются с определенным набором интенций, под которыми понимаются типовые целеустановки, характерные для того или иного дискурсивного жанра [4; 5; 6] и организующие построение конкретного текста. В жанровой модели информационно-аналитической статьи научно-популярного дискурса присутствуют главные интенции, предопределяющие набор коммуникативных стратегий и тактик, а также языковых средств их воплощения [7, с. 172].

Авторские интенции в научно-популярном дискурсе представлены через *информирование* о достижениях в сфере научных изысканий, предъявлении логически выверенных доказательств, т.е. *убеждении* в их актуальности оптимальным для адресанта образом и в конечном итоге *популяризации* передового научного знания для продуктивного усвоения массовым читателем.

Важной тактикой реализации коммуникативной стратегии информирования в научно-популярном дискурсе является описание сущности научного достижения, которое в схожей степени типично для американских (92 %) и белорусских (87 %) статей. Такого рода изложение заключается в детализированной логически выстроенной интерпретации главных аспектов описы-

ваемого научного события и его возможных последствий. В публикации «A Machine that Pulls Water from Thin Air. Literally» ‘Изобретение, вытягивающее воду из чистого воздуха. В буквальном смысле’ (Popular Science, 03–04.2017) идет речь о работе установки, которая с помощью силы ветра аккумулирует влагу, получая ее из воздуха: *The air is full of water vapor. Chill that vapor, however, and the water will condensate into a liquid. This principle makes water bead up on the outside of a frosty glass – and it also drives WaterSeer: The device sends air underground, where cooler temperatures turn the water from gas to liquid. Field tests suggest that WaterSeer can produce up to 11 gallons of fresh drinking water per day in drier environments like San Francisco. It works even better under humid conditions, like in Virginia, where it can provide 14 gallons a day* ‘Воздух наполнен испарениями воды. Достаточно охладить, и испарения превратятся в жидкость. Этот принцип дает начало образованию водяных капелек на внешней стороне холодного стакана и лежит в основе работы установки WaterSeer. Она закачивает воздух под землю, где под воздействием более низких температур вода переходит из газообразного в жидкое состояние. По результатам полевых испытаний WaterSeer может вырабатывать до 11 галлонов [примерно 41,6 литра] пресной питьевой воды в день в таких засушливых районах как г. Сан-Франциско. Она работает даже эффективней во влажных условиях, как, например в шт. Вирджиния, где уровень добычи может достигать до 14 галлонов [примерно 53 литра] в день’.

Автор статьи «Унікальні сарбент» (Звезда, 20.01.2015) дает емкое описание инновационной разработки белорусских ученых для ликвидации разливов нефти и нефтепродуктов и их преобразовании в твердое топливо: *Сарбент «Лігнасorb» вырабляецца ў выглядзе парашку з буйнатаранжовых адходаў гідролізнай вытворчасці. <...> «Лігнасorb», у адрозненне ад іншых прыродных сарбентаў, не патрабуе дадатковых выдаткаў на здабычу і перавозку, не тоне разам з нафтай, а ператварае яе ў цвёрдае высокакаларыйнае паліва. Сарбент прызначаны таксама для ўтылізацыі адпрацаваных індустрыяльных і раслінных алей і шлам ператварэння іх у экалагічна бяспечныя гранулы або брыкеты, якія лёгка спальваюцца ў звычайных печах для цвёрдага паліва.*

Различные грани научного открытия, описываемого в статьях на двух языках, уточняются авторами путем употребления количественных наречий, отражающих статистический аспект и указывающих на глубину специального исследования (*almost, very, enough, nearly, rather, quite, ultimately; дасматкова, значна, практычна, крыху, мала, многа, цалкам*): *Pneumococcus presents another vexing challenge: Saha and other scientists have identified nearly a hundred versions, or serotypes, of pneumococcal cells* (National Geographic, 11.2017) ‘Пневмококк представляет собой другую тревожную проблему. Саха и иные ученые выделили **без малого** сотню разновидностей или серотипов пневмококковых клеток’; *Кожны электракар абсталяваны камп’ютарам, звязаным з серверам сістэмы, каманды з якога ён апрацоўвае цалкам аўтаномна. Такі транспарт называецца касетным, паколькі электракары збіраюцца ў віртуальныя касеты (ад адной да шасці) для арганізацыі аўтапоезда* (Звезда, 08.12.2017).

Для раскрытия сути научного достижения в информационно-аналитических статьях на сопоставляемых языках авторы используют пост позитивные определения, представленные оборотами с неличными формами глагола: *Scientists have discovered that the small cluster of brain cells in charge of fast, active respiration also grant a baby animal the power to cry.* <...> *Carmen Birchmeier and Luis Hernandez-Miranda, of the Max Delbrück Center for Molecular Medicine in Berlin, and their colleagues showed that infant mice stripped of this key node* (причастный оборот) – *a mere 17,000 neurons, located in the evolutionarily ancient hindbrain* (причастный оборот) – *can breathe slowly and passively, but not vigorously or animatedly. When they open their mouths to cry, nothing comes out* (The New York Times, 05.09.2017) ‘Ученые обнаружили, что небольшое скопление клеток мозга, ответственное за учащенное, активное дыхание, также наделяет детеныша животного способностью кричать. <...> Кармен Бирчмейер и Луиз Хернандез-Миранда из берлинского Центра молекулярной медицины им. Макса Дельбрюка совместно с коллегами показали, что детеныши мыши, лишенные этого ключевого узла (причастный оборот) – собственно 17 000 нейронов, расположенных в древнем с точки зрения эволюции ромбовидном мозге (причастный оборот), – могут дышать медленно и пассивно, но не энергично или возбужденно. Когда они открывают рот для издания крика, ничего не происходит’; *Па выніках дослідження, калі планети [Венера, Земля і Юпітер. – Н. Е.] вираїноўваюцца, іх сіла прыцяжэння спалучаецца, выклікаючы прыліўны эффект на плазме Сонца, прыцягваючы яе і парушаючы магнітнае поле Сонца* (деепричастные обороты).

Адресант в своем стремлении сделать описание характеристик научного явления как можно более содержательным использует в научно-популярных публикациях сложные (сложноподчиненные и сложносочиненные) предложения. Приведем пример сложносочиненного предложения как части описания медицинского случая, которому посвящено исследование, находящееся в центре внимания автора статьи «Hope in Tiny Packages» ‘Надежда в крошечных капсулах’ (The New York Times, 10.07.2018): *The baby had had a heart attack, most likely while she was still in the womb. Her heart was profoundly damaged; a large portion of the muscle was dead, or nearly so, leading to the cardiac arrest* ‘У младенца случился сердечный приступ, когда она была еще в утробе. Ее сердце было серьезно повреждено; значительная область сердечной мышцы полностью или почти отмерла, что привело к остановке сердца’.

Сложноподчиненные предложения, в состав которых входит придаточное определительное (выделено жирным шрифтом), используются адресантом при изложении сути научного знания. В статье «Дыханне гарадоў» (Родная прырода, 02.2015) автор упоминает факторы изменения уровня загрязнения атмосферного воздуха: *У Беларусі ў асноўным пераважаюць метэаралагічныя ўмовы, якія спрыяюць рассяйванню забруджваючых рэчываў у прыземным слоі атмасферы.*

Рассматриваемая тактика также актуализируется через осознанный повтор информации (напоминание) о сущности исследования, что обусловлено

целью более продуктивного усвоения полученного научного знания. В статье «New lung cancer study shows the power of immune therapy» ‘Новое исследование рака легких раскрывает преимущества иммунотерапии’ (The New York Times, 17.04.2018) автор настойчиво демонстрирует актуальность иммунотерапии при лечении рака легких: 1) *The findings, medical experts say, should change the way doctors treat lung cancer: Patients with this form of the disease should receive **immunotherapy** as early as possible* ‘Полученные результаты, по мнению экспертов, должны изменить подход врачей к лечению рака легких: пациентам с такой формой заболевания следует назначать **иммунотерапию** как можно раньше’; 2) *Immunotherapy has been making steady gains against a number of cancers* ‘**Иммунотерапию** отличает стабильный прогресс в борьбе против множества типов рака’; 3) *“Chemotherapy has limitations. Immunotherapy has the ability to cure. I lead the Yale lung team. We have patients on these **immunotherapies** alive more than eight years.”* ‘«Химиотерапия имеет ограничения. **Иммунотерапия** обладает способностью лечить. Я возглавляю команду исследователей легочных болезней в Йеле. У нас есть, пациенты на курсах **иммунотерапии**, которые живут уже более восьми лет»’ (прямая цитата доктора Хербста, главы отделения медицинской онкологии Центра раковых заболеваний); 4) *The estimated survival at 12 months was 69.2 percent in the group that received **immunotherapy**, and 49.4 percent in those who did not* ‘Примерная продолжительность жизни в 12 месяцев составила 69,2 процента в группе пациентов, проходивших **иммунотерапию**, и 49,4 процента среди тех, кому не было назначено такое лечение’.

В статье «Новае жыццё беларускіх балотаў» (Родная прырода, 03.2020) автор неоднократно упоминает о той роли, которая отводится болотам в природе, и необходимости их сохранения: 1) *Натуральныя **балоты** забяспечваюць устойлівае воднае харчаванне рэк і азёраў, яны здольны ўтрымліваць каля 7 млрд кубічных метраў запасаў прэснай вады*; 2) *На беларускіх **балотах** гняздуюцца больш за 40 % відаў птушак, жывуць дзесьці 35 % насякомых і налічваецца каля 15 % усіх дзікарослых раслін, уключаных у Чырваную кнігу*; 3) *Гэтыя **экасістэмы** вельмі важныя ў глабальным сэнсе для папуляцый вяртлявай чаротаўкі, вялікага арляца, дупеля і іншых відаў, што знаходзяцца пад пагрозай знікнення*; 4) *Захаванне і аднаўленне **водна-балотных угоддзяў** з’яўляецца значным крокам на шляху да рэалізацыі абавязацельстваў нашай краіны па Парыжскім пагадненні. Бо штогод яны здольны паглынаць 900 тыс. тон вуглякіслага газу, а вылучаць у атмасферу 630 тыс. тон кіслароду.*

В рамках реализации коммуникативной стратегии информирования выбор тактики описания научного достижения продиктован нацеленностью автора на емкое и рациональное изложение научного знания в медийной информационно-аналитической статье как давно зарекомендовавшего себя формата для популяризации науки среди широких слоев общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бондарева, Л. М. К проблеме типологии дискурса / Л. М. Бондарева // Основные проблемы современного языкознания : сб. ст. Всерос. конф. (с междунар. участием), Астрахань, 29 мая 2007 г. / сост. О. Б. Смирнова. – Астрахань, 2007. – С. 6–9.

2. *Воронцова, Т. А.* Научно-популярный дискурс в современных российских СМИ (проблемы жанра и стиля) / Т. А. Воронцова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2014. – № 6. – С. 38–42.
3. *Чернявская, В. Е.* Интерпретация научного текста : учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – Изд. 4-е. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 128 с.
4. *Шмелева, Т. В.* Текст сквозь призму метафоры тканья / Т. В. Шмелева // Вопросы стилистики : межвуз. сб. науч. тр. / Саратов. ун-т. – Саратов, 1998. – Вып. 27 : Человек и текст. – С. 68–74.
5. *Салимовский, В. А.* Некоторые эвристические следствия из жанроведческого подхода в стилистике: проблема стилей языка и стилей речи / В. А. Салимовский // Стереотипность и творчество в тексте : межвуз. сб. науч. тр. / Перм. гос. ун-т ; редкол.: М. П. Котюрова (гл. ред.) [и др.]. – Пермь, 2001. – С. 6–35.
6. *Дускаева, Л. Р.* Диалогическая природа газетных речевых жанров / Л. Р. Дускаева ; под ред. М. Н. Кожинной. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : Филол. фак. С.-Петерб. гос. ун-та, 2012. – 274 с.
7. *Карпилович, Т. П.* Коммуникативные категории научного дискурса / Т. П. Карпилович. – Минск : Мин. гос. лингвист. ун-т, 2018. – 159 с.

А. С. Солодилина, Е. П. Маяк (*Минск, МГЛУ*)

РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ ТАКТИК ВЕЖЛИВОСТИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ИНСТАГРАМ

Выявляется лингвистическая специфика воплощения речевых тактик вежливости в интернет-дискурсе. Устанавливаются функции тактик в социальной сети Инстаграм. Определяются цели использования выделенных тактик в публикациях ведущих белорусских организаций. Тексты публикаций белорусских компаний характеризуются наличием 12 коммуникативных тактик вежливости, которые позволяют не только поддерживать и устанавливать тесный контакт с потенциальными потребителями, но и оказывать стратегическое воздействие на целевую аудиторию. Доминирующими являются тактика *ты-обращения* (15 %), тактика благодарности (15 %) и тактика «моделирования диалога» (12 %); минимальной представленностью характеризуются тактика демонстрации внимания к потенциальному клиенту (5 %), тактика прощания (5 %) и тактика приветствия (5 %).

К л ю ч е в ы е с л о в а : коммуникативные тактики вежливости; клиентоориентированное общение; стратегическое воздействие; социальная сеть; интернет-дискурс.

The linguistic features of speech tactics of politeness embodiment in the Internet discourse are revealed. The functions of the revealed tactics in the social network Instagram are identified. The objectives of the selected tactics in the leading Belarusian organizations publications are determined. The Belarusian companies publications are characterized by the presence of 12 communicative tactics of politeness, which allow not only to maintain and establish close contact with potential consumers, but also to exert a strategic impact on the target audience. The dominant is the tactic of *you*-appeal (15 %), the tactic of gratitude (15 %) and the tactic of “dialogue modeling” (12 %). The tactic of attention to a potential client display (5 %), the tactic of farewell (5 %) and the tactic of greeting (5 %) are characterized by low frequency.

K e y w o r d s : communicative tactics of politeness; customer-oriented communication; strategic persuasion; social network; Internet discourse.

Основными особенностями развития современного общества являются процессы глобализации и информатизации. Об этом свидетельствует актив-

ное использования глобального информационного пространства – Глобальной сети. С развитием технологий и появлением в Сети индивидуальных пользователей Интернет стал выполнять не только функцию передачи рабочей информации, но и коммуникативную функцию. Для общения в социальной сети интернет-пользователи и влиятельные компании активно применяют различные коммуникативные тактики вежливости, которые позволяют устанавливать и поддерживать контакт, а также выстраивать доброжелательные и уважительные отношения.

Изучением коммуникативных тактик вежливости и в целом понятий вежливости занимался Дж. Лич. Ученый разработал принцип вежливости, который включает в себя 6 максим: максима такта (соблюдение границ частных речевых интересов), великодушия (соблюдение позиций равенства в диалоге), одобрения (соблюдение позитивного настроения в отношении позиции собеседника), скромности (контроль самооценки, ее реалистичное представление), согласия (направленность на поиск компромисса), симпатии (выражение благожелательного отношения к собеседнику и его позиции) [1].

Теоретической основой сравнительного анализа в нашей работе стала классификация П. Браун и С. Левинсона. Социолингвисты выделили два вида вежливости: негативную и позитивную, каждая из которых, в свою очередь, имеет свои варианты и соответствующие им функции [2]. Основной функцией позитивной вежливости является стремление возвысить позитивный облик собеседника, проявляя к нему интерес и симпатию. Стратегии позитивной вежливости направлены главным образом на то, чтобы заверить слушающего в том, что он является другом, ценной фигурой, «своим» в группе. Негативная вежливость, с другой стороны, основана на дистанцировании или избегании, чему свидетельствует формальный и сдержанный характер стратегий данного типа вежливости. Здесь необходимо подчеркнуть, что свобода собеседника выходит на первый план [3].

Как было указано ранее, корректное использование коммуникативных тактик вежливости оказывает влияние на процесс коммуникации между пользователями Сети, а также помогает выстраивать дружественные и уважительные отношения с потребителями. Рассмотрим подробнее функции и модели коммуникативных тактик вежливости на примере крупных белорусских компаний в социальной сети Инстаграм.

В исследовании нами были тщательно изучены публикации таких крупных и авторитетных белорусских компаний, как ОАО «Савушкин продукт» (savushkin_product), МТС-Беларусь (by_mts), «МакДональдс» (mcdonalds_belarus), ООО «Mark Formelle» (markformelle) и компании «Сливки» (slivkiby).

Тексты публикаций этих белорусских компаний характеризуются наличием тех или иных коммуникативных тактик вежливости, которые позволяют не только поддерживать и устанавливать тесный контакт с потенциальными потребителями, но и оказывать стратегическое воздействие на целевую аудиторию.

В ходе анализа было установлено, что наиболее частотными по употреблению являются тактика *ты-обращения* (15 %), тактика благодарности

(15 %) и тактика «моделирования диалога» (12 %); наименее частотными оказались тактика демонстрации внимания к потенциальному клиенту (5 %), тактика прощания (5 %) и тактика приветствия (5 %).

Рассмотрим подробнее функциональный потенциал речевых тактик вежливости по степени их популярности – от наиболее к наименее востребованным – в публикациях указанных организаций.

Тактика *ты-обращения* (15 %) помогает уменьшить дистанцию между коммуникантами за счет того, что автор обращается к своему потенциальному клиенту на «ты», тем самым делая его «своим», «одним из них»:

Попробуй новый вкус йогурта «Оптималь»!;

Подключай Забугорище с интернетом по домашним тарифам и торгуйся в Египте как родной!;

Приходи и пробуй новинки в МакДональдс™!.

Тактика благодарности (15 %) проявляется как выражение, с одной стороны, вежливости, воспитанности адресанта, а с другой – доброжелательности, уважительного отношения к адресату. Сам факт благодарности помогает запомнить содержание текста или высказывания лучше. Учеными было доказано, что слова благодарности оказывают на человека влияние во много раз сильнее, чем какие-либо другие слова [4]:

Мы благодарны нашим абонентам за то, что они столько лет с нами!

Мы хотим поблагодарить всех, кто выбирает #МТС! Спасибо каждому из вас, что остаетесь на связи. Благодарим всех наших сотрудников и партнёров, благодаря которым нашу совместную работу так высоко оценили потребители и независимое жюри!;

И говорим «спасибо» тем из них, кто уже показал всю красоту бюстгальтеров @markformelle на себе.

Тактика «моделирование диалога» (12 %) заключается в том, что для удобства клиента компания сразу предоставляет подготовленные ответы на часто задаваемые вопросы. Это своего рода инструкция, которой необходимо следовать клиенту для получения желаемого. Компания сначала пишет вопрос, а сразу после него – исчерпывающий ответ:

Хочешь стать участницей, поделиться с нами своими впечатлениями и помочь сделать наше бельё ещё лучше? – Оставляй свою заявку по ссылке в описании профиля;

Хочешь освежить отношения со своей второй половинкой и как следует прокачать навык перед Днём святого Валентина? – Тогда скорее открывай свою электронную почту и отправляй заявку на kiss@markformelle.by;

Где собираемся? – В парке имени М. Горького. Во сколько? – С 12.00 до 18.00. Что брать с собой? – Отличное настроение и хороший аппетит.

Тактика преувеличения интереса, одобрения, симпатии к клиенту (8 %). Следует подчеркнуть, что использование экспрессии и преувеличения открывает перспективу преподносимого образа и оказывает большее воздействие на адресата. Благодаря употреблению лексических и

грамматических средств автор обладает возможностью повлиять и изменить отношение адресата к своей компании, продукту или услуге, которые она предоставляет:

Ну и, конечно же у нас есть очень-очень классный (и очень-очень полезный) подарок-сюрприз, который точно обрадует любого представителя сильного пола!;

Мы получаем просто нереальный заряд вдохновения, пока выбираем самые-самые фото;

Самый сильный бургер сырный! Любимец публики, ветеран войн с голодом, чемпион, который не раз показывал отличный результат – Тройнооооой Чизбургер!.

Тактика «свобода выбора» (8 %). Примером реализации данной тактики являются посты компаний на различные темы, которые включают в себя разного рода вопросы или которые полностью состоят из цепочки вопросов. Главным условием является то, что адресат сам должен ответить на поставленные вопросы в комментариях или в личных сообщениях аккаунта компании. Использование вопросов выступает в качестве стилистического приема, который стимулирует мыслительную деятельность адресата и заставляет обращать внимание на сообщение:

Успел затестить новый Тейсти Чизбургер? А хоть раз в жизни разбить телефон? Или может опоздать на рейс или проспять важный экзамен?;

Тебе тоже всегда так сложно выбрать, что из прекрасных новинок @markformelle уйдет с тобой домой?;

Ну как тут определиться и не попросить продавцов упаковать сразу всё? Просто отлично, правда? Они ведь этого достойны, правда?.

Тактика «обратная связь» (8 %) заключается в том, что адресату предоставляется возможность ответить на вопрос компании и задать собственный. Это позволяет создать благоприятную и дружественную атмосферу в аккаунте организации. Между производителем и ее потенциальными клиентами напрямую ведется диалог, который помогает уменьшить дистанцию между участниками коммуникации. Компания придумывает к каждому посту несколько вопросов, спрашивая тем самым мнение у своих потребителей. Как правило, такого рода вопросы организация задает либо в начале своего поста, либо в конце. Это обусловлено тем, что адресат обращает внимание на первые и последние строки публикации – наиболее хорошо запоминающиеся части любого сообщения. Более того, данная тактика может быть выражена не только вопросительными предложениями, но и побудительными, которые в свою очередь побуждают читателя принять непосредственное участие в онлайн-диалоге, что, несомненно, влечет за собой уменьшение дистанции между коммуникантами:

А вы любите творожные десерты?;

А вы ждали весну? Почему больше всего скучали во время зимы? Любите ли вы шашлыки так, как любим их мы?;

А что для вас идеальный подарок? И есть ли заветная мечта? Давайте делиться своими мечтами в комментариях – пусть они исполняются!.

Тактика присвоения «титула» адресату (7 %). Автор текста может давать «титул» адресату в зависимости от коммуникативной ситуации. Наделяя потребителя почетным званием, представители компании заранее причисляют получателя сообщения к определенной группе людей. Маркеры внутригрупповой принадлежности акцентируют соответствующий статус, подтверждая наличие такого круга людей. Адресат осознает, что он не один, и невольно хочет «делать как все»:

Вопрос к студентам...;

Совет домохозяйкам...;

Мужики, объединяемся! Накидываем, что можно купить в ЦУМе к 8 марта.

Тактика комплимента (7 %) позволяет посредством похвалы и лести возвеличить адресата в своих глазах. Это своего рода «коммуникативный подарок», который помогает расположить к себе читателя с первых же минут. Тексты постов с компонентами направлены в первую очередь на людей, которые обладают стремлением к наиболее полному выявлению и развитию своих личностных возможностей (Чем я хуже тех, о ком говорить в данном посте?):

Мы бесконечно восхищаемся нашими девушками!;

Специально для любимых подписчиц мы запускаем новый проект...;

Наши подписчики самые лучшие ребята в мире!.

Тактика прощания (5 %) служит для завершения процесса общения. Это один из способов обратить внимание на адресата, подчеркнуть его важность. Попрощаться – значит продемонстрировать уважительное отношение, дружеские чувства, расположение, признательность. Благодаря прощанию проявляется вежливый и деликатный подход к клиенту:

До встречи в следующем сезоне!;

Увидимся с вами в следующем году!;

Мы с вами не прощаемся, а просто говорим «до свидания»!.

Тактика приветствия (5 %) устанавливает начальный речевой контакт и конструирует доброжелательное и уважительное отношение со стороны адресанта:

Добрый день, любители вкусно поесть!;

Мы рады приветствовать вас в нашем новом заведении, которое открылось по адресу...;

Доброе утро, дорогие подписчики!.

Тактика предложения совместной деятельности (5 %), суть которой заключается в том, что компания «хочет» быть вместе со своими клиентами, предлагая им коллективные действия на паритетных началах, например:

Давайте узнаем, что об этом думает известный фитнес-тренер...;

Давайте вместе разберёмся, как нужно правильно употреблять в пищу сливочное масло;

Давайте вместе приготовим новый рецепт...

Тактика демонстрации внимания к потенциальному клиенту (5 %). Данную тактику активно используют белорусские органи-

зации, которые занимаются производством продуктов питания. Для компании важно продемонстрировать трепетное и внимательное отношение к своим потенциальным потребителям, донести до адресата то, что она заботится о здоровье своих клиентов:

Полезный перекус так же важен, как основные приёмы пищи. Самый удобный вариант – наш творожный сыр;

Натуральное сливочное масло в умеренном количестве (20–30 грамм в сутки) просто необходимо нашему организму. Оно поддержит вашу нервную систему, гормональный фон, улучшит обмен веществ, работу пищеварения и положительно скажется на состоянии кожи и волос;

Только 100%-но чистое и качественное молоко поступает в компанию «Савушкин продукт» для производства; Применяются новейшие технологии от всемирно известных производителей: TETRA PAK, ALFA LAVAL, OBRAM, BOSCH и др.

Полученные результаты свидетельствуют о доминировании тактик *ты-обращения*, благодарности и «моделирования диалога», что обусловлено не только их использованием в качестве средств передачи сообщения в доступной форме, но и средств, помогающих установить более тесный контакт с потенциальными клиентами, добиться их расположения и выстроить взаимоуважительные и доброжелательные отношения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Leech, G. N. Principles of Pragmatics* / G. N. Leech. – London : Longman, 1983. – 257 p.
2. *Brown, P. Politeness: Some universals in language usage* / P. Brown, S. Levinson – UK : Cambridge Univ. Press, 1987. – 360 p.
3. Википедия. Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/>. – Дата доступа : 12.03.2020.
4. *Сюзянь, Л. Концепты «благодарности» и «извинения» в языковой картине мира русских с точки зрения носителей китайского языка и культуры : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Л. Сюзянь. – М., 2006. – 164 л.*

Подсекция № 2

Н. В. Зиневич (Минск, МГЛУ)

МОДЕЛИ РЕАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ СУБЪЕКТНОСТИ В ЭКОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

(на материале публичных выступлений экологических активистов)

Цель настоящей статьи – выявление специфики актуализации категории субъектности в экологическом дискурсе в свете обусловленности экстралингвистическим контекстом. В результате анализа были установлены основные субъектные позиции (типовые участники), регулярно эксплицируемые в публицистическом экологическом дискурсе. Исследование показало, что характерной особенностью жанра экологических публичных выступлений является высокая степень конструктивной взаимосвязи между субъектными

позициями. При этом центральное место в иерархии субъектных взаимоотношений отводится говорящему. Полученные результаты связываются с основной коммуникативной целью экологического дискурса – повышением массового экологического сознания и стимулированием всех заинтересованных субъектов к принятию мер по сохранению окружающей среды.

К л ю ч е в ы е с л о в а: дискурс; экологический дискурс; категория субъектности, субъектная позиция, модус.

The article aims to reveal the ways in which the broad extralinguistic context determines the actualization of the category of subjectivity in ecological discourse. It has been found out that the major subject positions in ecological public speeches are interrelated and the position of the speaker plays the central role in the resulting hierarchy. The research also suggests that the predominant type of relations between the subject positions is that of constructive interaction. The findings are in full accord with the main communicative goal of ecological discourse – that of raising public awareness and inspiring all possible stakeholders to take action to protect the environment.

Key words: discourse; ecological discourse; the category of subjectivity; subject position; modus.

Сегодня одним из наиболее перспективных направлений лингвистических исследований является дискурс-анализ, в центре внимания которого, очевидно, находится дискурс. Целесообразность всестороннего изучения дискурсивной деятельности связывается не только с возможностью обнаружения глубинных механизмов ее языкового воплощения, но и с перспективой выхода в широкий экстралингвистический контекст, ее задающий. При этом важнейшим компонентом экстралингвистического контекста и абсолютным центром всей речевой деятельности являются субъекты коммуникации в различных своих проявлениях. В этом отношении особенно плодотворным исследовательским направлением представляется изучение категории субъектности и ее дискурсивного вклада.

Остановимся кратко на ключевых принципах описания дискурсов. Во многих интерпретациях основополагающим признается понятие *социального института*, которое не только объясняет движущие силы и цели дискурсивной деятельности, но и позволяет дифференцировать общественно значимые типы дискурсов. Так, В. И. Карасик предлагает типологию, включающую «научный, массово-информационный, политический, религиозный, педагогический, медицинский, военный, юридический, дипломатический, деловой, рекламный, спортивный и другие типы институционального дискурса» [1, с. 199].

Достаточно широко представлены также типологии, в основе которых лежит разделение дискурсов не по институциональным сферам коммуникации, а по ее объектам и совокупностям релевантных тем [2, с. 117]. Соответственно, дискурсы в таком понимании определяются как «совокупность тематически соотнесенных текстов» [3, с. 14]. Данный подход активно разрабатывается в зарубежном дискурс-анализе, где могут выделяться самые разнообразные тематизированные дискурсы – экологический, гендерный, глобализационный, демократический, музыкальный, расистский и т.п.

При этом особенно важно, что институциональные и тематизированные дискурсы абсолютно не исключают друг друга, поскольку последние могут актуализироваться в различных институциональных дискурсивных сферах, образуя так называемые *интердискурсы* [2, с. 119]. Так, интересующий нас экологический дискурс может стать неотъемлемой частью дискурса политики, СМИ, науки, религии, рекламы, экономики и т.п.

Целью настоящего исследования является установление специфики реализации категории субъектности в публицистическом экологическом дискурсе и выявление степени влияния экстралингвистического контекста на экспликацию взаимных отношений типовых участников экологической коммуникации. Анализ проводится на материале 10 публичных выступлений известных экологических активистов (Г. Тунбрег, Д. Аттенборо, Дж. Морган и др.). Общий объем проанализированных маркеров категории субъектности составил 1092 единицы.

Логико-семантический анализ фактического материала с опорой на релевантные языковые маркеры позволил установить, что наиболее частотными эксплицитными субъектными позициями (типовыми участниками) в публичных выступлениях экологической направленности являются:

- говорящий (адресант): *If I live to be 100, I will be alive in the year 2103* [GT] ‘Если я доживу до 100 лет, то я еще буду жива в 2103 году’;
- непосредственная аудитория (непосредственный адресат): *<...> you can see this pitch is a difficult one* [AW] ‘...Вы можете убедиться, что реализовать эту идею сложно’;
- человечество в целом (обобщенный адресат): *Apparently, that was something **humans** had created by **our** way of living* [GT] ‘По-видимому, люди это создали своим образом жизни’;
- единомышленники говорящего: *Now, it is **modern science** that reminds us how vital the global commons are* [NI] ‘Итак, именно наука сейчас нам напоминает о том, насколько важны глобальные общинные ресурсы’;
- жертвы экологического кризиса: *Then there was **Jorge... He had signs of worsening kidney function** whenever he worked days on end on those hot streets due to dehydration* ‘А еще Джордж. Из-за обезвоживания у него проявлялись признаки почечной недостаточности всякий раз, когда он работал целыми днями на жаркой улице’ [CH];
- властные структуры: *...**fossil fuel industries and political leaders** are doing everything, everything to prevent real change from happening* [LN] ‘...предприятия, работающие на энергии полезных ископаемых, и политические лидеры делают все, все, чтобы предотвратить настоящие перемены’;
- обыватель-скептик: ***People** keep doing what **they** do because **the vast majority** doesn't have a clue about the actual consequences of our everyday life, and **they** don't know that rapid change is required* [GT] ‘Люди продолжают делать то, что делали раньше, потому что абсолютное большинство из них не имеют ни малейшего понятия о действительных последствиях нашей привычной жизни, и они не знают, что перемены необходимы’.

В контексте данного исследования особенно важно, что типовые участники коммуникации (субъектные позиции) в экологических публичных выступлениях показываются не только изолированно, но и сквозь призму различных связей друг с другом. При этом наиболее интересная тенденция была выявлена в отношении субъектной позиции *говорящего*. Как показал анализ, говорящий так или иначе может вступать в контакт со всеми другими участниками дискурса – либо напрямую, либо опосредованно, давая им определенную квалификацию/оценку.

Выделим основные формы актуализации непосредственных взаимосвязей между говорящим и другими субъектными позициями. В данном отношении прежде всего необходимо отметить случаи, когда говорящий **идентифицирует** себя с той или иной группой, заявляя об общности интересов, результатах или необходимости совместной деятельности. Наиболее часто в публичных выступлениях происходит идентификация говорящего с человечеством в целом, на что указывают предельно инклюзивные местоимения *we, our, us*, обобщающие местоимения *everyone, everybody*, неопределенные местоимения *any, anyone*, номинации *our (the entire) world, humanity, humans, our population* и т.п.: *If burning fossil fuels was so bad that it threatened **our** very existence, how could **we** just continue like before?* [GT] ‘Если бы сжигание полезных ископаемых было действительно настолько опасно, что оно бы угрожало всему нашему существованию, то разве бы мы могли продолжать по-прежнему?’.

Особым случаем идентификации говорящего со всем человечеством является констатация экологического кризиса, чьими жертвами стали все люди наряду с говорящим: *Climate change impacts **us** in four major ways. Directly, through heat, extreme weather and pollution; through the spread of the disease; through disruption of **our** food and water supply; and through disruption of **our** emotional well-being* [CH] ‘Изменение климата сказывается на нас следующим образом. Напрямую, через воздействие жары, экстремальных погодных проявлений и загрязнения; через распространение болезней; через разрушение наших запасов пищи и воды; и через разрушение нашего эмоционального благополучия’. В подобных случаях можно говорить о наложении друг на друга трех субъектных позиций – говорящего, всего человечества и жертв экологического кризиса.

Также достаточно часто говорящий идентифицирует себя со своими единомышленниками, в первую очередь представителями научного сообщества или прогрессивного молодого поколения: ***We young people on the streets, we school strikers, we are showing how this can work out*** [LN] ‘Мы, молодежь на улицах, мы, школьные забастовщики, мы показываем, как это может работать’. Основными языковыми маркерами такой идентификации являются инклюзивные местоимения *we, our, us*, объединяющие говорящего с конкретной группой авторитетных единомышленников, а также обобщающие номинации типа *my generation, our generation, young people*.

И, наконец, можно выделить случаи, когда говорящий ассоциирует себя со своей непосредственной аудиторией, способствуя тем самым более активному привлечению слушателя и, как результат, реализации собственных коммуникативных целей, а именно изменению экологического сознания и принятию идеи о необходимости совместных действий: *So we'll talk about microbes in a minute* [AW] 'Итак, мы поговорим о микробах через минуту'. Как и ранее, основными средствами выражения данной формы взаимодействия участников дискурсивной деятельности являются инклюзивные личные и притяжательные местоимения *we, us, our* (объединяющие говорящего и аудиторию), а также повелительные конструкции с *let's*: *Let's start in the Pacific Northwest* [AW] 'Давайте начнем с северо-западной части Тихого океана'.

Следующей формой актуализации взаимных связей участников коммуникации является констатация их **непосредственного взаимодействия**, которое может показываться либо как *конструктивное* (нацеленное на оптимизацию взаимных отношений), либо как *конфронтационное*. Стремление говорящего наладить конструктивное сотрудничество в первую очередь прослеживается в сфере поддержания интеллектуального контакта и организации речевого взаимодействия с непосредственной аудиторией: *...if you thought I would tell you now to cycle more or eat less meat, to fly less, or to go secondhand shopping, sorry, this is not that easy* [LN] '...Если вы думали, что я сейчас вам расскажу, что надо больше ездить на велосипеде или есть меньше мяса, или летать реже, или ходить в секонд-хенд магазины, то все не так просто'. Очевидно, что такое сотрудничество субъектных позиций в первую очередь служит цели риторического воздействия (а именно принятию точки зрения говорящего), что достигается путем более активного вовлечения адресата и умелого поддержания его интереса.

Также как конструктивное в публичных выступлениях может показываться взаимодействие говорящего с единомышленниками, осуществляемое преимущественно в объективной (неязыковой) действительности: *I found allies who had the same idea at the same time, and together we thought we'd give this "Fridays For Future" thing a go* [LN] 'Я нашла единомышленников и мы вместе решили опробовать идею «Пятницы за будущее»'.

Еще одним примером конструктивной деятельности говорящего могут стать ситуации, когда он транслирует опыт своего речевого и неречевого взаимодействия с жертвами экологического кризиса: *I became an internist and committed my career to caring for those we often call the underserved, the vulnerable* [CH] 'Я стала врачом-терапевтом и посвятила свою карьеру заботе о тех, кого мы часто называем незаслуженно обиженными, незащищенными'.

Признаки конфронтации в проанализированном материале были зафиксированы между субъектными позициями говорящего и властных структур, с одной стороны (*It's time for us to make society-wide changes to a system that incentivizes consumption to the point of global imbalance* [CP] 'Пора нам коренным образом менять систему, которая поощряет несоразмерное потребление'), и говорящего и обывателя-скептика, с другой (*...scientists and the public are so far apart on these science issues* [MS] '...Ученые и общественность так сильно расходятся по этим вопросам').

И, наконец, рассмотрим формы реализации опосредованной связи говорящего с другими участниками дискурса. Такой контакт носит по большей части условный характер, поскольку воплощается в концептосфере говорящего посредством той или иной квалификации других партиципантов/объектов коммуникации. На языковом уровне данная операция осуществляется с помощью категории **модуса** – части семантической структуры высказывания, актуализирующей различные способы квалификации действительности говорящим [4, с. 46]. В публичных выступлениях среди наиболее частотных можно отметить следующие модусы:

- мнение (*I was now certain that no one else was going to fix this for us* [LN] ‘Теперь я была уверена, что больше никто за нас проблему не решит’);
- оценка (*We’ve had 30 years of pep-talking and selling positive ideas. And I’m sorry, but it doesn’t work* [GT] ‘Тридцать лет нас кормили воодушевляющими речами и позитивными идеями. Извините, но это не работает’).

Высокая употребительность показателей модусов в публичных выступлениях в первую очередь связывается с повышенной субъективизацией данного жанра, что по определению способствует интимизации повествования и более активному эмоционально-рациональному отклику адресата [5, с. 524]. В контексте экологических выступлений также важно то, что акцент на использовании индикаторов позиции говорящего свидетельствует о важности роли отдельного индивида в постановке и решении экологических проблем.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что говорящий вступает в различные отношения с другими дискурсивными участниками экологических публичных выступлений (как напрямую, так и опосредованно), тем самым являясь своеобразным центром, организующим всю коммуникацию и координирующим ее. Данный тезис проиллюстрирован на рисунке.



Взаимосвязь субъектных позиций в экологическом дискурсе

Таким образом, дискурс-анализ позволяет исследователю выйти за рамки сугубо лингвистических проявлений и проследить закономерности их связи с разнообразными аспектами существования и деятельности человека-субъекта коммуникации. Полученные в данном исследовании выводы о центральной роли говорящего в экологическом дискурсе можно объяснить традиционно высокой субъективизацией публичных выступлений как воздействующего

жанра, с одной стороны, и усилением роли отдельной личности в оспаривании деструктивных дискурсов, стимулировании общественного прогресса, в том числе и в сфере роста экологической сознательности, с другой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
2. Куссе, Х. Культуроведческая лингвистика / Х. Куссе. – Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2016. – 372 с.
3. Чернявская, В. Е. Дискурс как объект лингвистических исследований / В. Е. Чернявская // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса : сб. науч. тр. / С.-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов. – СПб., 2001. – С. 11–22.
4. Балли, Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. – М. : Изд-во иностр. лит., 1955. – 416 с.
5. Дускаева, Л. Р. Ораторская речь / Л. Р. Дускаева // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. – М., 2003. – С. 523–527.

ИСТОЧНИКИ ПРИМЕРОВ

AW – *White, A.* What ocean microbes reveal about the changing climate [Electronic resource] / A. White // TED: ideas worth spreading. – Mode of access : https://www.ted.com/talks/angelicque_white_what_ocean_microbes_reveal_about_the_changing_climate. – Date of access : 31.01.2021.

CH – *Holder, C.* The link between climate change, health & poverty [Electronic resource] / C. Holder // TED: ideas worth spreading. – Mode of access : https://www.ted.com/talks/cheryl_holder_the_link_between_climate_change_health_and_poverty. – Date of access : 31.01.2021.

CP – *Pichon Battle, C.* Climate change will displace millions. Here's how we prepare [Electronic resource] / C. Pichon Battle // TED: ideas worth spreading. – Mode of access : https://www.ted.com/talks/colette_pichon_battle_climate_change_will_displace_millions_here_s_how_we_prepare. – Date of access : 31.01.2021.

GT – *Thunberg, G.* The disarming case to act right now [Electronic resource] / G. Thunberg // TED: ideas worth spreading. – Mode of access : https://www.ted.com/talks/greta_thunberg_the_disarming_case_to_act_right_now_on_climate_change. – Date of access : 31.01.2021.

LN – *Neubauer, L.* Why you should be a climate activist [Electronic resource] / L. Neubauer // TED: ideas worth spreading. – Mode of access : https://www.ted.com/talks/luisa_neubauer_why_you_should_be_a_climate_activist#t-34992. – Date of access : 31.01.2021.

MS – *Shepherd, M.* Three kinds of bias that shape your world view [Electronic resource] / M. Shepherd // TED: ideas worth spreading. – Mode of access : https://www.ted.com/talks/j_marshall_shepherd_3_kinds_of_bias_that_shape_your_worldview. – Date of access : 31.01.2021.

NI – *Ishii, N.* An economic case for protecting the planet [Electronic resource] / N. Ishii // TED: ideas worth spreading. – Mode of access : https://www.ted.com/talks/naoko_ishii_an_economic_case_for_protecting_the_planet. – Date of access : 31.01.2021.

Г. С. Павловец (Минск, БГУИР)

О СООТНОШЕНИИ ПИСЬМЕННОЙ ОСНОВЫ КИНОСЦЕНАРИЯ И АУДИОРЯДА КИНОТЕКСТА ПРИ КОММУНИКАТИВНОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ЭМОЦИЙ ГЕРОЕВ

Статья посвящена преобразованиям киносценария в кинотекст в отношении к изображению в них коммуникативного поведения героев, обусловленного недовольством, возмущением, злостью, гневом, обидой. Анализируются типы модификаций исходных реплик и их назначение в семиотическом коде киноязыка.

К л ю ч е в ы е с л о в а: коммуникативное поведение; эмотивность; отрицательные эмоции; целеустановка; реплика; сценарий; кинотекст.

The article deals with the transformation of a film script into a movie as a text in relation to the depiction of the communicative behavior of the characters, caused by discontent, indignation, anger, fury, resentment. The types of modifications of the original replicas and their purpose in the semiotic code of the cinema language are analyzed.

К e y w o r d s: communicative behavior; emotiveness; negative emotions; goal setting; replica; screenplay; movie as a text.

При изучении механизма функционирования языка как семиотической системы нельзя игнорировать рассмотрение *homo loquens* («человека говорящего») как *homo sentiens* («человека чувствующего», по В. В. Шаховскому [1, с. 26]).

Материалом работы стали тексты пяти киносценариев «золотого фонда» советского кино и соответствующий аудиоряд кинотекстов с позиций того, как в них передается информация о коммуникативном поведении героев, испытывающих отрицательные эмоции недовольства, возмущения, злости, гнева, обиды. Как пишет М. Г. Безяева, «тексты фильмов, отражая ту же систему [звучащую], удобнее для анализа, так как дают максимум информации о типах отношений говорящего, слушающего и ситуации в определенной про- и перспективе, чего часто не предоставляют тексты, полученные в результате полевых наблюдений над звучащей разговорной речью» [2, с. 26]. Мы разделяем лингвистический подход, где произведения кино считаются текстами, вернее, кинотекстами [3].

В материале было выявлено 350 микротекстов, содержащих эмоционально обусловленное коммуникативное реагирование героя на причину эмоции, известную ранее из контекста, с единством места и времени действия в данном эпизоде. Они получили название эмотивных сюжетных единиц (ЭСЕ). Далее в рамках ЭСЕ соответствующих кинотекстов сопоставлялись языковые средства, ассоциированные с эмоциональным поведением героя.

Рассмотрим пример из фильма «Осенний марафон» (ОМ, 1979, сценарий А. Володина, реж. Г. Данелия). Как из предыдущего контекста, так и из коммуникативного поведения (выделено полужирным) героя Н. Крюкова читателю ясно, что дядя Коля разгневан на вошедшего Бузыкина за нечестное отношение к опекаемой им молодой соседке по квартире. Именно поэтому его общение минимально и направлено на разрыв коммуникации. Также однозначно указывает на гнев героя комментарий *гневно*, но подобные маркеры эмоций не всегда есть в ЭСЕ (таблица).

Сценарий: <i>Бузыкин отпер дверь в квартиру Аллы. В прихожей стоял дядя Коля. Он смотрел молча, странно.</i> – Ключ, – <i>сказал он.</i> – <i>Какой ключ?</i> – От моей квартиры. – <i>Пожалуйста...</i> – Спасибо. <i>Дядя Коля спрятал ключ в карман.</i> – Большое спасибо! – <i>добавил он гневно.</i>	Кинотекст: – Ключ. – <i>Какой?</i> – От моей квартиры. <i>Пауза. Стук машинки. Дядя Коля трясет ключом в руке.</i> – Спасибо!.. <i>Пауза.</i> – Большое спасибо! <i>Дядя Коля с упреком смотрит на Бузыкина, разворачивается, уходит. Тот в недоумении. Немая сцена.</i>
---	---

Как отмечает М. Г. Безяева, при создании звучащих интерпретаций обычно обнаруживаются модификации содержания интерпретируемой основы, что на коммуникативном уровне языка отражено в «замене целеустановок, конструкций, средств и их реализаций» [4, с. 35–36]. В нашем материале также рассмотренное выше текстовое соответствие ЭСЕ сценария и кинотекста наблюдается довольно редко. В основном при переходе от сценария к кинотексту происходят определенные модификации реплик героев. При их сопоставлении использовалась адаптированная методика К. Ю. Игнатова [5], где качественные текстовые преобразования описаны в терминах теории перевода: сохранения, опущения, перестановки, замены и добавления. В установленных нами типах модификаций реплик героев, испытывающих недовольство, возмущение, злость, гнев и обиду, обнаруживаются следующие стратегии преобразования эмотивного коммуникативного поведения героев в семиотический код киноязыка.

I. Усиление в репликах из сценарной основы разговорного начала

1. Приведение порядка слов в репликах к форме, соответствующей разговорной речи: *Приходите часам к восьми* → *Значит, часам к восьми приходите* (СР)¹; *А я выйду замуж* → *Я тоже замуж выйду* (ОМ).

2. Замена нейтральных окончаний слов на варианты, присущие разговорному стилю: *Нет* → *Нету* (ЛЖ²).

3. Добавление в реплику так называемых метакоммуникативных маркеров [6, с. 3] – союзов, частиц и т.п., имитирующих непринужденность, спонтанность речи, формирующих ее коммуникативную рамку: *Ты не командуй!* → *Да не командуй ты!* (ЛЖ) *Но почему же тогда нет никаких известий?* → *Ну, а почему же тогда нет никаких известий?* (ЛЖ); *Упадешь!* → *Ты же упадешь!* (ЛЖ).

¹ К/ф «Служебный роман» (1977), сценарий Э. Рязанова и Э. Брагинского, реж. Э. Рязанов.

² К/ф «Летят журавли» (1957), сценарий В. Розова, реж. М. Калатозов.

4. Намеренное внедрение речевых ошибок, имитирующих взволнованность и спонтанность речи. В примере ниже из фильма «Осенний марафон» Алла зла на своего любовника и вымещает злость на его наручных часах. В этом состоянии героиня смешивает у лексем *будильник* и *часы* категорию рода (хотя в сценарии согласование имеется):

– Ты мне можешь подарить **этот чертов будильник**?

– Пожалуйста.

– Вот теперь никто никогда больше не услышит **их** проклятого верещания! (ОМ).

II. Стилистические правки портрета «языковой личности» персонажа

Синонимичные замены отдельных слов и выражений, как правило, существенно не изменяют характер коммуникативного поведения героя в состоянии эмоционального реагирования: *А вот и глава семьи* → *А вот и хозяин дома* (ОМ); *Разинула рот, дура!* → *Раззявила рот, дура!* (ЛЖ). Иногда стилистически удачная замена помогает «выстроить» образ языковой личности персонажа: *Ну как ты, болящая?* → *Ну как ты, сердешница?* (ОМ); *Понимаю ваше желание продвинуть по службе старого друга* → *Я понимаю ваше желание продвинуть по служебной лестнице старого товарища* (СР). В первом примере экспрессивная номинация заболевшей соседки отличается так называемым «старомосковским произношением» с [шн], что подчеркивает возраст, степенность, консервативность героя. Во втором примере «канцелярский» стиль и речевая избыточность формирует представление о директоре Калугиной как о слишком официальной, максимально дистанцирующейся от подчиненных особе, которой чуждо все человеческое.

III. Драматизация сценарной основы

1. Диалогизация исходной коммуникативной ситуации: *А зачем Олю!* – *поморщился Самохвалов.* – *Впрочем, можно и ее... приходите часам к восьми...* → – *А зачем Олю?* – **Как зачем?** – *А впрочем, конечно. Значит, часам к восьми приходите.* (СР); – *Придется ночью сидеть...* – *Посиди, посиди.* → – *Постараюсь.* – **Ага.** – *Надо будет ночью посидеть.* – **Ага.** *Посиди, посиди.* (ОМ).

2. «Экспрессивизация» речи героя, испытывающего отрицательные эмоции, за счет повторов отдельных фрагментов реплики: *Марк. Я люблю тебя! Вероника. Нет! Нет! Нет! И вдруг начинает бить Марка по лицу.* → *(Вероника бьет Марка по лицу)* – **Нет! Нет!** (ЛЖ); – *Алла, я ведь тоже могу обидеться. Что же дальше?* – *Будешь спокойно жить со своей Ниной Евлампиевной* → *Я ведь тоже могу обидеться, и что дальше?* – **Дальше? Дальше** будешь спокойно жить со своей Ниной Евлампиевной (ОМ). В первом примере автоповтор целеустановки выражает активное противодействие героя травмирующей ситуации, во втором эхо-повтор повышает экспрессивность речи.

3. Добавление средств актуализации поля соотношения позиций говорящего и слушающего и поля личной сферы говорящего (согласно теории коммуникативных полей М. Г. Безяевой [2]). Это достигается путем ввода

противопоставления личных местоимений для говорящего и слушающего, относительных местоимений, сопутствующих им средств, например, слов *Да* и *Нет*, вводных слов мнения, трансформации безличных конструкций в личные: *Понимаю ваше желание продвинуть по службе старого друга* → – *Я понимаю ваше желание продвинуть по служебной лестнице старого товарища* (СР); *Упадешь!* → *Ты же упадешь!* (ЛЖ); – *Я работаю, Андрей Павлович. Иногда приходится подрабатывать* → *Андрей Палыч, вы простите, я работаю. Я иногда подрабатываю* (ОМ); *Врал бы в одном месте. А то и тут и там – хлопотно...* → – *Андрюш, знаешь что, ты бы врал где-нить в одном месте, а то когда и там и тут, по-моему, хлопотно очень...* (ОМ); *Я же видел, как все это произошло* → *Ведь я же сам видел, как это произошло* (ЛЖ). Полагаем, что говорящий в возбужденном состоянии склонен подчеркивать личный ущерб. При этом он предвзято воспринимает слушающего, так как тот, как правило, и является каузатором – лицом, чей поступок вызвал отрицательную эмоцию. Используемые в кинотексте средства указанных выше коммуникативных полей позволяют дополнительно подчеркнуть особое самовосприятие «человека чувствующего» и его болезненное восприятие каузатора эмоции.

4. Добавление (или замена) интенсифицирующих маркеров, повышающих экспрессивность речи: наречий меры и степени, частиц и т.п.: – *Толя! Выйди из комнаты!* – в гневе приказал хозяин дома → *Выйди сейчас же из комнаты!* (СР); *А теперь я спрячу его [будильник] так далеко, чтобы никто никогда не услышал этого проклятого верещания!* → *Вот теперь никто никогда больше не услышит их проклятого верещания!* (ОМ). Полагаем, что такие интенсификаторы моделируют актуальность, исключительность, тягостность коммуникативной ситуации, в которой говорящий общается с каузатором эмоции.

5. Опускание или добавление части реплики для формирования значения отрицательной оценки: *Ну Марк бывает у этой Монастырской часто... Поняла?* → – *Ну... Марк бывает у этой... ну, поняла?* (ЛЖ); *Ты заставишь меня входить в кабинет через окно!* → *Ты... Ты заставишь меня входить в кабинет через окно. Нехорошо* (СР). В данных примерах дополнительно эксплицируется негативная оценка, что тоже характерно для человека, испытывающего отрицательные эмоции.

6. Обеспечение успешности такой эмоционально мотивированной целеустановки, как угроза, соблюдением условия пропозиционального содержания: «акт угрозы должен относиться к плану будущего времени (как и любые другие речевые акты обещания или побуждения) [7, с. 109]. Например, прошедшее время менасивной («угрожающей») части заменяется будущим, так угроза становится более реальной: *А вы, девушка, топайте отсюда, пока по хлебальнику не схлопотали,* – сказал водитель. → *А ну иди отсюда, вертихвостка, а то щас по талии как врежу, так...* (ОМ). Даже при усечении реплики в менасивной части угрозы сохраняется будущее время: *Не отдашь [одеяло], милиционера позову!* → *Я сейчас милиционера позову* (ЛЖ).

7. Выкидка обращений и других средств вежливости при общении с каузатором эмоции: *Толя! Выйди из комнаты!* – в гневе приказал хозяин дома → *Выйди сейчас же из комнаты!* (СР).

IV. Дедраматизация сценарной основы

В кинотексте применительно к изображению коммуникативного поведения персонажей-субъектов эмоций наблюдается также и стратегия дедраматизации. Это проявляется в устранении речевой избыточности путем выкидки слов, реплик (или их частей), а также слиянии двух реплик в одну. Особенно явно это видно при сопоставлении кинотекста с исходным материалом, предшествующим сценарной основе (при его наличии). Так, если кинотекст «Летят журавли» для разгневанного персонажа Марка предлагает одну реплику из 16 слов: – *Ну вот, очень хорошо, дядя Федя! Я прошу твоей помощи! Она просто дошла до хулиганства!..* (ЛЖ), то сценарий В. Розова «Летят журавли» включает одну реплику Марка в 23 слова, а исходная пьеса В. Розова «Вечно живые» в той же ЭСЕ содержит уже пять реплик Марка в 103 слова. Дедраматизация первоосновы в паре «киносценарий – кинотекст» – явление, аналогичное отмеченному И. А. Мартьяновой такому же явлению для пары «драматическое произведение – киносценарий».

Итак, модификации речевого поведения героев необходимы для адекватного перевода киносценария в семиотический код киноязыка применительно к отрицательным эмоциям. В итоге это явление смоделировано на более «компактном» языковом материале (дедраматизация), сохраняются достоверность речи («разговоризация») и эстетическое воздействие на зрителя (драматизация, стилевые правки языковой личности героя).

ЛИТЕРАТУРА

1. Шаховский, В. И. Лингвистическая теория эмоций / В. И. Шаховский. – М., 2008. – 416 с.
2. Безяева, М. Г. Семантика коммуникативного уровня звучащего языка / М. Г. Безяева. – М., 2002. – 751 с.
3. Слышкин, Г. Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Г. Г. Слышкин, М. А. Ефремова. – М. : Водолей Publishers, 2004. – 153 с.
4. Безяева, М. Г. О специфике коммуникативной интерпретации текста (на материале соотношения письменной основы и звучащего варианта) / М. Г. Безяева // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 9, Филология. – 2013. – № 2. – С. 19–36.
5. Игнатов, К. Ю. От текста романа к кинотексту: языковые трансформации и авторский стиль : на англоязычном материале : автореферат дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / К. Ю. Игнатов. – М., 2007. – 24 с.
6. Пигрова, Е. К. Метакоммуникативные маркеры в устной спонтанной речи : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Е. К. Пигрова. – СПб., 2001. – 18 с.
7. Радбиль, Т. Б. Выявление языковых и содержательных признаков речевого акта угрозы в экспертной деятельности лингвиста / Т. Б. Радбиль, В. А. Юматов // Вестн. Вят. гос. гуманит. ун-та. – 2015. – № 9. – С. 108–111.
8. Мартьянова, И. А. Textoобразующая роль киносценария в ретрансляции русской культуры [Электронный ресурс] / И. А. Мартьянова. – Режим доступа : <https://www.conference-spbu.ru/conference/30/reports/2651/>. – Дата доступа : 10.03.2021.

И. В. Толстоногова (Минск, БГУ)

РЕЧЕВАЯ МАНИПУЛЯЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ МЕДИАТИЗАЦИИ (на примере большого интервью Греты Тунберг)

Современные СМИ не только сообщают новости, но и влияют на жизнь общества и определяют основные векторы его развития. Автор представляет результаты анализа приемов речевого манипулирования в медиадискурсе. Исследование выполнено на материале большого интервью эоактивистки Греты Тунберг шведскому изданию Svenska Dagbladet. Автор делает вывод о том, что воздействие на читателя осуществляется с помощью целого ряда приемов речевого манипулирования. Анализ интервью позволил выделить такие приемы, как сдержанный тон, использование противопоставлений, слов с негативной коннотацией, абстрактных понятий, инклюзивных местоимений, повторов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: речевое манипулирование; медиатизация; Грета Тунберг; Svenska Dagbladet; СМИ.

Modern media not only cover news, but also influence the life of society and determine the main vectors of its development. The author provides the results of analysis of speech manipulation techniques in media discourse. The study is based on the big interview with Greta Thunberg published in the Swedish newspaper «Svenska Dagbladet». It is concluded that a great variety of manipulation means is used to influence the reader. The interview analysis allowed to identify such means as calm tone, the use of oppositions, words with negative connotation, abstract concepts, inclusive pronouns, repetitions.

K e y w o r d s: speech manipulation; mediatization; Greta Thunberg; Svenska Dagbladet; mass media.

Медиатизация – одна из главных характеристик современного общества, которая вносит в жизнь как позитивные, так и негативные изменения. Под медиатизацией понимается процесс социальных изменений, в котором средства массовой информации влияют на различные общественные институты и интегрируются в них, институты вовлекаются в диктуемую медиалогикой и подчиняются ей [1]. Например, под воздействием медиатизации происходит трансформация локального действия в событие национального или даже глобального уровня, а имя субъекта этого действия становится настоящим медийным феноменом. Ярким примером такой трансформации является школьная забастовка Греты Тунберг.

До пандемии проект «Грета Тунберг» являлся мощным инструментом давления на международную политику и экономику. В настоящее время по понятным причинам (в связи с пандемией коронавирусной инфекции) акценты сместились, но в Швеции интерес к Грете Тунберг не угасает, во многом благодаря национальным СМИ. Наше внимание привлекает внимание газета Svenska Dagbladet, которую выписывают и покупают по всей стране и которая позиционирует себя как независимая умеренная, но при этом из всех печатных органов Швеции получает наибольшую финансовую помощь от государства. Так, вышеназванная газета периодически публикует материалы об эоактивистке и ее движении.

Остановимся на последних из них:

5 декабря 2020 г. – «*Med en så stor plattform kommer ett stort ansvar*» ‘Такое глобальное движение подразумевает огромную ответственность’ –

публикация представляет собой большое интервью, в котором экоактивистка рассказывает о том, как пандемия ударила по движению, каково это быть его неизменной звездой, а также что вселяет в нее надежду;

11 декабря 2020 г. – «*Thunberg: Vi lever i förnekelse*» ‘Тунберг: мы живем в отрицании’ – в данном материале речь идет о том, что, по мнению Греты, многие до сих пор отрицают серьезность проблемы изменения климата;

12 января 2021 г. – «*Greta Thunberg på årets första Sverigefrimärke*» ‘Грета Тунберг на первой в этом году почтовой марке’ – материал о выпуске новой почтовой марки в честь 18-летней шведской экоактивистки. Эта марка вошла в коллекцию *Värdefull Natur* ‘Ценная природа’;

15 февраля 2021 г. – «*Ny dokumentärserie om Greta Thunberg*» ‘Новый документальный сериал о Грете Тунберг’ – материал о том, что BBC анонсировала документальный мини-сериал «*Greta Thunberg: A Year to Change the World*» ‘Грета Тунберг: Год для изменения мира’, который расскажет о путешествии Тунберг по местам, где усиливается воздействие изменения климата.

Средства массовой информации не только сообщают новости, но и формируют общественное отношение к освещаемым событиям. Манипуляция человеческим сознанием может осуществляться за счет различных средств, в том числе и за счет языка. О. Н. Быкова характеризует речевую манипуляцию как «вид языкового воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент» [2, с. 99].

Особый интерес из последних публикаций с точки зрения речевой манипуляции представляет большое интервью Греты Тунберг от 5 декабря 2020 г. «*Med en så stor plattform kommer ett stort ansvar*» ‘Такое глобальное движение подразумевает огромную ответственность’, после анализа которого можно выделить несколько особенностей. Рассмотрим их подробнее.

Общий тон – достаточно сдержанный, рассудительный, объясняющий. Если в известных всему миру выступлениях (например, на саммите ООН в Нью-Йорке в сентябре 2019 г.) эта маленькая девочка очень агрессивно выражала свою точку зрения и требовала предпринимать действия, то анализируемое интервью имеет совсем другую природу. После прочтения складывается впечатление, что Грета очень расстроена тем, что ситуация в мире не меняется к лучшему, но она по-прежнему очень решительна. Интервьюер Петер Алестиг описывает ее состояние:

Hon tar en paus ‘Она замолкает’;

Hon suckar knappt hörbart ‘Она едва слышно вздыхает’;

Det är lätt att tro att Greta Thunberg låter uppgiven när hon pratar, men så är det inte. Snarare frustrerad och beslutsam ‘Можно подумать, что Грета Тунберг истощена, но это не так. Скорее разочарована, но решительна’.

Широкое использование такого приема, как **противопоставление**, который имеет определенный манипулятивный потенциал, так как привлекает внимание читателя. При этом в анализируемом интервью можно выделить

две ситуации, которые постоянно противопоставляет Грета: ситуация до пандемии и сейчас, ситуация сейчас и в будущем. Приведем лишь несколько примеров:

Hennes liv är radikalt annorlunda nu mot för ett år sedan. Då: seglatser över världen, möten med Leonardo DiCaprio, Barack Obama och Angela Merkel, klimatkonferenser, magasinsslag. Nu: skolgång på distans och hundpromenader. ‘Сейчас ее жизнь кардинально отличается от жизни год назад. Год назад: кругосветное путешествие, встречи с Леонардо Ди Каприо, Бараком Обамой и Ангелой Меркель, конференции по климату, обложки журналов. Сейчас: дистанционное обучение и прогулки с собакой’;

Men det viktigaste är att förstå att vi måste minska utsläppen här och nu, inte 2025, 2030 eller vad det är. Det är utsläppen vi orsakar nu som kommer att avgöra vår framtid. ‘Но самое главное – понять, что мы должны сокращать выбросы здесь и сейчас, а не в 2025, 2030 и т.д. Именно выбросы, которые мы производим сейчас, определяют наше будущее’.

В интервью большое количество слов с негативной коннотацией: *hat* ‘ненависть’, *hota* ‘ненавидеть’, *kris* ‘кризис’, *inte positiva tecken* ‘не положительные признаки’, *tomma hypotetiska mål* ‘пустые гипотетические цели’, *konsekvenser* ‘последствия’, *utsläppen* ‘выбросы’, *kritik* ‘критика’, *kritisera* ‘критиковать’, *dystra klimatrekorden* ‘мрачные климатические рекорды’, *situationens allvar* ‘серьезность ситуации’ и т.п. Грета настаивает на том, что климатическая ситуация в мире очень серьезная, но в настоящее время ей не уделяется должного внимания. Использование слов с негативной коннотацией усиливает общее негативное впечатление, и читатели начинают чувствовать себя неловко, что является хорошим инструментом манипуляции.

Оперирование абстрактными понятиями *framtid* ‘будущее’ и *hopp* ‘надежда’. Употребление такой лексики делает текст экспрессивно маркированным, создавая определенные возможности для манипулирования сознанием читателей. Грета обращается не к политикам, а напрямую к людям, что формирует коллективную ответственность за будущее планеты:

Men det kommer inte från regeringar och företag. Det kommer från folket. ‘Но она (надежда) не в правительстве и предприятиях. Она в людях’.

Частое использование местоимений *vi* ‘мы’, *vår* ‘наш’, *oss* ‘нас’. Следует отметить, что Скандинавские страны относятся к индивидуалистской культуре, где в приоритете интересы отдельной личности. Но Грета намеренно использует большое количество вышеназванных местоимений: она не выставляет на первый план себя, она всего лишь часть большого климатического движения. Более того, таким способом Грета призывает читателей к действия (например, с помощью конструкции *vi måste* ‘мы должны’) и вовлекает их в дискуссию, делая частью информационного поля:

Vi måste minska våra utsläpp nu, inte om några decennier. ‘Мы должны сократить наши выбросы сейчас, а не через несколько десятилетий’.

Многократное повторение ключевой идеи интервью – планета по-прежнему находится в критической ситуации, поэтому действия необходимо принимать здесь и сейчас:

Om vi inte agerar nu spelar det inte någon större roll vad vi har för mål till 2050. ‘Если мы не будем действовать сейчас, наши цели на 2050 год не имеют большого значения’;

Det går inte att förneka krisen längre. ‘Кризис больше нельзя отрицать’;

Vi måste minska våra utsläpp nu, inte om några decennier. ‘Мы должны сократить выбросы сейчас, а не через несколько десятилетий’ и т.п.

Техника повторов – еще один действенный способ манипулировать сознанием аудитории. У Греты есть цель – привлечь и удержать внимание читателей, а еще лучше – «приучить» их к ключевой идее настолько, чтобы необходимость принять немедленные действия стала для читателя чем-то естественным.

Таким образом, воздействие на читателя осуществляется с помощью целого ряда приемов речевого манипулирования: сдержанный и рассудительный тон, использование противопоставлений, слов с негативной коннотацией, оперирование абстрактными понятиями, инклюзивными местоимениями, а также повторение ключевых идей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Каминская, Т. Л. Экологический активизм в цифровой среде как инструмент влияния на государственные решения / Т. Л. Каминская, И. А. Помигуев, Н. А. Назарова // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2019. – № 5. – С. 382–407.
2. Быкова, О. Н. Языковое манипулирование / О. Н. Быкова // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения. – Красноярск, 1999. – Вып. 1. – С. 99–103.

А. Д. Круглик (Минск, БГМУ)

РЕАЛИЗАЦИЯ ТАКТИКИ УБЕЖДЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ А. МЕРДОК

Рассматриваются коммуникативные стратегии диалогического взаимодействия в художественном тексте. Выявлены коммуникативные стратегии диалогического взаимодействия. Проведен анализ языковых средств их реализации. Результаты анализа, полученные в результате исследования, развивают научное представление в области дальнейшего изучения коммуникативных стратегий, используемых в английской художественной литературе.

К л ю ч е в ы е с л о в а: диалогическое взаимодействие; коммуникативная стратегия; тактика; прием; стратегия кооперации; стратегия конфронтации; тактика убеждения.

The article is devoted to communication strategies of dialogic interaction in a literary text. The main objective of the study is to identify linguistic means of realization of cooperation strategy. The results of the analysis add to scientific understanding of further development of communication strategies used in English fiction.

К e y w o r d s: dialogic interaction; communication strategy; tactics; method; cooperation strategy; confrontation strategy; distancing strategy, persuasion tactics.

Одним из приоритетных направлений современной лингвистики являются вопросы диалогического взаимодействия, которое определяет нормы и каноны поведения человека в современном обществе. Осознание важности

коммуникативного взаимодействия нашло свое отражение во многих работах, посвященных изучению коммуникативных стратегий в процессе диалогического взаимодействия. Однако до сих пор остается открытым вопрос об определении места диалога в коммуникации и в художественном произведении.

В речевой коммуникации стратегия определяется следующим образом: «речевые стратегии выявляются на основе анализа хода диалогового взаимодействия на протяжении всего разговора... Стратегию определяет макроинтеграция (намерение, цель) одного (или всех) участника диалога, обусловленная социально-психологическими особенностями конкретного общения» [1, с. 194].

В современном литературоведении выделяют кооперативные и конфронтационные стратегии взаимодействия участников диалога. Стратегии кооперации или неконфронтационные стратегии стали выделяться в лингвистике со второй половины прошлого века исходя из принципов кооперации Г. П. Грайса и принципа вежливости Дж. Лича. Дж. Лич, вслед за Г. П. Грайсом, в основу принципа вежливости ставит принцип взаиморасположения говорящих в структуре речевого акта [2, с. 227].

Лингвист Г. П. Грайс утверждал, что именно принцип кооперации является тем объединяющим началом, использующийся коммуникантами в диалоге и предполагающий готовность собеседников действовать в зависимости от цели и направления разговора.

Именно кооперативные стратегии направлены на стремление коммуникантов достичь собственной цели, при этом не нарушив интересы обеих участников акта коммуникации. [Там же, с. 228].

В таких актах коммуникации преобладают диалоги с ожиданием ответной реакции на реплику инициатора диалога, позволяющие принять во внимание мнение собеседника по конкретному вопросу, что облегчает весь процесс взаимодействия.

Основу кооперативных стратегий должны составлять этические нормы и нравственные категории. А. А. Ивин сформулировал требования, необходимые для реализации неконфронтационных стратегий:

- 1) максима такта;
- 2) максима великодушия;
- 3) максима одобрения;
- 4) максима скромности;
- 5) максима согласия [3, с. 169].

Стратегия коммуникации реализуется через тактики, которые выполняют функцию способов осуществления стратегии в конкретной коммуникативной ситуации. Коммуникативная тактика – совокупность практических ходов в реальном процессе коммуникативного взаимодействия, позволяющих достичь поставленных целей в конкретных ситуациях [4, с. 163].

Каждая тактика направлена на определенные аспекты модели мира адресата и его психики. Целью применения соответствующей тактики является изменение этих параметров. Достижение конечной коммуникативной цели возможно в том случае, если говорящий на протяжении общения постоянно

контролирует эмоциональное и интеллектуальное состояние слушателя так, чтобы прийти, в конечном счете, к нужному решению [5, с. 110]. Методы, используемые говорящим, представляют собой либо стимулы действия, либо их условия. Все эти методы, которые направлены на достижение поставленной сверхцели, называются коммуникативными ходами.

Очень часто для выхода из конфликтных ситуаций используют тактику убеждения, которая представляет собой способ воздействия, оказывающий влияние на принятие собеседником определенного решения. Данный метод убеждения реализуется при помощи слов-аргументаторов, таких как *still, even, however*.

Например, в романе «Замок на песке» учитель рисования Бладуард убеждает своего коллегу учителя Мора отказаться от ухаживаний за молодой художницей Рейн и вернуться к семье: *'There is such a thing as respect for reality. You are living on dreams now, dreams of happiness, dreams of freedom. But in all this you consider only yourself. You do not truly apprehend the distinct being of either your wife or Miss Carter'. 'I don't understand you, Bledyard,' said Mor. 'Look here, Bledyard,' said Mor, 'even if it were the case that I could set aside all consideration of my own happiness and my own satisfaction I should still not know what to do'*. Использование аргументатора *even* делает аргумент более убедительным и категоричным.

Противительный союз *but* в данном примере используется для выражения контрастивности: мистер Мор мечтает о счастье с любимой женщиной, но свои интересы он ставит выше ее. Логико-семантической функцией союза *but* в данном примере является уточнение информации, что сопровождается смещением фокуса внимания в представлении событий.

В романе «Время ангелов» русский эмигрант Юджин Пешков убеждает своего сына Лео в том, что он любит его и делает все для благополучия Лео: *I've worked as I can, and I've supported you. I'm still supporting you*. В этом примере говорящий, чтобы быть более убедительным по отношению к реципиенту, использует слово-аргументатор *still*, благодаря которому он подчеркивает, насколько серьезно адресант относится к адресату. Этот же эффект достигается и синтаксическими повторами *I've*.

Чтобы смягчить императивность высказывания своих героев А. Мердок использует разные стилистические приемы и методы. В качестве лексических средств убеждения выступают слова, смягчающие негативность высказывания (*only, just, merely, please*); речевые интенсификаторы (*very, quite, rather*), или прагматические операторы (*but, or, so, because, you know, I (don't) think, I mean, after all, of course, listen, look*).

Например, в разговоре между супругами Мор (роман «Замок на песке») жена старается убедить мужа отказаться от взаимоотношений с молодой девушкой и вернуться в семью. В тоже время героиня не хочет навязывать свое мнение мужу и использует средства смягчения безусловности своего убеждения:

'I can't stop', said Bill in a dull voice, still looking at the carpet. 'None of that, please,' said Nan. 'You made this mess and you must get out of it. Be rational, Bill! Wake up and see the real world again. Even if you have no

consideration for me or for that wretched girl who's scarcely older than Felicity, think a little about your reputation, your position as a schoolmaster. Think about the precious Labour Party. This flirtation is bound to end pretty soon. If you let it drag on you'll merely do yourself a lot of harm'.

Употребление модальных глаголов; а также глаголов в сослагательном наклонении являются грамматическими средствами реализации тактики убеждения.

В том же романе коллеги спорят об открытости человеческой души. И Бладуард, используя глаголы в сослагательном наклонении, убеждает соперника в том, что он живет только для себя, не замечая других: *'You do not know even remotely what it would be like to set aside all consideration of your own satisfaction. You think of nothing else. You live in a world of imagined things. But if you were to concern yourself truly with others and lay yourself open to any hurt that might come to you, you would be enriched in a way of which you cannot now even conceive'.*

К синтаксическим средствам выражения тактики убеждения можно отнести вопросительные конструкции, а также вводные или безличные конструкции:

'Darling, dear heart, dear Binkie, please don't-I'm so sorry oh I'm so sorry' 'It's no use saying that you're sorry or that you don't know, that's all you say over and over again. I'd like to split open your head and find out what you do know. Why don't you explain at last? Why don't you admit at last? It's been going on long enough. It'd be a relief to me if you'd only tell me-' 'There's nothing to tell!' 'You expect me to believe that?' 'You did believe it'.

Данный диалог происходит между героями романа «Море, море» мистером и миссис Фич. Мистер Фич убежден в измене жены и требует от нее признания. Используя повторы конструкции *Why don't* он стремится подтолкнуть ее к ответу, который ему хочется услышать. Но миссис Фич стремится убедить мужа, что она ни в чем не виновата. Лексические повторы – анафора – придают ее высказыванию экспрессивность. Повтор слова *dear* показывает, что Хартли стремится привлечь внимание мужа.

Напряженность разговора автор передает с помощью вопросительных и отрицательных предложений, лексических повторов.

В этом же романе Розина, бывшая подруга актера Чарльза Эрроуби, уговаривает его оставить в покое миссис Фич. Используя в своей речи вводную конструкцию *I assume*, Розина убеждает Чарльза быть разумным: *'Charles, I assume, she's timid, she's shy, she must feel terribly inadequate and mousy and dull, after her life, meeting you after your life. She probably feels ashamed of her dull husband, and feels protective about him, and resentful against you. Use your imagination! And she'd bore you, darling, she'd bore you into a frenzy'.*

Розина уверена, что Хартли не пара для Чарльза: у них разный социальный статус и они разные по духу. О ее уверенности в этом говорит такой прием, как многочисленные синтаксические повторы – анафора (*after her life – after your life; feels – feels*).

Употребление союза *after* позволяет Розине сравнить жизнь Хартли до и после встречи с Чарльзом. Чтобы выразить свои чувства и более полно передать свои мысли, она прибегает к использованию противопоставлений – антитезы – *feels protective about him and resentful against you*, благодаря которой девушка убеждает Чарльза, что Хартли стремится сберечь свою семью и обвиняет его в разрушении семьи. Предложение с глаголом *use* в повелительном наклонении придает значимость приведенным доказательствам.

Повелительное наклонение и последующие повторы показывают, как нарастает эмоциональное напряжение героев.

Для реализации тактики убеждения также автор использует и прагматические средства: форма обращения; объяснение речевых действий; косвенные речевые акты и речевые акты смешанного типа (например, совет, обвинение, извинение, сожаление).

Например, в романе «Море, море» мы наблюдаем сцену, когда мистер Фич настойчиво убеждает Чарльза Эрроуби не приходить в их дом и оставить в покое его семью:

'Listen, it's not on, sorry, we don't want to know you. Sorry to put it like that but you won't seem to take a hint. I mean, there's no point, is there. All right, you knew Mary a long time ago, but a long time ago is a long time ago. She doesn't want to know you now, and I don't want to start, see. You don't have to see people now because you saw them once or went to school with them or what. Things change and people have their own worlds and their own places. We aren't your sort, well, that's obvious, isn't it. We don't want to come to your parties and meet your friends and drink your drinks, it's not on. And we don't want you barging in here at all hours of the day either, sorry if this sounds rude, but it's better to get it understood once and for all'.

Этот отрывок представляет собой речевой акт смешанного типа, в котором можно выделить не только тактику убеждения (лексическая анафора *a long time ago*; использование противительного союза *but*, который усиливает функцию убеждения; синтаксическая анафора *We don't want*), но и обвинения (риторический вопрос), и извинения (использование маркеров вежливости и положительной коннотации *sorry, all right*).

Таким образом, мы видим, что тактика убеждения предполагает протекание коммуникации по гармоничному типу с соблюдением принципов, правил и норм речевого поведения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
2. Грайс, Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. XVI : Лингвистическая прагматика. – С. 220–234.
3. Ивин, А. А. Основы теории аргументации : учебник / А. А. Ивин. – М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1997. – 352 с.
4. Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации : учеб. пособие / В. Б. Кашкин. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.

5. *Иссерс, О. С.* Речевое воздействие : учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / О. С. Иссерс. – М. : Флинта : Наука, 2009. – 224 с.
6. *Murdoch, I.* The Sandcastle / I. Murdoch. – London : Vintage, 2003. – 318 p.
7. *Murdoch, I.* The Sea, the Sea / I. Murdoch. – London : Penguin Books, 2001. – 495 p.
8. *Murdoch, I.* The Time of the Angels / I. Murdoch. – London : Chatto & Windus, 1979. – 300 p.
9. *Murdoch, I.* Under the Net / I. Murdoch. – London : Penguin Books, 2008. – 256 p.

М. В. Андреева (Минск, МГЛУ)

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ТОЛЕРАНТНОСТЬ В СОВРЕМЕННЫХ РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

В статье рассматривается явление лингвистической толерантности и связанные с ней понятия. Цель исследования – выявить основные сходства и отличия между лингвистической толерантностью и языковой толерантностью, сравнить понимание лингвистической толерантности в русском и английском языках. Теоретическая значимость заключается в выявлении и описании различий в понимании лингвистической толерантности носителями русского и английского языков. В результате исследования на основе разных пониманий и определений функционирования толерантности в языке предлагается более универсальное определение понятия *лингвистическая толерантность*.

К л ю ч е в ы е с л о в а: толерантность; лингвистическая толерантность; языковая толерантность; речевая толерантность; языковая норма; коммуникант.

The article discusses the phenomenon of linguistic tolerance and related concepts. The aim of the study is to identify the main similarities and differences between linguistic tolerance and language tolerance, to compare the understanding of linguistic tolerance in Russian and English. The theoretical significance lies in the identification and description of differences in the understanding of linguistic tolerance by native speakers of Russian and English. A more inclusive definition of linguistic tolerance is proposed on the basis of different understandings and definitions of tolerance in language.

Key words: tolerance; linguistic tolerance; language tolerance; verbal tolerance; language norm; communicant.

Человеческое общество XXI в. отличается от предыдущих эпох повышенным вниманием к различным существующим культурам, а также приданием большого внимания внутреннему миру человека как одной из основных ценностей индивида и основания его стабильного и здорового психического, эмоционального и даже физического состояния. Каждый человек имеет свои ценности, которые могут вступать в противоречия или не быть в согласии с идеалами окружающих. Особенно ярко это проявляется в случаях, когда речь идет не об одном индивидууме, но о группе людей, объединенных по какому-либо признаку (пол, раса, возраст, национальность и т.д.). Интересы одной группы могут выступать против желаний другой, что ведет к возникновению конфликтов.

Проявляя если не абсолютное уважение, то хотя бы терпение по отношению к отличающейся группе индивидов, можно предотвратить возникновение множества проблем, связанных с коммуникацией различных групп людей. Отсюда вытекает также и актуальность изучения проблемы толерант-

ности в языке. То влияние, которое язык оказывает на сознание людей, говорящих на нем, измерить сложно, но отрицать его наличие тяжело. Способность проявлять уважение или с терпением относиться к чуждому в первую очередь будет проявляться через язык и речь, через то, что человек может сказать в беседе, и то, что допустимо в одной культуре по отношению к другим.

Понятие толерантности является объектом внимания представителей различных областей науки. В лингвистике также сосуществуют различные подходы к определению этого понятия. В. Е. Гольдин, О. С. Иссерс, М. Я. Дымарский выделяли толерантность как принцип речевого поведения. Некоторые другие ученые понимали это явление как коммуникативную категорию, однако саму суть категории определяли по-разному. Например, Л. П. Крысин считает толерантность социолингвистической категорией, О. А. Михайлова – лингвокультурологической, Е. А. Ермакова – культурно-психологической. Стоит также отметить, что некоторые ученые, например, А. Ю. Зенкова, рассматривает толерантность как коммуникативную стратегию.

Понятие толерантности и ее принципов, в том виде, в котором ее понимают и стараются использовать сегодня, базируется не только на характерном для какой-либо одной культуры концепте, но также и на общечеловеческом понимании прав, возможностей и желаний. Всеобщая декларация прав человека гласит, что «каждый человек имеет право на свободу мысли, совести и религии», «на свободу убеждений и на свободное выражение их» и что образование «должно содействовать взаимопониманию, терпимости и дружбе между всеми народами, расовыми и религиозными группами» [1].

«Терпимость означает уважение, принятие и правильное понимание богатого многообразия культур нашего мира, наших форм самовыражения и способов проявлений человеческой индивидуальности. Терпимость – это прежде всего активное отношение, формируемое на основе признания универсальных прав и основных свобод человека [2].

Рассматривая различные подходы к определению ключевого понятия, мы столкнулись с несколько отличающимися толкованиями того, что именно является толерантностью, точнее, что понимается под явлением, которое мы назвали *лингвистическая толерантность*. Также мы выделили некоторые различия в этом понятии в английском и русском языках.

По словам И. А. Стернина, «все виды толерантности по предмету проявления имеют два аспекта – поведенческий (деятельностный) и коммуникативный. В этом плане можно говорить о коммуникативной толерантности – которая проявляется в общении – и поведенческой толерантности – в деятельности» [3, с. 11]. Опираясь на это утверждение, можем увидеть, что коммуникативная толерантность – именно то понятие, которое в контексте данного исследования интересует нас больше всего, хотя, конечно, мы не можем отрицать элементы поведенческой толерантности в общении.

В ходе исследования мы обнаружили разделение таких понятий, как *лингвистическая толерантность* и *языковая толерантность*, а также выделяемая в последней *вербальная толерантность*. Языковую толерантность могут определять как «совокупность вербальных и невербальных средств

общения, которые индивид использует при взаимодействии с человеком или группой людей, так или иначе отличающихся от него» [4]. Вербальный компонент толерантности считается составляющей частью языковой толерантности, отражающей именно проявление терпимости в речи коммуниканта. Лингвистическая толерантность в таком случае чаще всего рассматривается как «профессиональное качество лингвиста, предполагающее терпимое отношение к ошибкам как вариативности в языке» [Там же]. В первую очередь оно связано с таким понятием, как норма языка, и является одним из вариантов решения проблемы терпимости/нетерпимости отклонений от литературной нормы. Лингвистическая толерантность представляется узким понятием, зачастую направленным внутрь самого языка, в рамках которого работает лингвист, и не имеет отношения к проблемам коммуникации с представителями других культур.

Некоторые ученые проявления толерантности в языке разграничивают такие понятия, как «языковая толерантность» и «речевая толерантность». В таком случае возникает вопрос, в чем именно заключаются различия между речевой толерантностью и вербальной. Б. Я. Шарифуллин в своей статье «Толерантность и объективность» определяет речевую толерантность как «способность языкового “организма” адаптироваться к неблагоприятным воздействиям внеречевой действительности», и как «активное проявление терпимости к “нестандартным” способам и средствам общения», т.е. к использованию жаргонизмов, арготизмов, обсценизмов и т.д. [5]. Как нам кажется, выделяя только вербальную толерантность, мы упускаем невербальный компонент общения, в этой связи выделение речевой толерантности кажется более актуальным. Разница между языковой и речевой толерантностью при таком разделении заключается в следующем: языковая толерантность – собственно наличие вербальных и невербальных средств общения для общения с так или иначе отличающимися от него людьми, речевая – факт и способы использования этих средств.

Работая с определением вышеназванных понятий, мы не могли не отметить, что не все словари полностью объясняют то или иное явление. Например, одно из определений языковой толерантности звучит следующим образом: «уважительное отношение этноса, властных структур к языкам иных этнических групп, проживающих на любой территории; соблюдение гражданских, языковых прав и экономических интересов их носителей, обеспечение возможности для всех этносов пользоваться родными языками в любых коммуникативных сферах где это возможно на данном уровне развития того или иного языка» [6]. Мы считаем данный вариант несколько некорректным и требующим уточнения, так как соблюдение экономических интересов и гражданских прав все же выходит за рамки функционирования толерантности в языке.

Рассматривая определение понятия толерантности в английском, мы пришли к выводу, что этот вопрос более детально разработан в русском языке. Понятия *linguistic tolerance* и *language tolerance* могут взаимозаменяться, четкую грань между этими понятиями не всегда можно провести. Сравним следующие определения, которые дают этим понятиям ученые,

занимающиеся проблемой понятия толерантности в языке. «The linguistic tolerance is the toleration of different languages and their usage not following the hegemonial attitude» [7] ('Лингвистическая толерантность – это терпимость к разным языкам и их использованию, не следуя позиции главенствующего языка'). Следующая цитата взята из воркшопа программы Совета Европы «Песталоцци» по повышению квалификации и профессиональному обмену для педагогов:

What is meant by language tolerance?

- *Accepting that our language is not the only one;*
- *Respecting the difficulties of the others with an attitude that encourages the other to continue using the language;*
- *Stimulating the use of other languages;*
- *Development of language awareness in classroom regarding variation and use* [8].

‘Что означает языковая толерантность?

- Принятие факта, что наш язык не единственный;
- уважение трудностей других с помощью отношения, которое побуждает остальных изучать язык;
- стимуляция использования других языков;
- развитие языковой осведомленности в классе относительно вариантов и использования’.

Мы можем отметить, что, несмотря на направленность воркшопа «Песталоцци» в первую очередь на преподавателей, а не ученых-лингвистов, именно такое, можно сказать, бытовое понимание лингвистической/языковой толерантности будет отражать восприятие этого феномена как носителями языка, так и теми, кто изучает его как иностранный. В этой ситуации, на наш взгляд, будет целесообразным не разделять эти понятия на специализированные, которые дают ученые, и те, которые используют люди, далекие от науки, поскольку частично ситуация со смешением понятий наблюдается в некоторых случаях и в русском языке.

В то же время есть понимание лингвистической толерантности, схожее с его русским эквивалентом: терпимость по отношению к вариантам произношения, написания в языке, а также признание языковых изменений как закономерных феноменов в языке. Такой взгляд на данное явление может считаться одной из граней этого сложного понятия.

Сам факт наличия такого разнообразия толкований одного понятия, на наш взгляд, показывает, что полностью и окончательно явление толерантности в языке не изучено и может вызывать сложности при попытке классифицировать то или иное проявление терпимости в языке. Необходимость исследования понимания толерантности носителями языка на материалах социолингвистического исследования представляется возможной. Разница с пониманием понятий в английском и русском языках также вызывает определенную трудность.

На наш взгляд, обобщив результаты проведенного сопоставительного анализа, можно предложить следующее, более универсальное, определение понятия. Таким образом, *лингвистическая толерантность* – совокупность

вербальных и невербальных средств общения и норм поведения, которые индивид использует при взаимодействии с человеком или группой людей, так или иначе отличающихся от него, а также способы функционирования данных средств в коммуникации, вне зависимости от того, на каком языке проходит общение, включающие терпимость к особенностям и вариативности как родного, так и чужого языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Всеобщая декларация прав человека [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml. – Дата доступа : 14.04.2021.
2. Декларация принципов терпимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/toleranc.shtml. – Дата доступа : 14.03.2021.
3. *Стернин, И. А.* Коммуникативные аспекты толерантности / И. А. Стернин, К. М. Шилихина. – Воронеж, 2000. – 110 с.
4. *Кудрявцев, А. Г.* Языковая толерантность как элемент культурной компетентности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-tolerantnost-kak-element-kulturnoy-kompetentnosti>. – Дата доступа : 13.03.2021.
5. *Шарифуллин, Б. Я.* Толерантность и объективность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://philology.ru/linguistics2/sharifullin-06.htm>. – Дата доступа : 14.03.2021.
6. Словарь лингвистических терминов Т. В. Жеребило [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://rus-lingvistics-dict.slovaronline.com>. – Дата доступа : 14.03.2021.
7. *Chreptaviciene, V.* Development of Cultural and Linguistic Tolerance in the Multicultural Society [Electronic resource] / V. Chreptaviciene, A. Urboniene. – Mode of access : <https://www.leeds.ac.uk/educol/documents/143343.htm>. – Date of access : 22.03.2021.
8. *Costa, J.* Language Diversity and Linguistic Tolerance [Electronic resource] / J. Costa. // Workshop Pestalozzi. – Caparide, 2009. – Mode of access : https://www.coe.int/t/dg4/education/pestalozzi/Source/Documentation/Workshops2009/Outcomes/CoE%202009%200401-0404%20Portugal_2.pdf. – Date of access : 14.03.2021.

Н. Е. Ивченкова (Минск, МГЛУ)

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ (на материале заголовков современной русскоязычной и англоязычной прессы)

В статье рассмотрен феномен языковой игры и ее функции в современных СМИ. Выделены наиболее употребляемые приемы языковой игры в русских и английских заголовках и проанализированы механизмы их образования. Разъяснены тематические особенности статей, в заголовках которых была обнаружена языковая игра. Проведен сравнительный анализ результатов, полученных в русском и английском языках.

К л ю ч е в ы е с л о в а: языковая игра; заголовок; тематическая группа; современная русскоязычная пресса; современная англоязычная пресса.

The article deals with the phenomenon of language game and its functions in modern media. The most commonly used language game techniques in Russian and English headings are highlighted and the mechanisms of their formation are analyzed. The thematic features of the articles in the headings of which language game has been found are explained. A comparative analysis of the results obtained in Russian and English is carried out.

Key words: language game; heading; thematic group; modern Russian press; modern English press.

Языковая игра – определенный тип речевого поведения говорящих, основанный на деструкции речевой нормы с целью создания неканонических языковых форм и структур, приобретающих в результате этой деструкции экспрессивное значение и способность вызывать у слушателя/читателя эстетический и, в целом, стилистический эффект [7, с. 657].

Сегодня языковая игра широко представлена в языке современных СМИ в качестве инструмента социального воздействия. Языковая игра – это важная составляющая языковой действительности, она затрагивает проблемы как лингвистического, так и экстралингвистического характера, чем и обеспечивает интерес к себе.

Языковая игра полифункциональна. Но применительно к языку СМИ ее главными функциями являются языкотворчество и оценка. По словам В. З. Санникова, языковая игра – «один из путей обогащения языка, это и замечательный учитель словесности, и великий утешитель-психотерапевт» [6, с. 27]. Также ученый отмечает, что языковая игра – это «отступление от нормы, нечто необычное. Однако патологическое ясней всего поучает норме. Это в полной мере приложимо к патологическому в речи: языковая игра позволяет четче определить норму и отметить многие особенности русского языка, которые могли бы остаться незамеченными» [6, с. 13]. С. Ж. Нухов утверждал, что языковая игра – это «такая форма речевого поведения человека, при которой языковая личность, реализуя свои лингвокреативные способности, демонстрирует свой индивидуальный стиль» [4, с. 137].

Безусловно, языковая игра носит творческий характер, она помогает осветить национально-культурный компонент в языке и вместе с тем выразить свою оценку конкретной проблеме. Оценочность – это неотъемлемый компонент языка публицистики. И учитывая тот факт, что сегодня журналисты стремятся выразить свою оценку того или иного явления завуалированно, языковая игра – это наиболее подходящий механизм для осуществления данной цели.

Эффективное восприятие любой газетной статьи, в первую очередь, определяется ее заголовком. Это обусловлено основными функциями, которые присущи всем заглавиям:

- 1) номинативная – функция обозначения текста, его название, выделение его тем самым среди других текстов;
- 2) информативная – функция выражения содержания текста;
- 3) рекламная – функция привлечения внимания читателя к тексту;
- 4) апеллятивная – функция установления контакта между автором текста и читателями;
- 5) эмотивная – функция отражения отношения автора к сообщению [3, с. 12–13].

Воплощению трех последних функций способствует использование различных приемов языковой игры, что и обуславливает продуктивное применение данного приема журналистами. Авторы применяют этот феномен в своих текстах как инструмент манипулирования сознанием читателя, раскрывая скрытый потенциал языковых единиц.

В ходе исследования мы выделили различные приемы языковой игры в русских и английских заголовках и провели их сопоставительный анализ. По нашим подсчетам, в русских заголовках самым продуктивным (70 %) является прием трансформации прецедентного феномена, например, *«Богатые тоже стирают»*. В данном заголовке трансформировали название знаменитого телесериала *«Богатые тоже плачут»*. В статье с данным заголовком говорится о людях со сверхбольшими доходами, которые столкнулись с бытовыми трудностями после того, как были вынуждены отпустить по домам из-за карантина свою прислугу.

Кроме того, в русских заглавиях были выделены следующие приемы языковой игры:

1) межсловная контаминация (образование нового слова или выражения путем скрещивания, объединения частей двух слов или выражений, связанных между собой какими-либо ассоциациями [5, с. 101]) составила 13 %, например, *«Взять на ИИСпуг»*. В статье рассказывается о мошенниках, которые звонят под видом службы безопасности какой-нибудь кредитной организации и пугают человека тем, что якобы на его карте зафиксирована подозрительная активность и если срочно не перевести деньги на безопасный счет, то их могут украсть. Злоумышленники предлагают открыть ИИС (Индивидуальный инвестиционный счет) и перевести туда все деньги;

2) каламбур (фигура речи, состоящая в юмористическом использовании многозначности слова или звукового сходства различных слов ассоциациями [5, с. 94]) составил 11 % от общего количества русских заголовков, например, *«Договорились продолжать договариваться»*. В статье говорится о прошедшей в Париже встрече глав государств «нормандской четверки»: Владимира Путина, Эммануэля Макрона, Ангелы Меркель и Владимира Зеленского. По окончании саммита стороны так и не пришли к согласию по всем поднятым вопросам, что и побудило автора использовать прием каламбура в заголовке для данной статьи;

3) словесно-числовая контаминация (1 %), например, *«Чи100 в парке»*. В статье сообщается о субботниках, которые пройдут под девизом «Чи100 в парке» в честь столетнего юбилея городских субботников;

4) каламбурная антонимия (1 %), например, *«Погрязли в чистоте»*. В статье рассказывается о «мусорной реформе», согласно которой платежи за вывоз отходов, заметно выросли. Но службы, отвечающие за чистоту, лучше работать не стали;

5) субстантивация (1 %), например, *«Как получить карантинные?»*. Окказионализм «карантинные» образован морфолого-синтаксическим способом по аналогии с «отпускными»;

6) суффиксация (1 %) и префиксация (1 %), например, «*Девяток яиц и недолитр молока*». Статья о производителях, которые пытаются «спрятать» от потребителей подорожание товара. Боясь спугнуть покупателя резким скачком цен на фоне увеличения инфляции, производители решили уменьшать упаковку, не меняя цены: вместо 1 л молока теперь ряд производителей стал наливать 0,95 л, вместо 10 яиц в упаковке стали продавать 9 яиц в упаковке, мотивируя это, тем что квадратная упаковка наиболее презентабельная и удобная. Окказионализм «девяток» образован суффиксальным способом по аналогии с «десятком», «недолитр» – путем префиксации;

7) капитализация (графическое выделение сегмента слова [2, с. 67]) составила 1 %. Например, «*Это ВНЕклассно*» – статья о переходе российского образования на дистанционное обучение.

В английских заголовках наиболее употребляемым оказался прием межсловной контаминации (53 %), например, «*Lady Gaga dognapping*». В статье сообщается о похищенных бульдогах Леди Гаги. В результате смешения слов *dog* и *kidnapping* (рус. ‘похищение’) автор образовал окказионализм *dognapping*.

В английских заглавиях авторами также используются такие приемы языковой игры, как:

1) каламбур (30 %), например, «*The Morning at Night*» (рус. ‘утро вечером’). В статье говорится о том, что привычный «Утренний бюллетень» выйдет в новом формате, специально для подписчиков подготовят живой выпуск, который проведет Дэвид Леонхардт в вечернее время;

2) консонанс (7 %), например, «*Ole WON'T splash the cash*». В статье главный тренер «Манчестер Юнайтед» Уле Гуннар Сульшер рассказывает о финансовых проблемах, с которыми может столкнуться его команда из-за пандемии коронавируса;

3) аллитерация (5 %), например, «*Sun, sand, shots*». В статье сообщается о том, какие меры предпринимают в странах Карибского бассейна для улучшения экономической ситуации, которая значительно ухудшилась из-за пандемии;

4) суффиксация (3 %), например, «*This is not policeable*». Окказиональное прилагательное *policeable* образовано по аналогии с прилагательным *manageable, not policeable* (рус. ‘не под силу полиции’). В статье сообщается о нежелании непривитых от ковида полицейских контролировать соблюдение ограничений, связанных с запретом посещать общественные места;

5) трансформация прецедентного феномена (2 %), например, «*Crimes and Punishment*». Автор трансформировал название романа Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание».

Таким образом, в русском языке нами было выявлено 9 приемов языковой игры (трансформация прецедентного феномена, межсловная контаминация, каламбур, словесно-числовая контаминация, каламбурная антонимия, субстантивация, суффиксация, префиксация, капитализация), функционирующих в заголовках, в английском – 6 приемов (межсловная контаминация,

каламбур, консонанс, аллитерация, суффиксация, трансформация прецедентного феномена). Стоит отметить, что в русском языке в качестве приема языковой игры капитализация стала рассматриваться относительно недавно, но уже активно используется журналистами при образовании окказиональных слов.

Проанализировав тематику статей, в заголовках которых употреблялась языковая игра, мы выделили следующие тематические группы в русском языке: экономика (21 %); политика (18 %); медицина (12 %); право (10 %); общество (9 %); спорт (7 %); образование (6 %); экология (5 %); питание (4 %); культура (4 %); искусство (3 %); наука и техника (1 %).

В английском языке была получена следующая тематическая стратификация: экономика (28 %); медицина (25 %); право (20 %); искусство (15 %); спорт (10 %); общество (2 %).

Таким образом, в русском языке заголовки, в которых присутствует языковая игра, в основном принадлежат статьям, посвященным экономическим, политическим и медицинским проблемам. В английском же языке языковая игра доминирует в заголовках статей, в которых освещаются экономические, медицинские и правовые вопросы. Стоит подчеркнуть, что продуктивное использование языковой игры в русских и английских заголовках статей, посвященных медицине, обусловлено настоящей эпидемиологической ситуацией.

В русском языке редкими являются случаи употребления языковой игры в заголовках статей, принадлежащих к таким тематическим группам, как «Наука и техника», «Экология», «Культура», «Питание», «Образование». В английском языке в рамках нашего исследования данные тематические группы не были представлены, что свидетельствует о том, что в английском языке тематика статей, в заголовках которых присутствует языковая игра, значительно уже, чем в русском. Е. А. Земская писала: «Различные приемы языковой игры я изучала на материале газетных заголовков и ранее в 70–90 гг. Время значительно изменило характер не самого приема, а используемого материала. В наши дни в игру включаются политические и экономические тексты, тогда как в 70–90 гг. чаще играли со стихотворными цитатами, названиями кинофильмов, пословицами и поговорками. Свидетельствует ли это о том, что происходит политизация общества?» [1, с. 228].

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что в настоящее время с помощью СМИ происходит активное приобщение широких слоев населения к политической жизни и экономическим проблемам общества. Исследованный нами материал свидетельствует о широком употреблении приемов языковой игры в текстах современного газетного дискурса. Приемы языковой игры, используемые в языке публицистики, разнообразны: от семантических тропов и авторских окказионализмов до графических выделений и прецедентных феноменов. Подводя итог, отметим важность изучения феномена языковой игры в текстах современных СМИ как катализатора изменений в языке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Земская, Е. А. Взаимодействие нормы и узуса в русском языке рубежа XX–XXI вв. (на материале словообразования) / Е. А. Земская // Русский язык сегодня. – М., 2006. – № 4. – С. 223–231.
2. Ильясова, С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – 5-е изд. – М. : Флинта, 2015. – 296 с.
3. Лапотько, А. Г. Лингвистика текста : учеб. пособие / А. Г. Лапотько – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2004 – 55 с.
4. Нухов, С. Ж. Языковая игра в словообразовании : на материале лексики английского языка : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.04 / С. Ж. Нухов. – М., 1997. – 372 с.
5. Розенталь, Д. Э. Словарь-справочник лингвистических терминов : пособие для учителей / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Просвещение, 1985. – 357 с.
6. Санников, В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Языки слав. культуры, 2002. – 552 с.
7. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / Л. М. Алексеева [и др.] ; под ред. М. Н. Кожинной. – М. : Наука : Флинта, 2011. – 696 с.

Е. А. Мастерова (Минск, МГЛУ)

ЛЕКСИЧЕСКИЕ И СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

В статье исследуются примеры лексических и синтаксических особенностей таргетированных рекламных сообщений на базе социальных сетей ВКонтакте и Instagram, среди которых выделяется использование 1) небольших простых предложений и приема парцелляции; 2) риторических вопросов и вопросно-ответных конструкций в начале текста; 3) приема сторителлинга в середине текста, а также восклицательных предложений в повелительном наклонении в середине и конце текста; 4) сленга, эпитетов в виде просторечий.

К л ю ч е в ы е с л о в а: реклама; таргетинг; социальные сети; целевая аудитория; Интернет; синтаксис; лексический.

The author of the paper studies examples of lexical and syntactic features of targeted advertising messages based on social networks ВКонтакте and Instagram, among which stand out: 1) the use of short simple sentences and the parceling technique 2) the use of rhetorical questions and question-and-answer structures at the beginning of the text 3) the use of the storytelling technique in the middle of the text, as well as exclamation sentences in the imperative mood in the middle and at the end of the text 4) the use of slang, epithets in the form of vernacular.

К e y w o r d s: advertising; targeting; social networks; target audience; internet; syntax; lexical.

В современном мире все большую роль в ведении бизнеса на себя берет Интернет, в том числе и роль площадки для рекламы. Наличие больших объемов информации и легкий доступ к ней, а также способность к взаимодействию с потребителями – одни из главных факторов, определяющих различия в традиционном и современном продвижении товаров и услуг.

Актуальность данной работы обусловлена проблемой эффективного привлечения потребителей – с наименьшими затратами и наибольшей прибылью. Напрямую для решения этой проблемы используется таргетированная реклама, концентрирующаяся не на максимальном охвате случайных людей, а на привлечении наиболее вероятных потенциальных потребителей. Для нацеливания на определенную аудиторию необходимо иметь доступ к данным пользователей, и именно социальные сети подходят для этой цели лучше всего, так как их многочисленные пользователи по собственной воле предоставляют о себе большое количество открытой информации. При этом, для того чтобы увеличить шансы на привлечение пользователей, во время составления рекламного контента необходимо руководствоваться определенными синтаксическими и лексическими особенностями.

Цель данной работы состоит в выделении и анализе этих особенностей на реальных примерах, а также в раскрытии понятий *таргетинг* и *таргетированная реклама*.

Предмет исследования – анализ лексической и синтаксической специфики таргетированной рекламы в социальных сетях.

Объект исследования – таргетированная реклама.

С развитием Интернета и увеличением активности пользователей в Сети, новые медиа, такие как поисковые системы веб-браузеров, блоги, социальные сети, веб-сайты и текстовые сообщения, также стали широко использоваться для создания и передачи рекламных сообщений и выступают в качестве основного инструмента развития интернет-рекламы.

Вне зависимости от типа используемого маркетингового инструмента, выделяют следующие цели рекламного сообщения: повышение узнаваемости бренда и/или продукта, создание благоприятного образа компании, повышение ценности продукта в глазах потребителя, влияние на потребителя с целью совершения им покупки или оформления заказа, напоминание о необходимости покупки, закрепление позитивного опыта взаимодействия с брендом.

Согласно международной оценке на февраль 2020 года, охват Интернетом в Республике Беларусь составил 79 %, а количество интернет-пользователей приблизилось к отметке в 7,48 млн человек, из которых 3,90 млн являются пользователями социальных сетей [5]. Также, по данным исследования, проведенного организацией IAB (Interactive Advertising Bureau – ‘Ассоциация интерактивной рекламы’) [1], более половины пользователей ищут в Интернете дополнительную информацию после того, как увидели или услышали рекламу в других СМИ. Таким образом, можно сделать вывод, что без поддержки в Интернете реклама, распространяемая при помощи традиционных СМИ, в настоящее время не обладает достаточной эффективностью для достижения целей, описанных ранее.

Работая с рекламой, созданной и размещенной в Интернете, проще измерить эффективность объявления, что важно для продвижения бренда или товара. А именно, имея информация о том, сколько просмотров и кликов собрало рекламное объявление, можно оценить рентабельность вложений в рекламу, скорректировать показы или изменить формат объявлений, с целью улучшения полученного результата.

В качестве объектов, на которые нацелено рекламное сообщение, выступают потенциальные потребители, клиенты и целевые аудитории, которые могут проявить интерес к предмету рекламы.

Целевая аудитория (далее ЦА) – это совокупность потенциальных или существующих потребителей, принимающих покупательские решения, или групп, оказывающих на них влияние и объединенных схожими признаками или ради какой-либо цели или задачи. Под схожими признаками могут пониматься любые характеристики, требуемые рекламодателями. Основное качество целевой аудитории с точки зрения рекламы – то, что именно данная группа людей с наибольшей вероятностью приобретет определенный продукт. Таким образом, целевая аудитория – это главная и наиболее значительная для рекламодателя категория получателей рекламного сообщения.

В связи с этим высоко ценится маркетологами такая особенность интернет-рекламы, как возможность продвижения продуктов, услуг или бренда только для целевой аудитории. Данная возможность реализуется при помощи таргетинга (от англ. *target* ‘цель’) – рекламного механизма, позволяющего выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям, а именно целевую аудиторию, и показать рекламу именно ей [2].

При использовании технологии таргетинга нужная ЦА выделяется по следующим параметрам: интересы; тематика площадок, на которых будет демонстрироваться объявление; географическое расположение пользователей; пол, возраст и иные демографические признаки; принадлежность к определенным социальным группам; время показов; совершенные действия (*поисковые запросы, просмотры товаров на сайте*). Данная возможность позволяет не только добиться максимальной результативности показов, но и влиять на определенные группы потребителей, задействуя при этом разные типы рекламного контента в зависимости от различных сегментов ЦА.

Таким образом, таргетированная реклама (целевая, или выборочная реклама; от англ. *targeted advertising*) – это формат интернет-рекламы, созданный при помощи таргетинга, в котором используются методы и настройки поиска целевой аудитории в соответствии с заданными параметрами (характеристиками и интересами) людей, которые могут интересоваться рекламируемым товаром или услугой.

Наиболее часто таргетированная реклама размещается в поисковых системах, социальных сетях и на веб-сайтах. В каждом из этих веб-сервисов есть возможность задать необходимые характеристики, с учетом которых будет происходить отбор целевой аудитории, принимая во внимание ее интересы.

Цель таргетированной рекламы идентична целям других форматов рекламы и, следовательно, заключается в том, чтобы донести до потенциальных клиентов информацию о товарах или услугах [3]. Основное отличие заключается в том, что вместо попытки охватить как можно большую аудиторию происходит как раз противоположное, а именно – таргетирование, то есть попытка из общей массы выделить именно тех людей, которым определенное

рекламное предложение будет наиболее интересно, и за счет этого повысить его эффективность. В связи с чем при создании таргетированного рекламного объявления также часто задействуется ряд лексических и синтаксических особенностей, нацеленный на привлечение той или иной аудитории.

В ходе структурного анализа были обнаружены следующие особенности. При создании вербального компонента таргетированного рекламного сообщения используются небольшие простые предложения, способствующие повышению его воспринимаемости и усилению экспрессивности. Если в рекламном тексте используются фразы более сложного синтаксического строения, то они обычно чередуются с простыми предложениями, состоящими из 3–4 слов [4].

Следует отметить, что текст из пяти слов запоминается весь; из 10 слов – примерно четыре-пять; из 25 слов – четыре-восемь. Однако иногда при создании таргетированного рекламного объявления используется большой текст, в подобных случаях для улучшения его воспринимаемости применяются определенные синтаксические конструкции.

Одну из таких конструкций представляет собой прием парцелляции, заключающийся в намеренном членении связанного текста на несколько пунктуационно и интонационно самостоятельных отрезков: *Политический SMM. КЛЮЧЕВАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ В СФЕРЕ ПОЛИТИКИ. СВАЙП ВВЕРХ.*

Для привлечения внимания в начале рекламного объявления чаще всего используются риторические вопросы в виде личного обращения к представителю выбранной ЦА: *Хочешь научиться веб-дизайну?, Учили немецкий, но знаниям не хватает структуры и порядка?, Скоро распределение?, Любиш природу Беларусі?*

В качестве ответа на риторический вопрос могут быть представлены восклицательные предложения в повелительном наклонении (*Свайпай вверх! Подписывайся!, Дапамажы захаваць гэты загадкавы і багаты свет!*) или использования приема сторителлинга (рассказа личной истории) в виде обращения к личному опыту от первого лица без рассказа подробностей, для чего также характерно выступление автора в качестве главного героя (*По опыту скажу...*).

Вместе с тем в качестве наиболее часто используемых конструкций при создании вербального компонента таргетированного рекламного сообщения, следует выделить вопросно-ответные конструкции. Такие конструкции заимствованы из разговорного синтаксиса и используются для привлечения внимания к содержанию рекламного сообщения, а также способствуют воссозданию непринужденности коммуникации, как если бы велась беседа между друзьями. Используя данный прием, рекламодаделец старается предугадать вопросы потенциального клиента, а затем выносит их в заголовок и дает ответ: *Не знаеш с кем оставить питомца на выходные? Заходи в профиль!*

Также в середине или конце текста часто используются восклицательные предложения. Подобные предложения выступают в качестве сигналов, указывающих на значимость рекламной информации и придающих высказы-

ванию экспрессивность. Они создают нужный эмоциональный настрой и стимулируют совершение необходимого действия адресатом: *Только с 5 по 8 ноября в магазинах «АЛМИ» действует акция «Рыбные дни»!*, *Интересные модели скидка 20 % на ВСЕ!*, *Запишись на консультацию, чтоб потом не кусать локти!*. При этом для дополнительной стимуляции потребителя в совершении действия используются словосочетания, указывающие на уникальность и ограниченность предложения: *Только с 5 по 8 ноября; Только для жителей Беларуси; Количество товаров и курьеров ограничено.*

Важно отметить, что не все синтаксические конструкции, используемые в других видах интернет-рекламы и рекламы в традиционных СМИ, применяются в таргетированной рекламе. Например, значительно реже, особенно в русскоязычном пространстве, используются номинативные предложения, призванные подчеркнуть уникальность и качество товара: *Prism Pop Collection. Where nature meets neon.*

Лексика в таргетированной рекламе также часто используется с учетом определенной ЦА. Например, в таргетированных рекламных предложениях, ориентированных на молодежь, часто используется сленг: *свайпай, лайфхаки, стикерпаки*. Также для создания образа товара или бренда используются эпитеты в виде просторечий: *классные, четкий*, они вызывают определенные ассоциации и представления. При этом относительные и качественные прилагательные чаще употребляются в положительной степени, чем в сравнительной.

Таким образом, в данной работе были рассмотрены примеры таргетированной рекламы. На основе результатов анализа объявлений был произведен синтез, в результате чего были выявлены и описаны их лексические и синтаксические особенности: использование небольших простых предложений, приема парцелляции, риторический вопросов и вопросно-ответных конструкций в начале текста, приема сторителлинга в середине текста, восклицательных предложений в повелительном наклонении в середине и конце текста, сленга и эпитетов в виде просторечий. Были раскрыты понятия таргетинга и таргетированной рекламы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Контекстная реклама [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Контекстная_реклама. – Дата доступа : 01.03.2021.
2. Таргетинг [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Таргетинг>. – Дата доступа : 01.03.2021.
3. Что такое таргетинг? [Электронный ресурс] // Gravitec. – Режим доступа : <https://www.demis.ru/articles/kak-rabotaet-targetirovannaya-reklama/>. – Дата доступа : 01.03.2021.
4. Языковые средства воздействия в рекламном тексте [Электронный ресурс] // Швейный дворик. – Режим доступа : <https://shveyndvrk.ru/reklama/kakie-yazykovye-sredstva-ispolzuyutsya-v-reklame-primery/>. – Дата доступа : 01.03.2021.
5. Digital report for Belarus 2020 [Electronic resource] // DATAREPORTAL. – Mode of access : <https://datareportal.com/reports/digital-2020-belarus>. – Дата доступа : 01.03.2021.

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-СЛЕНГА

В статье рассматриваются источники, основные платформы распространения самых популярных лексических единиц интернет-пространства 2020 года по данным исследования китайского молодежного веб-портала 青年文摘. Исследуется лексическое и смысловое значение сленговых единиц и выражений, особенности их употребления в зависимости от контекста. Определяются факторы социальной среды, влияющие на появление новых сленговых единиц.

К л ю ч е в ы е с л о в а: Интернет; социальная среда; сленговая единица; социальный фактор; интернет-сервис; лексическое значение.

The article examines the sources, the main platforms for the distribution of the most popular lexical units of the Internet space in 2020, according to a research by the Chinese youth web portal 青年文摘. The lexical and semantic meaning of slang units and phrases, the specificity of their use depending on the context are investigated. The factors of the social environment, influencing the emergence of new slang units are determined.

K e y w o r d s: Internet; social environment; slang unit; social factor; internet service; lexical meaning.

«Социальный фактор – условия, в которых существует и развивается конкретный язык» [1, с. 6]. Интернет как особая коммуникативная среда создает благоприятные условия для образования новых способов общения, стереотипов речевого поведения, новых форм существования языка, обогащения терминологической лексики. Посредством исследования путей развития интернет-сленга от его появления, пика распространения до окончательного исчезновения, можно определить основные направления социальных тенденций, а также выявить роль влияния факторов социальной среды.

Всем социальным факторам присуща разная лингвистическая значимость. Глобальные социальные факторы оказывают влияние на все уровни структуры языка. Примером глобального социального фактора может служить изменение состава носителей языка, в результате чего происходит процесс влияния языков друг на друга, который проявляется в виде лексического заимствования. Некоторые заимствования со временем укореняются в языке и воспринимаются как «родные» – из-за частоты употребления, фонетической, морфологической, лексической или грамматической деформации. В китайском языке изменения неизбежно происходят уже на начальном этапе заимствования. Частные же факторы определяют собой развитие только нескольких уровней. Примером частного социального фактора являются сдвиги, происходившие в грамматических значениях служебных слов древнекитайского языка в процессе их исторического функционирования под влиянием естественного взаимодействия живого языка с вэньянем (классический письменный язык, использовавшийся в Китае до начала XX века) [2]. К числу других немаловажных социальных факторов можно отнести: миграцию; образование нового государственного строя, который иначе повлияет на разные сферы языка; развитие науки; значительные технические прорывы

(массовая компьютеризация многих видов деятельности в тех или иных формах отражается и в языке, а также в речевом поведении носителей языка и т.п.) [3].

В ноябре 2020 года на китайском молодежном портале 青年文摘 был опубликован список самых популярных слов интернет-пространства в 2020 г. «2020十大网络热词», который неоднократно цитировался китайским правительственным медиа CCTV (中央电视台). Исследование проводилось с помощью интернет-голосования [4]. Представим данный материал в следующей таблице.

Популярные лексические единицы 2020 г.

Слово	Дословный перевод	Значение	Источник распространения	Способ сленгообразования
后浪	наступающая/ задняя волна	новое поколение, молодежь	правительственный рекламный видеоролик «后浪», опубликованный на внутреннем видеосайте «哔哩哔哩» ко Дню молодежи четвертого мая в Китае. По состоянию на август 2020 г. ролик набрал 25 млн просмотров	Метафорическое переосмысление ранее существовавшей лексической единицы
集美	собирающий красоту	1) название района городского подчинения города Сямэнь провинции Фуцзянь; 2) кровные сестры; 3) женщина, сочетающая в себе красоту и талант	1) видеохостинг «抖音» (сервис для создания и просмотра коротких видео, принадлежащий пекинской компании, в ноябре 2018 г. приложение достигло более 1 млрд пользователей); 2) онлайн-трансляция популярной китайской интернет-пользовательницы из провинции Фуцзянь	1) ассимиляция значений слов-омофонов; 2) искажение существующих орфоэпических и орфографических норм
尾款人	человек, имеющий долг по окончательному платежу	человек, имеющий долг по окончательному платежу	система предварительной продажи и отсроченного платежа, осуществляемая платформами электронной торговли в День глобальной ежегодной распродажи «11.11»	Словосложение с метафорическим переосмыслением ранее существовавшего слова или лексической единицы 尾款 ‘окончательный платеж’ существительное + 人 ‘человек’ свободная морфема

打工人	打工 ‘работать без зачисления в штат’, человек, занимающийся временной работой	1) работник; 2) человек, устроившийся на временную работу; 3) работяга, трудоголик	короткий видеоролик ведущего отечественного видеосайта «哔哩哔哩» – китайская онлайн-видеоплатформа	Словосложение с метафорическим переосмыслением ранее существовавшего слова или лексической единицы
工具人	工具 ‘инструмент’, человек-инструмент	1) человек, которым пользуются в личных целях; 2) человек, испытывающий чувства безответной любви		Словосложение с метафорическим переосмыслением ранее существовавшего слова или лексической единицы 工具 ‘инструмент’ + 人 ‘человек’ свободная морфема
逆行者	逆行 1) ‘двигаться в обратном направлении; пятиться, идти задним ходом; регрессивный’; 2) ‘противодействовать, идти наперекор; мятежный; строптивый’, человек, действующий наперекор	1) герой; 2) врач, работающий в инфекционном отделении во время эпидемии коронавирусной инфекции	1) взрыв в 天津 на складе опасных грузов компании 瑞海 вечером 12 августа 2015 г. Чтобы воздать должное пожарным офицерам и солдатам, работающим на месте взрыва, интернет-пользователи создали мультфильм «世界上最帅的逆行»; 2) «最美逆行者» китайский телесериал, выпущенный в 2020 г.	Суффиксация с метафорическим переосмыслением ранее существовавшего слова или лексической единицы. 逆行 ‘обратный ход, противодействие’ + 者 формальная морфема, служащая для образования лексических единиц, которые по своим семантико-морфологическим характеристикам относятся к категории существительного. Создает многочисленный ряд существительных, обозначающих главным образом лиц, занятых той или иной деятельностью, а также лиц, придерживающихся определенных общественно-политических взглядов
双节棍	双节 1) ‘двухсекционный’, ‘бинодальный’;	1) нунчаки; 2) человек, не имеющий партнера, холостяк, одиночка	день глобальной ежегодной распродажи «11.11», День холостяка «光棍节» (11 ноября).	Словосложение с метафорическим переосмыслением ранее существовавшего слова или лексической единицы.

	2) ‘почетный караул во время странствий династии Тан’; <i>棍</i> 1) ‘дубина, палка’; 2) ‘связывать в одно целое’, связанные парные палки		20 октября 2020 г. 天猫 (китайский веб-сайт для онлайн-торговли между предприятиями и потребителями) объявил, что крупнейший в мире сезон распродажи «天猫双十一» пройдет под логотипом «双节棍»	<i>节棍 (jiégùn)</i> , <i>结棍 (jiégùn)</i> являются омофонами. <i>结棍</i> на диалектах У и Гань имеет значения: ‘крутой’, ‘сильный’, ‘потрясающий’. Произошла ассимиляция значений слов-омофонов, в результате чего термин <i>双节棍</i> приобрел дополнительные оттенки лексического значения
网抑云	<i>网</i> ‘сеть, сетка’, <i>抑</i> ‘подавлять, смирять’, <i>云</i> ‘облако, туча’, усмиренная сетью туча	грусть, тоска	网易云 – китайский сервис потоковой передачи музыки. Посредством комментирования музыкальных композиций, пользователи выражают накопившиеся негативные эмоции	Искажение существующих орфоэпических и орфографических норм: <i>网易云</i> и <i>网抑云</i> – омофоны. <i>抑</i> , <i>易</i> имеют одинаковое произношение – yì; <i>抑</i> ‘подавлять’, ‘смирять’, ‘депрессивный’, ‘унылый’
云监工	<i>云</i> ‘облачные вычисления’ (предоставление вычислительных служб через Интернет («облако»)) + <i>监工</i> 1) ‘контролировать работу’; 2) ‘надсмотрщик’, ‘прораб’, ‘облачный’ надсмотрщик/прораб	онлайн-надсмотрщик, онлайн-надзиратель, дистанционный прораб	онлайн-трансляции на строительных площадках больниц 火神山医院 и 雷神山医院, построенных в Ухане для профилактики и лечения инфекционных заболеваний в период первой волны коронавирусной инфекции. Количество наблюдателей достигло 10 млн.	Словосложение: <i>云</i> ‘облачные вычисления’ (предоставление вычислительных служб через Интернет («облако»)) + <i>监工</i> 1) ‘контролировать работу’ 2) ‘надсмотрщик, прораб’
专业团队	<i>专业</i> 1) ‘специальность’, ‘специализированный’; 2) ‘профессия’, ‘профессиональный’; <i>团队</i> 1) ‘команда, коллектив’; 2) ‘полк’, специализированная команда	профессиональная команда	黑人抬棺 – видеозапись традиционного погребального обряда, характерного для стран Западной Африки	Словосложение с метафорическим переносом смысла ранее существовавшего слова или лексической единицы

Лексическая единица 后浪 (hòulàng) ‘новое поколение’ возникла из метафорического высказывания 长江后浪赶前浪, 世上新人换旧人 ‘новые люди приходят на смену прежним, подобно тому, как одна волна Янцзы сменяет другую’ («青瑣高議» Записки из зеленого дома с зарешеченными окнами, 劉斧, XI в.) [5]. Данная единица представляет собой сатирическое название о представителях «нового поколения», занимающихся дешевым трудом и не имеющих стабильного заработка. Например, 摆摊吧, 后浪 ‘Разложи товар, молодежь’. Фактором социальной среды, обуславливающим появление данной единицы, является проблема материального неравенства в современном китайском обществе. Полемика, вызванная видео «后浪», вращается вокруг продемонстрированной портретной группы «качественных китайских молодых людей», представляющих лишь небольшую часть самых материально обеспеченных семей Китая.

В видеоролике слово 姐妹 (jiěmèi) ‘кровные сестры’, произносимое на диалекте минь-дун (диалект пров. Фуцзянь), является омофоном к слову 集美 (jíměi) [6]. Интернет-пользователи используют 集美 в качестве синонима 姐妹们 ‘кровные сестры’. Термин 集美 также является словом с уменьшительно-ласкательным значением для называния милой и красивой девушки. Например, 我放弃男人了. 一样的, 集美 ‘Я отказываюсь от мужчин/мне не нужны мужчины. Согласна, подруга/сестра’. К факторам, повлиявшим на возникновение новой сленговой единицы 集美, нужно отнести использование многопользовательских интернет-сервисов в качестве новых инструментов социализации, вовлечение всей социально-демографической группы молодых людей в общественную жизнь через виртуализацию повседневности, а также появление узконаправленных интернет-сообществ.

Значение лексической единицы 尾款人 (wěikuǎnrén): пользователь электронной торговой платформы, который применяет систему предварительной продажи. При таком способе покупки человек получает скидку/бонус, однако у него формируется долг по окончательному платежу, который должен быть погашен в течении последнего дня распродажи. 白天是努力赚钱的打工人, 晚上是熬夜花钱的尾款人 ‘Днем старательный работник, вечером бодрствующий человек, имеющий долг по окончательному платежу’; 付定金的时候感觉什么都买得起, 加油, 尾款人 ‘Думаешь, заплатив задаток, все купил? Удачи, человек, имеющий долг по окончательному платежу’ [7]. К основным факторам относятся внедрение технологий для осуществления розничной торговли через Интернет, многопользовательность торговых онлайн-сервисов. Система предварительной продажи очень распространена в Китае, что привело к возникновению широкомасштабной референтной группы людей, принимающих участие в Дне глобальной распродажи.

打工人 (dǎgōngrén) относится к нейтральной лексике, является термином для всех временно трудоустроенных людей, имеет обобщенное значение. Также обозначает человека, имеющего чувство гордости и долга за выполняемую работу. Часто такие люди получают очень низкую зарплату, сталки-

ваются с унижением на работе со стороны начальства и отсутствием поддержки среди коллег [8]. 没有困难的工作, 只有勇敢的打工人 ‘Нет тяжелой работы, есть храбрые работники’; 早安, 打工人 ‘Доброе утро, работяги’. Возникновение большого числа временно трудоустроенных людей в качестве отдельного социального класса является основной причиной появления слова 打工 ‘работать, подрабатывать’. Термин впервые появился в Гонконге в 1980-х в период перехода от закрытого общества к открытому в начале инвестиционного развития промышленного производства в Китае как синоним к словам 受雇于人 (*shòugùyú rén*), 受雇人 (*shòugù rén*) ‘лицо наемного труда’. С развитием информационных технологий, в особенности Интернета, термин приобрел дополнительные оттенки лексического значения.

工具人 (*gōngjù rén*) обозначает человека, к которому обращаются только тогда, когда нужна помощь. Например, 她是有好感还是有事才找你? 我教你看穿自己是不是工具人 ‘Она испытывает к тебе симпатию или у нее к тебе дело? Я научу тебя понимать: ты во «френдзоне» или нет’. Фактором социальной среды, обуславливающим возникновение термина, является появление глобальной социально-коммуникационной сети Интернет, также легкодоступность и многопользовательность сетевых сервисов, имеющих непосредственное влияние на возникновение новых сленговых единиц.

По данным китайского коллективного интеллектуального веб-ресурса «百度知道», термин 逆行者 (*nì xíng zhě*) имеет несколько определений: 1) никому не известный человек, рискующий своей жизнью ради других; 2) человек, завоевавший всеобщее уважение; 3) врач, работающий в период карантина, вследствие сложившейся эпидемической ситуации [9]. 今日启程出发武汉支援, 向逆行者致敬, 你们一定要平平安安归来, 疫情早日解除 ‘Сегодня мы отправились в Ухань, чтобы поддержать героев и отдать им дань уважения. Вы должны благополучно вернуться, и эпидемия будет устранена как можно скорее’. Глобальная проблема коронавирусной инфекции, возникшая в 2020 году, требует консолидации всего мирового сообщества для ее разрешения. Сложившаяся ситуация определила дальнейшее функционирование не только социальной сферы общественной жизни, но и основные политические и экономические тенденции. Актуальные вопросы становятся предметом обсуждения в рамках всех общественных групп, что является благоприятной средой для возникновения новых языковых явлений.

Основным лексическим значением слова 双节棍 (*shuāngjiégùn*) является восточное холодное оружие ударного, ударно-раздробляющего и удушающего действия, представляющее собой два одинаковых стержня, соединенных гибким сочленением. Процесс внедрения технологий для осуществления розничной торговли через Интернет привел к возникновению очевидных преимуществ электронных торговых площадок над стационарными, что вызвало переход колоссального числа поставщиков и потребителей в веб-пространство. Из-за проведения Дня глобальной ежегодной распродажи 双节棍 и Дня холостяка 光棍节 в один день, 11 ноября, интернет-пользователи начали

употреблять сленговую единицу 双节棍 в значении холостяк, крутой парень без партнера, одинокий человек [10]. Пример употребления: 今年过俩次天猫双十一和光棍节, 如果你还是单身, 那你就是双节棍没得跑了 ‘Если в этом году на двойную глобальную распродажу и день холостяка ты все еще одинок, значит в этот день тебе не избежать одиночества’.

Основное значение сленговой единицы 网抑云 (wǎngyìyún): чувство безысходности, грусти, отчаяния, одиночества, которое возникает в процессе прослушивания грустной музыкальной композиции [11]. Например, 听歌就用网抑云, 抑听就是抑晚上 ‘Услышав песню, сразу становится тоскливо, грустная песня – значит вечер пройдет тоскливо’. Использование новых информационных технологий в повседневной жизни как способ социализации, развлечения и коммуникации является ядром для качественных изменений в структуре современного общества, что приводит к различным трансформациям в разговорных формах языка.

云监工 (yúnjiāngōng) обозначает пользователя сети/сообщество людей, следивших за строительством больниц 火神山医院 (Хуошэньшань) и 雷神山医院 (Лэйшеншань); прораб/надсмотрщик, выполняющий работу удаленно (онлайн) [12]. 云监工是否能代替现场监理的存在? ‘Может ли удаленный контроль заменить наличие контроля на месте?’. Основными социальными факторами, влияющими на возникновение слова 云监工, являются внедрение достижений научно-технического прогресса в новейшие формы организации труда и производства, массовая компьютеризация многих видов деятельности.

Сленговая единица 专业团队 (zhuānyètuánduì) обозначает группу лиц, занимающихся специализированной профессиональной деятельностью. В результате распространения видеоролика «黑人抬棺» с записью традиционного погребального обряда, характерного для стран Западной Африки, в интернет-пространстве, 专业团队 получило дополнительное лексическое значение: термин для называния группы чернокожих людей, несущих гроб в сопровождении музыки и танцев [13]. 黑哥一笑, 生死难料。棺材一抬, 世间白来。专业团队 ‘Африканец/афроамериканец улыбнулся, трудно предугадать: жизнь или смерть. Только гроб подняли, мирская жизнь прошла напрасно’. Глобализация, использование Интернета в качестве универсальной среды для общения и развлечения является идеальной средой для распространения так называемых вирусных медиаобъектов, превращения их в значимую единицу передачи культурной информации, что непосредственно влияет на возникновение новых лексических единиц в различных формах существования языка (в первую очередь в молодежном жаргоне и интернет-сленге).

Таким образом, развитие интернет-лексики, формирование новых сленговых единиц, появление смысловых интерпретаций уже существующих слов и возникновение других языковых явлений необходимо рассматривать как отражение основных этапов развития общества, обусловленных

социально-экономическими формациями, массовой коммуникацией, научно-технологическим прогрессом, нравственно-этическим осмыслением явлений общественной жизни.

ЛИТЕРАТУРА

1. Боева-Омелечко, Н. Б. Краткий толковый словарь социолингвистических терминов / Н. Б. Боева-Омелечко – М. : Готика, 2004. – 60 с.
2. Вэньян и байхуа: взаимодействие двух форм изолирующего языка [Электронный ресурс] / И. Т. Зограф – 2008. – Режим доступа : http://www.orientalstudies.ru/rus/images/pdf/PPV_2008. – Дата доступа : 11.03.2021.
3. Социальные факторы в языке [Электронный ресурс] / Е. В. Калмыков – Режим доступа : <https://nsportal.ru/vuz/filologicheskie-nauki/library/2017/08/14/sotsialnye-factory-v-yazyke>. – Дата доступа : 08.02.2021.
4. 2020十大网络热词 [Электронный ресурс] // baike.baidu.com. – Режим доступа : <https://inlnk.ru/rPnj9>. – Дата доступа : 07.02.2021.
5. 长江后浪推前浪 [Электронный ресурс] // baike.baidu.com. – Режим доступа : <https://cutt.ly/Yxd5RvK>. – Дата доступа : 02.03.2021.
6. 集美是什么意思? 网络用语则等同于姐妹 (因主播这样说而流行) [Электронный ресурс] // www.hotbak.net. – Режим доступа : <https://inlnk.ru/b07Vz>. – Дата доступа : 07.02.2021.
7. “尾款人” 别做冲动型消费者 [Электронный ресурс] // www.xinhuanet.com. – Режим доступа : http://www.xinhuanet.com/comments/2020-11/03/c_112668. – Дата доступа : 14.02.2021.
8. 最近的“打工人”是什么梗? [Электронный ресурс] // zhuanlan.zhihu.com. – Режим доступа : <https://inlnk.ru/WXP5M>. – Дата доступа : 10.02.2021.
9. 逆行者什么意思?? [Электронный ресурс] // zhidao.baidu.com. – Режим доступа : [https://zhidao.baidu.com/index/?word=逆行者 什么意思?? &f](https://zhidao.baidu.com/index/?word=逆行者%20什么意思??&f). – Дата доступа : 01.03.2021.
10. 双节棍 [Электронный ресурс] // baike.baidu.com. – Режим доступа : <https://inlnk.ru/q8YkG>. – Дата доступа : 28.02.2021.
11. 网抑云是什么意思 [Электронный ресурс] // jingyan.baidu.com. – Режим доступа : <https://jingyan.baidu.com/article/49711c613fb743bb441>. – Дата доступа : 01.03.2021.
12. 热评 | “云监工”, 看到的不止是“中国速度” [Электронный ресурс] // www.sohu.com. – Режим доступа : https://www.sohu.com/a/444780238_362042. – Дата доступа : 02.03.2021.
13. 专业是什么梗 В站专业团队是什么意思? [Электронный ресурс] // www.chinaz.com. – Режим доступа : <https://www.chinaz.com/2020/0429/1131181>. – Дата доступа : 02.03.2021.

А. В. Чигоревская (Минск, МГЛУ)

ФОРМУЛЫ КИТАЙСКОГО РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА КАК ОТРАЖЕНИЕ СПЕЦИФИКИ НАЦИОНАЛЬНОГО МЫШЛЕНИЯ (на примере устойчивых фраз приветствия, прощания, извинения)

В статье рассматриваются особенности употребления нейтральных и специфических формул китайского речевого этикета. Дается определение понятиям *Концепция лица*,

вежливость. Приводятся примеры устойчивых фраз и их перевод. В работе выявляется специфика национального мышления китайцев на основе речевых формул приветствия, прощания и извинения.

К л ю ч е в ы е с л о в а: формулы речевого этикета; устойчивые фразы; приветствие; прощание; извинение; культура; менталитет.

The peculiarities of neutral and specific formulas usage of Chinese speech etiquette are overviewed in this research article. Such concepts as “politeness” and “concept of person” are defined. Some examples of set expressions and their translations are given. The specificity of the national thinking of the Chinese based on speech formulas of greetings, farewells and apologies are revealed in this paper.

Key words: speech etiquette formulas; set expressions; greetings; farewells; apologies; culture; mentality.

Не существует языковых культур, в которых не были бы представлены формулы речевого этикета. Исследуя специфику культуры и закономерности употребления таких языковых формул можно выявить особенности мышления данного народа. Устойчивые фразы речевого этикета являются неотъемлемой частью национальной самобытности и идентификация народов. Чтобы выявить особенности национального мышления китайцев, необходимо рассмотреть особенности культуры, а также провести анализ частотности употребления формул китайского речевого этикета.

В первую очередь, особенности менталитета китайцев сформированы на этических принципах, разработанных великим китайским философом 孔子 ‘Конфуцием’. Конфуций считал, что этикет по-разному выражается в речи людей разного статуса. 天子之妃曰后, 诸侯 曰夫人, 大夫曰孺, 士曰妇人, 庶人曰妻 ‘Император называет свою жену *императрица*, князь – *супруга*, Дафу (чин среднего класса в древнем Китае) – ‘жу’ (孺 – одно из названий жены в древнем Китае), простые люди – 妻 ‘жена’ ’ [1, с. 301].

Во-вторых, одной из самых важных особенностей китайского менталитета является 面子 ‘Концепция лица’. Эта концепция является основной при выборе формул речевого общения, так как она тесно связана с предписываемой конфуцианством необходимостью правильного исполнения каждым членом общества своей роли с соблюдением всех принятых правил и условий [2, с. 11]. Понятие лица имеет универсальное применение. Важны такие аспекты, как линия поведения, избираемая «лицом», имидж, статус. В соответствии с этими аспектами и устанавливаются формулы речевого этикета. Также можно «потерять лицо», если вы не смогли добиться уважения, оскорбили другого человека или использовали формулу речевого этикета, не предусмотренную для данной ситуации.

В-третьих, значимое место в культуре Китая занимает понятие *вежливость*. В «Новом русско-китайском словаре» понятие *вежливый* трактуется следующим образом: 礼貌, 客气, 谦恭 ‘скромный’, ‘учтивый’, ‘соблюдающий правила приличия’ [4, с. 7]. Следовательно, «быть вежливым» на китайском языке означает «соблюдать обряд и внешний вид, соответствующий ситуации» [5, с. 10]. Эта особенность менталитета китайцев главным образом влияет на выбор формул речевого этикета и частотности их употребления.

На наш взгляд, формулы речевого этикета *приветствия, прощания и извинения* являются ядром категории вежливости. На основе анализа формул речевого этикета китайцев нами были выведены наиболее нейтральные, а также специфические формулы устойчивых фраз приветствия, прощания и извинения (таблица).

Нейтральные и специфические речевые формулы

Устойчивые фразы	Нейтральные речевые формулы	Специфические речевые формулы	
		Категории	Пример
Приветствие	你好! ‘Привет’ 早上好! ‘Доброе утро!’	Неформальное приветствие с близкими друзьями одного возраста	嗨 ‘Хай!’; 我的天, 我看见 (碰上) 谁了! ‘Боже мой, кого я вижу!’; 生活怎么样 ‘Как жизнь?’; 家人怎么样 ‘Как семья?’; 有什么新闻 ‘Что нового?’
		Приветствие знакомых людей, но не находящихся в близких отношениях	早上好 ‘Доброе утро!’; 晚上好 ‘Добрый вечер!’; 去哪儿? ‘Ты куда идешь?’; 干啥去? ‘Что ты будешь делать?’; 你吃了吗? ‘Ты ел (кушал)?’
		Приветствие членов семьи	您好, 伯伯好 ‘Здравствуйте, старший брат отца’; 您好, 叔叔 ‘Здравствуйте, младший брат отца’; 您好, 大舅 ‘Здравствуйте, старший брат матери’; 您好, 小舅 ‘Здравствуйте, младший брат матери’; 阿姨好 ‘Здравствуйте, тетя’; 您好, 姨妈好 ‘Здравствуйте, сестра матери’
		Приветствие в деловой обстановке: приветствие в ходе переговоров Приветствие во время официальных приемов	您好 ‘Здравствуйте!’; 很高兴有机会与您会面 ‘Я очень рад возможности встретиться с вами’; 大家好 ‘Всем здравствуйте’. 热烈欢迎 ‘Горячо приветствуем...’; 我代表...欢迎大家 ‘Разрешите приветствовать вас от имени ...’
		Приветствие при телефонном разговоре	您好! 请讲话 ‘Здравствуйте, я вас слушаю’; 您好, 是.....先生吧? ‘Здравствуйте, это господин ...?’

Прощание	再见 'До свидания!'; 明天见! 'До завтра!'	Прощание с близкими друзьями/родственниками: прощание между друзьями одного возраста	拜拜 'Пока!'; 会儿见 'До скорой встречи'; – 周一见 'До понедельника'; 晚上见 'До вечера'; 回聊 'До связи'; 早日康复 'Будь здоров'; 祝你成功 'Счастливого'
		Прощание между родственниками разных возрастов	一路平安 'Счастливого пути!'; 祝 一切都好 'Всех благ'; 别忘了 'Не забывайте'
		Прощание гостей с хозяином дома (хозяина дома с гостями)	请留步 'Пожалуйста, не провожайте'; 谢谢关照 'Спасибо за заботу'; 欢迎下次再来 'Приходите еще'; 招待不周, 请多包涵 'Простите за мой скромный прием'
		Прощание в деловой обстановке: прощание после завершения переговоров	后会有期 (回头见), ...先生! 'До скорой встречи, господин...!'; 请允许我陪您去.../送您回家 'Разрешите мне сопровождать нас до ... (проводить вас домой)'
		Прощание-благодарность за приглашение, визит	谢谢你的厚意 'Спасибо за внимание'; 今晚谢谢你 'Спасибо за вечер'
Извинение	对不起 'Извините!'; 不好意思 'Прошу прощения!'	Извинение в ходе общения с близкими друзьями/родственниками	事情闹成这样并非我的本意 'Я не хотел, чтобы так получилось'; 我应该为昨晚的事向你道歉 'Я хочу выразить свое извинение за то, что сделал вчера вечером'
		Извинение в ходе общения с людьми старше по возрасту или выше по статусу	请原谅, 我不是故意惹您生气 'Извините, я не специально вас обидел'; 我真的是很抱歉 'Очень извиняюсь'; 不好意思打扰你 'Простите за беспокойство'
		Извинение при доставлении хлопот	麻烦你 'Не могли бы вы...'; 劳驾 'Извините'
		Извинение в деловой обстановке: извинение в ходе переговоров	真对不起, 我收回自己的话 'Прошу прощения, я беру свои слова обратно'; 请您别怪我说的话 'Прошу вас, не обижайтесь на мои слова'
		Извинение в ходе дискуссий	不好意思 打断你了 'Извините, что перебил'; 请问 'Позвольте спросить (извините)'

Приветствие – одна из наиболее важных формул речевого этикета. Китайцы приветствуют друг друга словом 你好 ‘Привет’, чтобы пожелать адресату всего хорошего [3, с. 59]. К людям в возрасте из уважения 你好 ‘Привет’ в современном Китае используют редко. Разговорные формулы приветствия используются гораздо чаще, чем формулы делового приветствия. Нами было выделено несколько категорий наиболее часто встречаемых разговорных формул: при приветствии с близкими друзьями одного возраста, с друзьями разных возрастов, со знакомыми людьми, не находящимися в близких отношениях, с родственниками. Было установлено, что степень родства, близость дружеских отношений и возраст собеседников непосредственно влияют на выбор устойчивых фраз. Приветствия в деловой обстановке более сдержанное, чем при неформальном общении.

Было выявлено, что при приветствии китайцы часто употребляют универсальные формы обращения *господин* и *госпожа* перед вашей фамилией. Обращение на «Вы» используется только по отношению к старшим и вышестоящим по должности. Таким образом выражается характерная особенность менталитета китайцев, которая обязывает их «быть вежливыми».

Обращаться по имени принято только с родственниками и близкими друзьями примерно одного возраста.

Прощание – это финальная ситуация общения, во время которой участники коммуникативного акта расстаются, прощаются [6, с. 3].

Можно выделить универсальные формулы прощания в китайском языке, которые используются представителями разных групп населения, а также устойчивые фразы, которые характерны для светской и религиозной культуры. Чаще всего в разнообразных профессиональных и светских кругах используются нейтральные речевые формулы. Исключение составляет прощание 敬礼 ‘Честь имею’, которое употребляется в среде военных.

Стоит отметить, что речевые формулы прощания в деловой обстановке более развернутые, чем формулы прощания с родственниками или друзьями. Это говорит о том, что китайцы стараются всегда произвести хорошее впечатление на незнакомого человека и пытаются проявить вежливость в наиболее высокой степени. Данные в таблице наглядно показывают, как от степени знакомства меняются речевые формулы. При прощании с наиболее близкими друзьями и родственниками китайцы используют одно или два слова, а по мере уменьшения близкой связи между собеседниками начинают использоваться длинные фразы или самостоятельные предложения.

Можно сделать вывод о том, что устойчивые фразы прощания, используемые только в светской или религиозной культуре, представляют собой отражение специфики национального мышления.

Чаще всего китайцы используют две основные речевые формулы для выражения извинения: 对不起 ‘Извините’ и 不好意思 ‘Прошу прощения’. Было выявлено, что устойчивые фразы извинения при любой ситуации коммуникации и с любыми коммуникаторами остаются неизменными. Этот факт объясняется «концепцией лица». Приносить развернутые и эмоциональные извинения – значит признать свою слабость и «потерять лицо». Речевые фор-

мулы извинения в деловой обстановке являются краткими, так как китайцы с уважением относятся к деловым партнерам и не хотят помешать процессу переговоров. Было выявлено, что в соответствии с этическими принципами, установленными Конфуцием, китайцы стараются избегать ситуаций, при которых они могут доставить хлопоты другим людям, именно по этой причине извинения в данных ситуациях краткие и эмоциональные, чтобы быстрее удалось забыть возникшую ситуацию.

Стоит отметить, что китайцы часто извиняются за незначительные оплошности перед незнакомыми, а перед друзьями и родственниками извинения приносятся более краткие. При извинении китайцы стараются делать акцент на объяснении причин какого-либо поступка, которое не всегда интересует иностранных собеседников [7, с. 22]. Также было выяснено, что если один из коммуникаторов чихнул, то он непременно скажет: «Извините!», так как в китайской культуре чихание считается мешающим разговору [8, с. 157].

Проанализировав данные, был сделан вывод о том, что основная цель китайских речевых формул извинения заключается в поддержании гармонии между собеседниками.

В соответствии с данными таблицы наглядно видно, что возраст собеседника, его статус и межличностные отношения между коммуникаторами главным образом влияют на выбор формул речевого этикета. Было выявлено, что к незнакомому человеку нельзя обращаться по первому имени, на работе коллеги обращаются к друг другу, используя звания человека, например, *учитель Ван*, в обществе называют друг друга *госпожа* или *господин*, к близким родственникам обращаются, используя названия степени родства. Также было выявлено, что, провожая гостей, прощаясь, китайцы всегда желают собеседнику добра, независимо от степени знакомства или родства. Нами была обнаружена еще одна особенность. В Китае очень уважают старших по возрасту или статусу, что обусловлено вежливостью. Если выбрать устойчивую фразу, которая не является уместной при данной ситуации и с данным собеседником, то это приведет к «потере лица».

Рассмотрев культурные особенности китайцев и проанализировав речевые формулы, можно сделать вывод о том, что выбор речевых формул зависит строго от ситуации, цели коммуникации и обстановки. Принципы конфуцианства, понятие вежливости и желание коммуникаторов «не потерять лицо» являются определяющими в выборе формул речевого этикета. Каждая речевая ситуация сопровождается определенной речевой формулой, поэтому существует такое многообразие устойчивых выражений.

ЛИТЕРАТУРА

1. 秦, 川。四书五经 = Цинь, Чуань. Четыре книги и пять классических произведений / 秦川。 – 北京 : 燕山出版社, 2007。 – 2142 页。
2. 顾, 曰国。礼貌、语用和文化 = Гу, Юего. Вежливость, прагматика и культура / 顾曰国。 – 外语教学与研究, 1992。 Гу Юего Вежливость, прагматика и культура / Гу Юего。 – Иностр. языки, 1992。 – 30 с。

3. *Пассов, Е. И.* Программа-концепция коммуникативного иноязычного образования «Развитие индивидуальности в диалоге культур» / Е. И. Пассов. – М. : Просвещение, 2000. – 167 с.
4. *Земская, Е. А.* Категория вежливости в контексте речевых действий / Е. А. Земская // Логический анализ языка. Язык речевых действий. – М. : Наука, 1994. – С. 131–136.
5. Новый русско-китайский словарь. – Пекин : Иностр. языки, 2006. – 1314 с.
6. *Нуриева, Г. Р.* Этикетные рече-поведенческие тактики в переводах русских художественных текстов XX века на английский и татарский языки / Г. Р. Нуриева. – Казань, 2012. – 18 с.
7. *Стернин, И. А.* Проблемы описания вежливости как коммуникативной категории / И. А. Стернин // Коммуникативное поведение. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж : Истоки, 2003. – С. 22–47 с.
8. *Сюй Сяо Бо.* Национальная специфика языковой объективации категории «вежливость» в русской и китайской коммуникативной культурах / Сюй Сяо Бо, И. П. Лысакова // Коммуникативные исследования. Вежливость как коммуникативная категория. – Воронеж : Истоки, 2003. – С. 149–158.
9. *Ноженкова, Т. М.* Китайский язык. Основы деловой речи. / Т. М. Ноженкова // Пособие-разговорник. – М. : Муравей, 2004. – 168 с.

КОНТРАСТИВНАЯ ЛИНГВИСТИКА И ВОПРОСЫ ПЕРЕВОДА

М. В. Ярошук (*Брест, БрГУ им. А. С. Пушкина*)

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА

В период глобализации современного общества СМИ оказывают сильное влияние на различные сферы деятельности человека, и проблема перевода текстов СМИ как никогда становится актуальной. Основная задача любого СМИ донести информацию до читателя, который желает получать информацию не только от отечественных журналистов, но и от иностранных СМИ. Именно поэтому период англоязычных СМИ актуален как никогда. Нами исследуется важность прагматической функции при воздействии на реципиента. В статье автор изучает перевод неологизмов, которые появляются в средствах массовой информации с завидной частотой. Кроме этого, автором исследуется вопрос перевода некоторых стилистических конструкций, риторических вопросов с помощью определенных трансформаций.

К л ю ч е в ы е с л о в а: перевод; язык СМИ; стилистические фигуры; риторические вопросы; прагматическая функция; неологизмы.

In the period of globalization of modern society, the media have a strong influence on various spheres of human activity, and the problem of translating media texts is becoming more urgent than ever. The main task of any media is to give information to the reader who wants to receive information not only from native-speaking journalists, but also from foreign media. That is why the period of English-language media is more relevant than ever. We investigate the importance of pragmatic function that influences the recipient. The author studies the translation of neologisms that appear in the mass media with an enviable frequency. In addition, the author examines the issue of translating some stylistic constructions, rhetorical questions with the help of certain transformations.

K e y w o r d s: translation; mass media language; stylistic figures; rhetorical questions; pragmatic function; new words.

Медийный стиль, который является разновидностью публицистического стиля, отличается логичностью повествования, четкостью и сжатостью излагаемых фактов и событий, а также наличием терминологической базы из определенных областей, что сближает этот стиль с научным. В то же время для данного стиля характерно использование эмоционально-оценочной лексики, авторской оценки того или иного события, что сближает данный стиль с публицистикой или даже со стилем художественной прозы. Сегодняшние журналисты максимально стремятся установить контакт с современным читателем, создать в какой-то степени диалог, позволяющий воздействовать на читателя, внушать и передавать нужную информацию.

Помимо особенностей, которые характерны для каждого языкового жанра текстов языка СМИ и отличающих тексты аналитической статьи от текста, содержащего политические комментарии, можно отметить ряд особенностей, свойственных языку СМИ в целом. Данные особенности и определяют специфику перевода в сфере массовой коммуникации, то переводчик обязан иметь представление еще на начальном этапе.

Наиболее значительным для текстов СМИ практически всех жанров является сочетание в них элементов сообщения и воздействия на читателя.

Несмотря на то, что самым важным для текстов СМИ считается информативная функция, она зачастую остается нейтральной, то есть свободной от воздействия на получателя. В большинстве случаев передача информации сопровождается завуалированным выражением оценки и приемами, которые заставляют аудиторию испытывать определенную реакцию на ту или иную информацию.

Основная цель публицистических текстов (точно так же, как информационных) – донести сведения до читателя. Поэтому у печатных и интернет-СМИ, как правило, есть общий стиль, идеология, тематическая направленность. В современном мире даже рекламные вставки практически не выбиваются из общей тематики (если это тематическое издание). Именно потому, что текст публицистического жанра является частью какой-то газеты или электронной версии СМИ, имеющей свой стиль и идеологию, стоит обратить внимание на то, каков источник информации. Основная задача газетно-информационного стиля заключается в сообщении определенных сведений с определенных позиций с целью достижения желаемого воздействия на читателя. И печатная газета, и новостной сайт как версия газеты – средства информации и убеждения. Они рассчитаны на массовую аудиторию, внимание которой должны удерживать. Для них характерна необходимость так организовать материал, чтобы передать информацию быстро, сжато, сообщить основное, даже если заметка не будет дочитана до конца, и оказать на читателя особое воздействие. Именно эти две функции – информативная и воздействующая – являются стилеобразующими. Их реализация находит свое конкретное выражение в стиле и языке, синтаксисе и структуре публицистических документов, составе жанров публицистики.

Каждый функциональный стиль имеет некоторые языковые особенности, которые оказывают значительное влияние на ход и результат процесса перевода. Важную роль в газетно-информационном стиле играет наличие политических терминов, имен и названий, использование газетных клише, наличие элементов разговорного стиля и жаргонизмов и так далее. Язык СМИ очень насыщен метафорами, идиомами, в нем присутствуют элементы юмора, сарказма и иронии.

Язык интернет-СМИ изменяется еще на шаг быстрее, мы впервые встречаем разговорную лексику или фразеологизмы именно в этом источнике. Информация, появляющаяся в печати, в большинстве случаев когда-то была в новостной ленте в Интернете. Современные СМИ – источник большинства неологизмов в лексическом составе языка. Как английский, так и русский язык постоянно модернизируется, в них появляются новые слова и выражения, которые «обновляют» язык, сохраняя при этом его уникальность. Однако, с другой стороны, такие явления, как глобализация или межкультурная коммуникация являются причинами смешивания языков, лишения их идентичности.

Новообразования трансомигрантного характера представляют собой новые лексические единицы, появляющиеся в языке с целью дать новое,

более эмоциональное имя предмету, уже имеющему нейтральное наименование. Для английских неологизмов такого типа характерно активное использование модели словосложения. Например,:

And a group of women psychologists thanked the board for using the word “chairperson” rather than “chairman” but argued that too much sexual discrimination still exists within the Association (Friday, 2011, с. 17) – ‘И группа женщин-психологов поблагодарила членов правления за использование нейтрального слова «председатель», но утверждала, что в Ассоциации все еще существует слишком много дискриминации по признаку пола’.

В английском языке данный трансноминант обозначает человека, председательствующего или руководящего каким-либо совещанием, конференцией или деловой встречей. В академической среде данное слово является нейтральным обозначением для номинации «заведующий кафедрой» или «декан». Следует отметить, что движение женщин за свои права способствовало появлению новых единиц не только в определенном секторе лексической карты, но и модификации в других секторах. Так, в 70-е годы прошлого века под влиянием феминистского движения английский язык был объявлен сексистским языком, т.е. языком, дискриминирующим женский пол, так как в нем содержится больше форм мужского рода, чем женского, что во многом объясняется широким использованием слова *man* в качестве второго компонента в названии профессий [2].

В английском языке можно встретить новую лексику трансноминантного характера, созданную на основе игры слов: *airhead*; *baby-boomer*; *goggle-box*, *all-nighter*. Например:

Not sure what to wear as we were part of the hippie generation and are now the baby-boomers (The Wall Street Journal, 2011, p. D4) – *Не знали, что надеть, когда мы были частью поколения хиппи, а теперь являемся бэби-бумерами.*

Новообразование *baby-boomer* представляет собой сложнопроизводную единицу, состоящую из двух слов *baby* (‘ребенок’) и *boomer*, имеющее два значения: ‘1) самец кенгуру’; ‘2) человек, рекламирующий что-либо или создающий шумиху вокруг чего-либо’ с продуктивным словообразовательным суффиксом *-e* и служит для обозначения ребенка, родившегося во время послевоенного демографического взрыва.

К третьему типу неологизмов, широко используемых в английских газетных текстах, относятся семантические инновации. Под семантическими инновациями понимаются новые значения уже существующих слов. При этом переосмысление может иметь следующие варианты: 1) старые слова полностью меняют свое значение, утрачивая ранее существовавшее; 2) в семантической структуре слова появляется еще один лексико-семантический вариант при сохранении всех традиционных. Как показывает выборка примеров, в языке газеты последних десятилетий преобладают единицы второго типа.

В англоязычной прессе чаще семантические новообразования представляют собой простые имена существительные, такие как *house* – дом, *dog* – собака. Иногда встречаются случаи семантического переосмысления на уровне сложного слова или словосочетания: *blue-ribbon* – приз за первое место.

Как известно, процесс пополнения лексики новыми словами всегда присутствовал в языке, однако за последние годы объем новаций и скорость их проникновения в язык заметно возросли. Газета является первым письменным фиксатором, регистрирующим появление лексических инноваций, имеющих тенденцию проникать в литературный язык. В газетном тексте новое слово имеет реальную возможность пройти стадию социализации (принятия его в обществе). Именно поэтому данная лексика представляет интерес для переводчика с точки зрения новизны, оригинальности и возможности принять вызов.

Поскольку в наше время языку прессы уделяется большое внимание, важность данной проблемы достаточно ясна. Ведущей функцией газетных статей является воздействие с целью формирования общественного мнения путем сообщения о том или ином событии, что значительно влияет на выбор языковых средств, в том числе и образных. В англоязычном медиадискурсе используются различные фигуры речи, их передача на русский язык сопряжена с использованием различных переводческих трансформаций [1, с. 67].

Анализ некоторых газетных статей дает возможность зафиксировать случаи употребления авторами различных стилистических и лексических фигур в пространстве данного типа текстов. Использование экспрессивных синтаксических конструкций в статьях подчинено в первую очередь основной функции данного типа газетных материалов – информированию. Важно также отметить, что наряду с выполнением основной информирующей функции конструкции экспрессивного синтаксиса в медиадискурсе выполняют и более частные функции, направленные на реализацию тех или иных авторских намерений, что позволяет говорить о полуфункциональности стилистических конструкций.

Таким образом, говоря о переводе стилистических фигур используются некоторые виды трансформаций. Чаще всего для данного типа дискурса характерен эквивалентный перевод. При помощи данной трансформации передаются риторические вопросы, а также вставные конструкции.

Риторический вопрос позволяет повысить общий тон высказывания, актуализировать смысл определенных частей высказывания.

And the question needs to be asked – what happens to those who don't have the luxury of having US or UK publishers and who are trying to break out into the English market? – Возникает вопрос: что происходит с теми, кто не работает с американскими или британскими издателями и кто из всех сил пытается пробиться на английский рынок?

При переводе вставных конструкций наблюдается прием опущения стилистической фигуры. Вставные конструкции используются авторами для уточнения сообщаемой в статье информации.

The site – Exposed: The Secret Files – included the Internet suffix “.su” – an indication that it was originally from the Soviet Union. – Сайт под названием «Раскрыты: Секретные материалы» размещен на домене .su, что указывает на то, что он из бывшего Советского Союза.

При переводе данной конструкции переводчик отказался от вставной конструкции, переосмыслив и использовав синтаксическую информацию, что отражается в изменении порядка элементов в предложении. В данном случае следует отметить, что автору перевода удалось передать основную мысль и намерение автора оригинальной статьи. Соответственно, можно говорить о достижении адекватности и сохранении прагматической функции при переводе.

Еще одной специфической особенностью перевода является перевод инверсий, которая используется в англоязычной статье не только для выделения важной информации по мнению автора, но и для повышения экспрессивности высказывания.

Titled – Demonstration of an ultralow profile cloak for scattering suppression of a finite-length rod in free space, their research, published in the New Journal of Physics, describes a cloak consisting of 66 μm – thick copper tape and 100 μm – thick flexible polycarbonate film that scatters and cancels out incoming waves. – Результаты этой научной работы приведены в статье под названием «Демонстрация сверхнизкопрофильного материала, предназначенного для рассеивания и нейтрализации света, излучаемого цилиндром конечной длины в свободном пространстве», которая была опубликована в журнале по физическим исследованиям.

В данном примере для автора основным компонентом предложения было название статьи, которое он и вынес в препозицию к тексту для смыслового выделения. Но переводчик по-новому переосмыслил переводимый материал и предложил иной вариант, в котором инверсия не была сохранена, что, вероятнее всего, могло бы сделать предложение громоздким и не соответствующим нормам русского языка.

Таким образом, авторы данных статей используют различные стилистические фигуры. В системе английского медиадискурса мы смогли выделить такие конструкции экспрессивного синтаксиса, как риторические вопросы, параллельные конструкции и инверсии. Наряду с ключевой функцией информирования стилистические фигуры служат для реализации авторского намерения. Взаимодействие средств выражения категорий экспрессивности интенсивности создают прагматический эффект выразительности речи, усиленно воздействуют на получателя текста. При переводе образных лексических средств с одного языка на другой переводчики прибегают к различного рода трансформациям, чтобы сохранить образность, а также передать прагматический потенциал фигур речи, используемых в оригинальном тексте.

ЛИТЕРАТУРА

1. Киселева, А. В. Английский язык. Язык средств массовой информации / А. В. Киселева. – М. : МГИМО – Университет, 2008. – 216 с.

2. *Нещименко, Г. П.* Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: Проблемы. Тенденции. / Г. П. Нещименко // Вопросы языкознания. – 2001. – № 1. – С. 21–34.

А. И. Маркова (*Минск, МГЛУ*)

ОСОБЕННОСТИ ЛОКАЛИЗАЦИИ И ПЕРЕВОДА ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Данная статья посвящена вопросам перевода рекламных текстов. В статье описаны основные особенности перевода рекламных текстов, особенности перевода различных лексико-стилистических средств, а также основные стратегии перевода рекламных текстов. Установлено, что специфика перевода рекламных текстов выражается в содержательном отношении между оригиналом и переводом, а также в передаче социолингвистических аспектов переводимого текста. В тех случаях, когда точный перевод представляется по какой-либо причине невозможным или нежелательным, переводчик использует приблизительные по смыслу фразы с учетом традиционных этнических, национальных и социальных особенностей конкретной аудитории, на которую направлена реклама того или иного продукта.

К л ю ч е в ы е с л о в а: локализация; перевод; реклама; стилистические средства; лексические средства; социолингвистика; социокультурные аспекты.

The article focuses on the issues of rendering of advertising texts. The article describes the main rendering features of advertising texts and their various lexical and stylistic means, as well as the main strategies for the rendering and localization of advertising texts. It has been identified, that the specificity of advertising texts rendering is expressed in the close connection between the original text and its translated version, as well as in the transmission of the sociolinguistic aspects of the translated text. If there are any special cases where rendering seems to be impossible or undesirable for some reason, the translator uses phrases having a similar meaning, taking into account the traditional ethnic, national and social characteristics of the specific audience, the advertising of this or that product is directed to.

Key words: localization; rendering; advertising; stylistic means; lexica means; sociolinguistics; social and cultural aspects.

Существует большое количество исследований в области перевода рекламы, в результате которых различные авторы пришли к общему выводу, что рекламную брошюру, рекламный текст или слоган, в силу своей специфики, никогда не следует переводить дословно, так как в этом случае он может потерять смысл и силу своего воздействия.

Для многих практиков рекламной деятельности текст иностранного языка служит только средством для понимания идеи рекламируемого продукта, сам же текст рекламы часто пишется заново на языке страны потребителя с учетом его национальной специфики. В тех случаях, когда точный перевод представляется по какой-либо причине нежелательным, переводчик пользуется приблизительными по смыслу фразами, которые обязательно должны учитывать традиционные этнические, национальные и социальные особенности, стереотипы поведения конкретной аудитории, на которую направлена рекламируемая продукция.

Одна из основных особенностей перевода рекламных текстов выражается в содержательном соотношении между оригиналом и переводом,

а также в передаче социолингвистических аспектов переводимого текста. Для достижения адекватности нередко бывает необходимо адаптировать как содержательную часть текста, так и ее форму, что часто носит компромиссный характер. Многие особенности перевода связаны со спецификой языков, на которые или с которых осуществляется перевод [1].

По мнению исследований В. Смит и К. Кляйн-Бралей, существует пять основных стратегий перевода рекламных текстов, способствующих выполнению данной задачи [2].

1. Заимствование оригинального рекламного текста

Данная стратегия предполагает сохранение социокультурной составляющей исходного текста и допускает его использование без перевода. Как правило, оригинальные рекламные тексты встречаются в рекламе предметов роскоши, поскольку указывают на иностранное происхождение рекламируемого продукта и за счет этого повышают его престиж.

2. Буквальный перевод

По мнению В. Смит и К. Кляйн-Бралей, данная стратегия является наиболее простой, однако сфера ее применения достаточно сильно ограничена, поскольку подавляющее большинство рекламных слоганов требует адаптации в соответствии с социально-культурными установками целевой аудитории. Отсутствие подобных адаптации приводит к неестественности звучания рекламного текста и утрате манипулятивного воздействия, которое должно быть оказано на потенциальных покупателей.

3. Непосредственно перевод рекламного текста

Как правило, данная стратегия применяется в рекламе известных брендов, производящих товары народного потребления. Данный вид перевода предполагает использование переводческих трансформаций для сохранения естественности звучания исходного рекламного текста и сохранения экстралингвистического эффекта.

4. Адаптация

Адаптация допускает внесение незначительных изменений в текст рекламного сообщения, что позволяет сделать его более приемлемым для целевой аудитории в социокультурном плане. Как правило, адаптации подвергаются реалии и различные понятия, которые могут быть известны потенциальным покупателям из других стран.

5. Замещение исходного текста

Данная стратегия предполагает изменение рекламного текста в соответствии с ценностями целевой аудитории. Ярким подтверждением этому может быть реклама минеральной воды, создавая которую производитель подстраивает текст и основной посыл рекламы под целевую аудиторию именно той страны, где она будет показана. Так, немецкие женщины пьют минеральную воду, поскольку уверены в ее пользе для здоровья, а французские женщины, в свою очередь, уверены, что это помогает сохранить фигуру. Такой дифференцированный подход к одному и тому же продукту приводит к необходимости использования разных аргументов с целью ока-

зания манипулятивного воздействия на людей разных национальностей, из-за чего лингвистическая составляющая рекламного текста подвергается значительным изменениям.

При переводе рекламного текста стоит обратить особое внимание на различные лексико-стилистические средства, особенности их употребления и перевода.

1. Метафора. Это стилистический оборот речи, суть которого заключается в употреблении слов и выражений в переносном значении на основе присутствующего сходства, аналогии или сравнения. Использование метафоры взято за основу в рекламе теней для век The Blushed Nudes компании Maybelline: *When I dare to go nude, it'll make you blush* 'Если я разденусь – ты покраснеешь' (дословный перевод); 'Если я воспользуюсь новой палеткой теней от Мэйбеллин – ты будешь не в силах отвести от меня взгляд'.

В этой рекламе слово *nude* употребляется не в прямом своем значении – обнаженный, а в переносном, то есть обозначает настолько естественный макияж, который почти не заметен на лице. А слово *blush*, в данном случае, переводится не как *краска стыда, смущения*, а как *легкий румянец*. Следовательно, данная реклама акцентирует внимание женской аудитории на том, что эти тени способны сделать макияж таким легким и естественным, подчеркнуть природную красоту, не перегрузив лицо.

Кроме того, здесь явно прослеживается ярко выраженная экспрессивная функция, так как этот рекламный текст еще сильнее влияет на эмоции аудитории благодаря специально подобранной лексике, а именно слову *dare*, которое на русский язык можно перевести как *осмеливаться, иметь наглость, бросать вызов*, и конструкции *make smb do smth*, переводимой как *заставлять кого-либо что-либо делать*.

2. Аллюзия. Это стилистический прием, который выражает аналогию, намек или указание на часто используемый и известный факт, человека или идею. Хорошим примером аллюзии может послужить реклама новой коллекции одежды модного дома Giorgio Armani: *GIORGIO ARMANI. Made to measure. Experiencing the value of uniqueness. Unleashing the power of personality. Combining comfort and personal taste. Made to Measure is the Giorgio Armani line designed for men who seek style. Their own 'GIORGIO ARMANI. Новая мужская коллекция от Джорджио Армани, эксклюзивно созданная специально для Вас, дает возможность не только почувствовать комфорт и несокрушимую уверенность в себе, но и найти свой уникальный, неповторимый стиль'*.

Стоит обратить внимание на то, что у выражения *Made to measure* в данном рекламном тексте есть два значения: первое – буквальное, переводимое на русский язык как *сшитый на заказ* и помогающее провести параллель между одеждой Giorgio Armani и ее престижностью, высоким качеством покроя; во втором своем значении *Made to measure* перевести как 'сделанный для того, чтобы измерять, сделанный для того, чтобы быть мерой вещей'. В этом случае явно просматривается аллюзия с высказыванием известного древнегреческого философа Протагора *Человек есть мера всех вещей*.

3. Оксюморон, или, в переводе с греческого, «остроумная глупость» – это стилистический прием, основанный на совмещении несовместимого, то есть преднамеренном соединении нескольких противоречивых явлений воедино с целью усиления стилистического эффекта речи.

Примером использования оксюморона является реклама антивозрастного крема OLAY, которая звучит следующим образом: *I'll never look back, I will just look younger. Now with more vitamins than the leading prestige moisturizer* 'Мне незачем оглядываться назад, ведь с улучшенной витаминизированной формулой нового увлажняющего крема от OLAY я смело иду только вперед к красоте и молодости'.

В данной рекламе оксюморон прослеживается через использование в одном и том же предложении выражений *to look back* и *to look younger*, которые переводятся как 'оглядываться назад, вспоминать прошлое и выглядеть моложе соответственно'. Исходя из логики вещей, именно оглядываясь назад, человек может вспомнить молодость, то есть те годы жизни, когда он выглядел моложе, чем в настоящий момент времени. Однако используемый в рекламе оксюморон формирует обратную теорию: если будете пользоваться антивозрастным кремом OLAY, то красота и молодость вам обеспечены, более того, вы будете выглядеть даже моложе, чем когда-либо раньше.

Как известно, главной задачей рекламы является не только информирование потенциальных покупателей об определенном товаре или услуге, но и создание четкого, запоминающегося образа в сознании целевой аудитории. Данный эффект может быть достигнут благодаря употреблению специальных выразительных средств синтаксиса, целью которых является усиление выразительности и изобразительности текста. К такой фигуре речи относится **риторический вопрос**, который обычно используется для усиления эмоциональности и экспрессивности. Примером может послужить перевод одной из реклам парфюма модного дома Chanel: *#TheOneThatIWant №5. What else can you give? Original, incomparable, №5 was Gabrielle Chanel's favourite number. So she named her first fragrance after It.* Перевод данной рекламы на русский язык выглядит следующим образом: '*#TheOneThatIWant №5. Самый желанный из подарков. Оригинальный и ни на что не похожий Chanel № 5. Номер, который Габриэль Шанель считала своим счастливым числом и который она выбрала для названия своего первого аромата*'.

В этом примере, в оригинале рекламного текста присутствует риторический вопрос *What else can you give?*. Безусловно, данная стилистическая фигура была использована не для получения ответа на вопрос, а с целью привлечения внимания к продукции. Тем не менее переводчик решил полностью преобразовать вопрос в русском переводе и, в результате, рекламный текст был подвергнут целостному преобразованию. Дело в том, что англо- и русскоязычная аудитория совершенно по-разному воспринимает эту рекламу парфюма от Chanel. У носителей языка наличие риторического вопроса не вызовет абсолютно никаких трудностей, связанных с восприятием рекламы в целом. Наоборот, наличие такого рода вопроса поможет им не только прочесть и осмыслить рекламный текст, но и прочувствовать его. В то же самое время сохранение риторического вопроса при переводе рекламного текста на

русский язык в данном случае является бессмысленным, поскольку присутствие вопроса создаст лишь дополнительные трудности для адекватного восприятия рекламного сообщения. В идеале потенциальный потребитель, видя рекламу того или иного товара, должен представить его образ. Наличие вопроса отключает воображение и включает логику.

Таким образом, реклама, будучи одним из главных аспектов массовой коммуникации, активно использует различные языковые средства с целью оказания максимального воздействия на сознание потребителя. Перевод рекламы требует особого внимания. Как и любой другой, он должен быть тщательно продуман и адаптирован к стилистическим и грамматическим особенностям переводящего языка, а также учитывать национальные особенности той страны, в которой будет рекламироваться продукт.

ЛИТЕРАТУРА

1. Латышев, Л. К. Технология перевода / Л. К. Латышев. – М. : Нви-Тезаурус, 2000. – 280 с.
2. Лилова, А. Введение в общую теорию перевода / А. Лилова. – М. : Высш. шк., 1985. – 231 с.
3. Электронная версия журнала Опры Уинфри «The Ophra Magazine» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ebook-dl.com/magazine/o-the-oprah-magazine-january-2016-usa2886.pdf>. – Дата доступа : 27.05.2019.
4. Электронная версия журнала «GQ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://1.droppdf.com/files/2ZKr3/gq-magazine-october-2015-uk.pdf>. – Дата доступа : 27.05.2019.

Е. В. Белоглазова (*Минск, МГЛУ*)

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА МЕДИЦИНСКИХ ТЕКСТОВ

В статье рассматриваются особенности медицинского перевода, связанные с использованием заимствований и аббревиатур. При этом выделяются четыре способа перевода, применяемые в работе с медицинскими терминами, а в медицинской лексике – три группы заимствований.

К л ю ч е в ы е с л о в а: медицинский перевод; заимствования; аббревиатура; эквиваленты.

In this article the features of medical translation associated with the usage of the borrowings and abbreviations are considered. In addition, four ways of translation and three groups of borrowings are used in the medical vocabulary.

К e y w o r d s: medical translation; borrowings; abbreviation; equivalents.

В данной статье иллюстрируются особенности перевода медицинских текстов на основе научных статей, связанных с коронавирусом, а также дополнительных источников, таких как специальные словари. Осуществлено разделение на несколько способов перевода, которые могут понадобиться в работе переводчика, а также определены три группы заимствований, которые активно используются врачами во время работы. Цель данной статьи – выявление и пояснение особенностей в работе с медицинским переводом.

Сегодня медицинская лексика представлена несколькими сотнями тысяч слов и словосочетаний. Значительную часть медицинской терминологии составляют синонимы, то есть слова и словосочетания, которые, различаясь своим звуковым составом, выражают тождественное научное понятие. В общих работах по терминологии в качестве обычных требований к терминам выдвигаются требования однозначности и отсутствия синонимии. Однако в медицинской терминологии синонимия является достаточно распространенным явлением, а в некоторых областях медицинские синонимы занимают до 25–40 % терминологического фонда (например, врачебный, лечебный и общемедицинский являются медицинскими синонимами).

С семантической точки зрения, термины-синонимы делятся на два типа: эквивалентные и интерпретационные. В семантической структуре эквивалентных синонимов отображен один и тот же мотивирующий признак, зафиксированный разными корневыми системами или словообразовательными элементами с одинаковым или близким значением. Именно интерпретационные синонимы, которые являются совокупностью смыслов и значений, выполняющих разъяснительную функцию, представляют особую «опасность» для переводчика, так как выбрав при переводе синоним не с тем смысловым оттенком, можно исказить смысл конкретного предложения или даже всего текста, а так же повлиять на эмоционально-оценочный характер высказывания.

Например, термин *заболевание*, которое в русском языке обозначает состояние организма, выраженное в нарушении его нормальной жизнедеятельности, продолжительности жизни, и его способности поддерживать свой гомеостаз [2], на английском языке имеет следующий синонимический ряд: *disease, illness, sickness, disorder, ailment, ill, rot, malady, complaint, distemper, indisposition*. Без сомнений, что переводчик, встретив в тексте такие слова, как *disease, illness, sickness, ailment, malady, distemper, indisposition* правильно истолкует смысл, но такие термины, как *disorder, rot, unwellness, complaint* не всегда выражают понятие *болезнь*, поэтому понять смысл предложения в таком случае можно только исходя из контекста.

1. *Disorder* – физическое состояние, при котором происходит нарушение нормального функционирования, которое можно обозначить в русском языке словом *заболевание*:

The doctor has prescribed me some medicine for the disorder ‘Доктор прописал мне лекарства от этого заболевания’.

2. *Rot* – процесс распада, вызванный бактериальным или грибковым процессом. Данный термин можно использовать как синоним слова *заболевание*, но лишь в редких ситуациях:

The dentist noticed the presence of rot in his teeth ‘Зубной врач отметил наличие кариеса в зубах’.

3. *Unwellness* – нарушение нормальной физиологической функции, затрагивающее часть или весь организм:

But Peter and Nancy say that the allocation takes no account of the level of deprivation, ethnicity and general unwellness of their patients ‘Но

Питер и Нэнси говорят, что распределение средств не учитывает уровень обездоленности, этническую принадлежность и общее недомогание их пациентов’.

4. *Complaint* – часто стойкое физическое расстройство или болезнь. Данный термин переводится на русский языка как *жалоба*, включая при этом в структуру своего значения семантический компонент ‘недомогание’:

Mr. Sharipov, who had a medical complaint on 5 February, was treated and didn't complaint about hospital personnel ‘Господин Шарипов, у которого было недомогание 5 февраля, прошел лечение и не имел претензий к медицинскому персоналу’

В данном примере *complaint* используется в значении как ‘заболевание/болезнь’ и как ‘жалоба’.

Существует разница в обозначении с помощью терминов анатомических понятий в английском и в русском языках. В русском языке в качестве анатомических терминов используются исконно русские лексемы, в то время как в английском они имеют другое происхождение: *kidney* ‘почка’, *brain* ‘мозг’, *spleen* ‘селезенка’ и т.п. В английском языке одна и та же структура может обозначаться словами греческо-латинского и английского происхождения: *живот* ‘belly’ (англ.), ‘abdomen’ (лат.); *кишечник* ‘bowels’ (англ.), ‘intestines’ (лат.); *пищевод* ‘gullet’ (англ.), ‘esophagus’ (греч.). В английском языке медицинские термины могут сохранять свой греческий или латинский вариант, где английский опускается или его вовсе не существует: *peritoneum* ‘брюшина’, *artery* ‘артерия’ и т.п.

Синонимичными являются также термины, у которых есть основа латинского или греческого происхождения: *mammography* ‘mastography’, *splanchnopsis*, *visceropsis* и т.п.

Во всех перечисленных примерах наблюдались абсолютные синонимы, или дуплеты. Эти синонимичные ряды характеризуются тем, что входящие в них термины взаимозаменяемы. Существуют еще также ряды синонимов, имеющие различные мотивирующие признаки, то есть различающиеся своей внутренней формой. Они называются синонимами интерпретационного типа. Часто в таких синонимических рядах можно встретить эпонимы (термины, имеющие в своем составе несколько наименований, в каждом из которых есть отличительный признак). Например, *isthmus of the stomach* = *canal of the stomach* = *Aschoff's canal* [3].

При переводе медицинских терминов могут использоваться четыре вида переводческих операций:

1) межъязыковые соответствия, другими словами, эквиваленты: *antibody* ‘антитело’, *arm of a trial* ‘ветвь исследования’, *dose* ‘доза’, *dosage* ‘дозировка’ [1];

2) в случае отсутствия эквивалента переводчик может пойти по пути создания нового термина, пользуясь такими переводческими приемами, как транслитерирование или транскрибирование: *abscess* ‘абсцесс’, *adaptation* ‘адаптация, приспособление’ [1];

3) другим способом может служить описательный перевод: *adverse drug events* ‘осложнения при лекарственной терапии’, *case study* ‘исследование на примере конкретного случая’, *gut immunity* ‘местный кишечный иммунитет’;

4) не исключается использование калькирования: *biological transmission* ‘биологическая передача’, *antitoxin* ‘антитоксин’, *antibody* ‘антитело’ [1], *coronavirus* ‘коронавирус’, *direct contact* ‘прямой контакт’.

Термины, не имеющие соответствий в переводящем языке, можно отнести к так называемой безэквивалентной лексике, а передача их значений подчиняется тем же правилам, по которым переводится безэквивалентная лексика вообще. При этом необходимо учитывать то, что не допускается приближенный перевод, так как само состояние «приближенности» противоречит требованию точности при передаче информации [4, с. 245–246].

В медицинской лексике также присутствуют заимствования. Они могут делиться на три группы:

1) иностранные слова, прочно вошедшие в русский язык: *bacterium* (*pl. bacteria*) ‘бактерия’, *antitoxin* ‘антитоксин’, *antibody* ‘антитело’;

2) более новые, но получившие широкое распространение заимствования: *antigen* ‘антиген’, *coronavirus* ‘коронавирус’;

3) иноязычные слова, не получившие широкого распространения. При переводе данных терминов может использоваться транслитерация: *genome* ‘геном’, *abscess* ‘абсцесс’, *dose* ‘доза’, *antigen* ‘антиген’.

В английском языке наблюдается тенденция к сокращению любого термина в аббревиатуру, что не всегда свойственно русскому языку. То, что называется термином в русском, может сокращаться до аббревиатуры в английском языке: *LK* (*left kidney*) ‘левая почка’, *RK* (*right kidney*) ‘правая почка’, *HCF* (*health-care facility*) ‘лечебно-профилактическая организация’.

Однако создание аббревиатур в английском языке приводит к тому, что они понятны лишь узкому кругу людей. В русском же языке наблюдаются более медленные темпы аббревиации, которые имеют свои преимущества: возникает меньше трудностей при восприятии медицинской информации, а при переводе есть больше шансов донести адекватную информацию до реципиента. Однако появление аббревиации в английском языке упрощает работу врачам, экономит время и позволяет общаться с коллегами с помощью цифров.

Существует разделение аббревиатур на три группы: графические, лексические и синтаксические.

Среди графических аббревиатур имеются широко известные и стандартные, но ограниченные сферой медицины: *T.S.T.H.* (*too sick to send home*) ‘не полностью выздоровевший для отправления из стационара домой’, *H.B.D.* (*has been drinking*) ‘болен алкоголизмом’, *G.O.N.* (*God only knows*) ‘только Богу известно’ является широко известным и применяемым и вне сферы медицины.

Сложными для перевода являются аббревиатуры латинского происхождения. Это особенно актуально для европейских языков, в частности для

английского. Аббревиатуры латинского происхождения распространены в официальной и неофициальной речи медицинских специалистов. Сложность заключается в том, что латинские прототипы большинства аббревиатур совершенно забыты, поэтому их считают «условными обозначениями» некоторых терминов [5]. Например, *B.I.D.* означает ‘дважды в день’ и данная аббревиатура является условным обозначением, потому что латинским прототипом является *bis in die*. То же самое будет с *T.I.D.*, которое на латинском звучит *ter in die*, которое значит ‘три раза в день’.

Отметим, что наблюдается большое количество заимствований разных групп при совершении переводческих операций. Существуют заимствования из греческого и латинского языков, которые могут употребляться без английского эквивалента в различных статьях и при работе в медицине. При переводе медицинских терминов часто используются эквиваленты, сжатые описания, метод калькирования, который позволяет создать новый медицинский термин. Все термины, которые были переведены, являются моносемантическими, что характерно для специализированной терминологии. Следует также отметить аббревиатуры, которые распространены в медицине и которые бывает трудно расшифровать, поскольку не все аббревиатуры занесены в справочники и многие находятся на слуху у медицинских работников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Английские термины и их эквиваленты в английском языке [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.rosmedlib.ru/ru/doc/ISBN9785970447758-0002/-esf2k2z11-tabrel-mode-pgs.html>. – Дата доступа : 05.03.2021.
2. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Болезнь>. – Дата доступа : 01.03.2021.
3. Деревлева, Н. В. О некоторых проблемах перевода англоязычной медицинской литературы, связанных с широким развитием синонимии в медицинской терминологии / Н. В. Деревлева, А. А. Шульга. – Гродно : ГрГМУ, 2009. – 132 с.
4. Сдобников, В. В. Перевод и коммуникативная ситуация / В. В. Сдобников. – М. : ФЛИНТА, 2015. – 461 с.
5. Ступин, Л. П. Аббревиатуры и проблема их включения в толковые словари / Л. П. Ступин // Вопросы теории и истории языка. – Л., 1963. – С. 291–296.

Д. М. Кашкина (Вологда, ВоГУ)

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ ПРИ ПЕРЕВОДЕ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕКСТОВ В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

В данной работе выделяются основные лексические и стилистические особенности туристических текстов. Рассмотрена цель создания туристического текста, которая заключается в следующем: передать информацию и побудить туриста приобрести товар или услугу. Отдельно подчеркивается цель, преследуемая переводчиком при создании текста перевода. Выделяются основные приемы перевода, которые используются для

передачи имен собственных. В статье предлагается перевод двух текстов в сфере гостиничного дела с официального туристского портала города Вологды с русского языка на английский, а также представлен анализ перевода данных текстов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: перевод; туристическая отрасль; туристический текст; имя собственное; переводческий прием.

The article highlights the main lexical and stylistic features of the tourist text. The purpose of a tourist text is to convey information and encourage a tourist to purchase a product or service. The aim pursued by the translator in creating the translation of the text is highlighted separately. The article presents the main translation techniques that are used to convey proper names. The article offers the translation of two texts in the field of the hotel industry taken from the Official Tourist Website of the city of Vologda from Russian into English, and also presents an analysis of the translation of these texts.

K e y w o r d s: translation; tourism; tourist text; proper name; translation technique.

В современных условиях стремительного развития туристической отрасли все чаще требуется переводить тексты туристической направленности. Особой популярностью пользуются туристические сайты, в связи с этим весьма востребованным становится представление туристических интернет-ресурсов в многоязычном формате.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что в настоящее время английский язык не теряет своей популярности и остается одним из важнейших международных языков. Абсолютное большинство пользователей владеет английским языком и этим обусловлена необходимость перевода на английский язык сайтов отелей и гостиниц для привлечения потенциального туриста. О. С. Насонова и Ю. В. Привалова в своей работе утверждают, что туристические тексты – это рекламные тексты [1, с. 79]. Туристический текст, в свою очередь, выполняет ряд функций: коммуникативную и регулятивную. Коммуникативная функция направлена на передачу определенного объема информации, а регулятивная функция – на регулирование поведения человека, оказание влияния на него.

Тексты туристической направленности также обладают рядом особенностей.

Основными лексическими особенностями являются следующие: употребление прецизионной лексики (географические объекты, достопримечательности, имена собственные), использование лексики с положительной коннотацией для формирования у клиента положительного образа о предлагаемой туристической услуге. Кроме того, можно отметить высокую информативность. К основным стилистическим особенностям можно отнести использование экспрессивной лексики, эпитетов, метафор, которые помогают привлечь внимание потребителя, заинтересовать его.

Туристический текст также своей целью имеет не только передачу информации, но и создание у получателя информации положительных эмоций и побуждение приобрести туристический продукт; цель переводчика – создать такой текст, который будет восприниматься потенциальным покупателем не как перевод иноязычного текста, а как оригинальный текст, и оказывать на читателя перевода такое же воздействие, какое оказывает текст оригинала.

Важной особенностью текстов туристической направленности является отражение реалий. И. С. Алексеева также называет их еще экзотизмами и дает следующее определение: «экзотизмами или словами-реалиями принято называть такие лексемы в языке, которые обозначают реалии быта или общественной жизни, специфичные для какого-либо народа, страны или местности [2, с. 181].

Для передачи реалий используются следующие приемы перевода: транскрипция и транслитерация, описательный перевод, перевод с использованием функционального аналога.

Транскрипция – прием, при котором воспроизводится звучание слова оригинала буквами переводящего языка (ПЯ).

Транслитерация – прием передачи буквами переводящего языка графической формы слова на исходном языке (ИЯ) [3, с. 172].

Описательный перевод – перевод при помощи распространенного объяснения, использующийся в случае, когда вследствие отсутствия эквивалентов в ПЯ нет другой возможности передачи языковой единицы.

Функциональный аналог – прием, при котором языковая единица ИЯ передается единицей ПЯ, вызывающей сходную реакцию у получателя информации.

В туристических текстах важную роль играют имена собственные, которые выступают носителями определенного национального колорита. Имя собственное – это «слово, словосочетание, которое служит для выделения именуемого им объекта из ряда подобных, индивидуализируя и идентифицируя данный объект» [4]. Выделяют следующую классификацию имен собственных:

- топонимы (наименования различных географических объектов, например: *город Чехов, река Енисей*);
- антропонимы (имена и фамилии известных людей, например: *Владимир Мономах, Шерлок Холмс*);
- эргонимы (названия туристических комплексов, туристических баз, отелей и ресторанов, например: *The Plaza Hotel 5*, гостиница «Англетер»*) [5, с. 74].

Наиболее часто в туристических текстах встречаются топонимы. Они передают информацию, которая должна быть точной и достоверной, поэтому при переводе используются приемы транслитерации и транскрипции. Также имена собственные могут передаваться с помощью однозначных, закрепленных в языке соответствий.

Для перевода и последующего анализа были взяты тексты с официального туристского портала города Вологды, который представляет информацию о туризме в Вологде. В данной статье будут рассмотрены тексты о двух гостиницах с официального туристского портала города Вологды (табл. 1, 2).

Более подробно рассмотрим некоторые особенности перевода текста о гостинице «Атриум».

Исходный текст (на русском языке)	Текст перевода (на английском языке)
Гостиница «Атриум» 3* Отель в административном центре Вологды. Номерной фонд отеля составляют 100 номеров («люкс», «бизнес-класс»). Ресторан. Рядом с гостиницей находятся Драматический театр, Выставочный комплекс и концертный зал «Русский Дом», магазин «Вологодские продукты», музей «Вологодская ссылка», кинотеатр «Ленком», ресторан «Атриум», бар «БАРДАКБАР», ресторан «Огород», кафе «Олива», офис Туристско-информационного центра Вологодской области. Контакты Адрес: Вологда, ул. Герцена, 27 Телефон: (8172) 26-60-01, (8172) 75-33-13 (факс) E-mail: hotel@atrium-vologda.ru Официальный сайт: www.atrium-vologda.ru	“Atrium” hotel 3* “Atrium” hotel is located in the administrative centre of the Vologda city. The hotel offers 100 rooms: suites and business class rooms. The hotel has its own restaurant. Near the hotel there is the Drama Theater, exhibition and concert hall “Russkiy Dom”, the shop “Vologodskiye Produkty”, the museum “Vologodskaya Ssylka”, the cinema “Lenkom”, the restaurant “Atrium”, the bar “Bardakbar”, the restaurant “Ogorod”, the café “Oliva”, the office of the Tourist Information Center of the Vologda region. Contact information: Address: Vologda, 27 Gertsena Street Telephone: (8172) 26-60-01, (8172) 75-33-13 (fax) E-mail: hotel@atrium-vologda.ru Official website: www.atrium-vologda.ru

Название гостиницы «Атриум» переведено приемом транслитерации: *Atrium*. При переводе уровня номеров номер ‘люкс’ переведен как *suite*. Номер люкс – это номер, состоящий из двух жилых комнат (гостиной и спальни), с полным санузлом, рассчитанный на проживание одного или двух человек. Словарь «Collins Dictionary» дает следующее определение: *a suite is a set of rooms in a hotel or other building* [6].

В тексте представлено много топонимов, которые были переведены с помощью приема транслитерации. Общественные заведения (магазины, рестораны, музеи) переведены существующим в языке перевода эквивалентом, названия переведены приемом транслитерации: *exhibition and concert hall ‘Russkiy Dom’, the shop ‘Vologodskiye Produkty’, the museum ‘Vologodskaya Ssylka’, the cinema ‘Lenkom’, the restaurant ‘Atrium’, the bar ‘Bardakbar’, the restaurant ‘Ogorod’, the café ‘Oliva’*. Названия переведены приемом транслитерации для того, чтобы туристы могли найти нужные им места, например, если бы ‘Русский дом’ был переведен как *Russian house*, турист не смог бы найти данное место. Офис туристско-информационного центра Вологодской области переведен с помощью лексических соответствий английского языка: *the office of the Tourist Information Center of the Vologda region*.

Однако название Драматического театра переведено с помощью эквивалентного слова в английском языке, так как это не название, а один из основных видов театра: *Drama theatre*.

При переводе адреса предполагается перевод топонимов. Город Вологда переводится методом транслитерации как *Vologda*. Буква «в» в кириллице соответствует букве «v» латинского алфавита. Топоним «улица Герцена» был переведен с помощью транслитерации: *Gertsena*, а слово *улица* лексически соответствует английскому *street*.

Вторым рассмотрим текст о гостиничном комплексе «Палисадъ» (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Исходный текст (на русском языке)	Текст перевода (на английском языке)
Гостиничный комплекс «Палисадъ» Гостиница в историческом центре Вологды. Номерной фонд гостиницы составляют 18 номеров. Рядом с гостиницей находятся Вологодский кремль, Софийский и Воскресенский соборы, Вологодский Музей кружева, магазин кружевной фабрики «Снежинка», сувенирные магазины, храм Александра Невского, памятник букве «О», рестораны «Монблан», Bellagio, «оГород», «Север», паб «Килт», кофейня «Парижанка». Адрес: Вологда, ул. Торговая площадь, д. 17 Телефон: (8172) 72-27-61 E-mail: palisad@vologda.ru Официальный сайт: palisad-vologda.ru	“Palisad” hotel “Palisad” hotel is located in the historical centre of Vologda. We offer you 18 rooms for accommodation. Within walking distance you can see such sights as: Vologda Kremlin, St. Sophia Cathedral, Host Resurrection Cathedral, Vologda Lace Museum, “Snezhinka” lace factory shop, souvenir shops, the Church of St. Alexander Nevsky, the monument to the letter “O”, the restaurants “Mont Blanc”, “Bellagio”, “Ogorod”, “Sever”, the pub “Kilt”, the coffee house “Parizhanka”. Address: Vologda, 17 Torgovaya Square Phone: (8172) 72-27-61 E-mail: palisad@vologda.ru Official website: palisad-vologda.ru

В тексте оригинала данное заведение заявлено как гостиничный комплекс. Гостиничный комплекс – это несколько зданий различного функционального назначения, связанных с оказанием гостиничных услуг. На английский язык *гостиничный комплекс* переводится как *hotel complex*. Под данным словом подразумеваются конференц-залы, банкетные залы, столовые, общественные или частные парковки и другие помещения. Заведение «Палисадъ» на деле таковым не является, поэтому будет перевод – *hotel*. Название гостиницы транслитерируется: “*Palisad*”.

При переводе встретились несколько достопримечательностей города.

Вологодский кремль был переведен как *Vologda Kremlin*. Как уже отмечалось в предыдущем анализе, топоним *Вологда* переведен методом транслитерации как *Vologda*. В словаре «Collins Dictionary» дается следующая дефиниция слову *кремль*: *Kremlin is the citadel of any city* [6].

Софийский и Воскресенский соборы были переведены как *cathedral*. Собор – это главный храм города, в котором богослужение осуществляет высшее духовенство. Словарь «Macmillan Dictionary» дает следующее определение: *cathedral is the most important church in an area that a bishop*

controls [7]. Таким образом, русское слово *собор* будет эквивалентом английскому слову *cathedral*. *Воскресенский собор* переведен как *Host Resurrection Cathedral* в соответствии со сложившейся переводческой традицией.

Храм Александра Невского переведен как *Church of St. Alexander Nevsky*. Имя собственное *Александр Невский* переведено транслитерацией. Русскому слову *храм* соответствуют два слова в английском: *church* и *temple*. Слово *church* словарь «Cambridge Dictionary» определяет так: *a building that Christians go to in order to worship* [8]. Словарь Macmillan Dictionary предлагает следующее определение для слова *temple*: «a building used for worship in some religions, typically religions other than Christianity» [7]. Поскольку преобладающей конфессией в России является православие, слово *храм* будет переводиться как *church*.

Название Вологодского музея кружева переведено с помощью замены эквивалентами английского языка как *Vologda Lace Museum*.

Методом транслитерации переведены некоторые названия магазинов, ресторанов, кафе: *'Snezhinka' lace factory shop, the restaurants 'Bellagio', 'Ogorod', 'Sever', the pub 'Kilt', the coffee house 'Parizhanka'*.

Адрес в данном случае также транслитерируется.

Таким образом, в данной работе были рассмотрены такие вопросы, как понятие туристического текста, его функции и особенности. Также было дано понятие имени собственного и его классификация. С опорой на теоретические аспекты особенностей туристических текстов были переведены тексты сферы гостиничного дела и проведен анализ встретившихся в текстах имен собственных. При переводе имен собственных наиболее частотным способом передачи оказался прием транслитерации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Насонова, О. С. Особенности перевода рекламных текстов по туризму / О. С. Насонова, Ю. В. Привалова // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 7. – С. 79–80.
2. Алексеева, И. С. Введение в переводоведение : учеб. пособие для студентов филол. и лингвист. фак. высш. учеб. заведений / И. С. Алексеева. – СПб : Филол. фак. СПбГУ ; М. : Издат. центр «Академия», 2004. – 352 с.
3. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учебник / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.
4. Лингвистический энциклопедический словарь / ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд., доп. – М. : Большая Рос. энцикл., 2002. – 709 с.
5. Солдатова, О. Б. Сопоставительный анализ текстов туристического дискурса в паре языков английский – русский / О. Б. Солдатова // Современный дискурс-анализ. – 2019. – № 3 (24). – С. 66–78.
6. Collins Online Dictionary: Definitions, Thesaurus and Translations [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.collinsdictionary.com/>. – Date of access : 06.12.2020.
7. Macmillan Dictionary: Free English Dictionary and Thesaurus [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.macmillandictionary.com/>. – Date of access: 06.12.2020.
8. Cambridge Dictionary Online: Free English Dictionary and Thesaurus [Electronic resource]. – Mode of access : <https://dictionary.cambridge.org/ru/>. – Date of access : 06.12.2020.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПОСТОВ РОССИЙСКОГО ДИПЛОМАТА МАРИИ ЗАХАРОВОЙ ИЗ СЕТИ FACEBOOK НЕКОТОРЫМИ СМИ ФРГ

Настоящая статья посвящена особенностям перевода постов политической тематики из социальной сети Facebook немецкими интернет-СМИ с русского языка на немецкий язык. В качестве материала настоящего исследования были выбраны посты российского дипломата Марии Захаровой с ее официального аккаунта в сети Facebook. В работе рассматриваются основные характеристики блога как интернет-жанра, проводится анализ некоторых особенностей перевода политической речи в Интернете.

К л ю ч е в ы е с л о в а: политический дискурс; интернет-коммуникация; интернет-жанр; блог; перевод.

This article is devoted to the peculiarities of translation of political posts from the social network Facebook by German Internet media from Russian into German. The material for research is the posts of the Russian diplomat Maria Zakharova from her official Facebook account. The main characteristics of the blog as an Internet-genre, analysis of some peculiarities of translation of political speech on the Internet are considered in this study.

K e y w o r d s: political discourse; Internet communication; Internet-genre; blogging; translation.

Вопросы политики были и остаются важной частью общественной жизни любого государства. Взаимодействие и сотрудничество разных стран на международной арене, а также быстрое появление и распространение политических текстов объясняют востребованность общественно-политического перевода. Стремительное развитие информационных и социальных технологий привело к тому, что Интернет стал одним из основных источников информации, аудитория которого растет ежедневно. Сегодня публичная речь политических и государственных деятелей, помимо реальной жизни, все чаще встречается на различных информационных интернет-площадках (блоги, форумы, сайты, социальные сети и т.д.).

Предметом настоящего исследования являются особенности перевода немецкими информационными интернет-изданиями (Der Spiegel, RT DE Zeit-online, Manager magazin) постов политической тематики из социальной сети. Цель работы – анализ особенностей перевода публичной политической речи в социальной сети. Материалом исследования послужили посты российского дипломата Марии Захаровой в рамках блога, который политик ведет на своем официальном аккаунте в социальной сети Facebook.

Политическая коммуникация, согласно определению М. К. Раскладкиной, – это «процесс передачи политической информации, которая «перемещается» между политической и социальной системами, то есть является частью информационного обмена между политическими акторами в ходе их формальных и неформальных взаимодействий» [4, с. 30]. Средства, механизмы и условия политической коммуникации сегодня изучает политическая лингвистика, которая возникла на пересечении двух научных дисциплин лингвистики и политологии.

Одним из основных понятий политической лингвистики является *политический дискурс*. Многие исследователи приводят разные определения данному понятию (Е. Г. Казакевич, А. Н. Баранов, Е. И. Шейгал). Так, О. В. Эпштейн дает следующую формулировку: «Политический дискурс – это совокупность всех речевых актов, а также публичных правил, традиций и опыта, ситуативно детерминированных и выраженных в форме речевых образований, содержание, субъект и адресат которых относятся к сфере политики» [6, с. 8–9]. Необходимо подчеркнуть, что этот вид дискурса обладает своим подязыком (лексикой, фразеологией и паремиологией). Согласно жанровым и стилистическим особенностям политические тексты можно разделить на три разные группы: документально-деловые тексты (конституции и законодательные акты); информационно-описательные тексты (информационные заметки, справочные тексты); публицистические тексты (речи, статьи и т.д.). Материал данного исследования представляет собой пример общественно-политического текста, относящийся к третьей группе.

При анализе особенностей перевода немецкими информационными интернет-изданиями постов политической тематики из социальной сети необходимо уделить отдельное внимание политической коммуникации в интернет-среде и рассмотреть основные функции и характеристики блога как жанра интернет-коммуникации.

Такие свойства Интернета как отсутствие цензуры, анонимность, право самостоятельного поиска и выбора источника информации, возможность мгновенного отзыва играют важную роль в формировании особой коммуникационной среды, где может быть реализована коммуникация любого вида, в том числе и политическая.

Изучение политической коммуникации в Интернете представляет большой интерес многих исследователей. Д. А. Воинов в одной из своих работ дает классификацию политических текстов согласно характеру и структуре содержания. Согласно этой классификации материал настоящего исследования относится к разделу «персональные сайты и блоги политических активистов». Кроме того, посты Марии Захаровой в социальной сети Facebook, в которых дипломат поднимает актуальные вопросы политики, а также комментирует важные политические события, являются примером одного из видов политической активности в Интернете. Д. А. Воинов называет этот вид «участие в обсуждении политических проблем в блогах, сайтах, телеконференциях политических партий (движений), виртуальных сообществ, органов государственной власти» [2, с. 9].

Дипломат, директор департамента информации и печати Министерства иностранных дел Российской Федерации, а также официальный представитель МИД России Мария Владимировна Захарова сегодня считается одним из самых известных российских государственных деятелей, ведущих диалог со странами Запада и США в Интернете. Кроме того, она является одной из инициаторов смены языка официально-делового стиля на язык блогосферы.

Термины *блогосфера* и *блог* часто встречаются в работах ученых, изучающих современные глобальные тенденции. О. В. Лутовинова определяет

понятие *блог* следующим образом: «это сайт (или раздел мультимедийного сайта), содержащий датированные записи текстового и мультимедийного характера с возможностью комментирования, расположенные в обратном хронологическом порядке [3, с. 337]. Для обозначения подобных записей в Интернете служит термин *блоговая запись* (БЗ) или пост.

Практика общения в условиях интернет-среды образует новые речевые жанры и правила коммуникации. Жанр коммуникации, осуществляемой посредством Интернета, называется электронным жанром или интернет-жанром. Блог – это явление, которое сегодня представляет собой новый интернет-жанр со своими характерными стилистическими особенностями. Жанровая модель Л. Ю. Щипициной наиболее точно передает специфику интернет-коммуникации и описывает следующие стилистико-языковые особенности: эмоциональность, экономичность и устно-письменная гибридность [5, с. 225]. Так как эти особенности могут вызвать определенные проблемы при переводе, а задача переводчика включает в себя адекватную передачу смысла, сохранение стиля, объема текста и эмоционального воздействия на читателя, рассмотрим конкретные примеры перевода постов политика Марии Захаровой из сети Facebook и проанализируем их согласно стилистико-языковым параметрам интернет-жанра блог.

1. Эмоциональность (экспрессивность)

• Перевод экспрессивно-окрашенных слов

Под экспрессией в стилистике подразумеваются наложения эмоциональной окраски на самостоятельное лексическое значение слова или словосочетание, а также выражение отношения самого говорящего к называемому явлению при помощи выразительно-изобразительных речевых средств.

Рассмотрим пример перевода экспрессивно-окрашенных слов:

М. Захарова: *Всё, занавес. Дурной спектакль окончен.* – СМИ: *Das war's, der Vorhang ist gefallen. Die schlechte Aufführung ist vorbei.*

Прилагательное *дурной* переведено при помощи нейтрального прилагательного *schlecht*. В переводе не удалось передать ту эмоциональную окраску, которой обладает слово *дурной*.

• Перевод образных и устойчивых выражений, фразеологизмов

Единицы речи, которые употребляются в переносном значении, кроме того, устойчивые выражения и фразеологизмы являются неделимым сочетанием слов. Ошибка при переводе таких выражений может привести к искажению смысла, еще одна сложность заключается в передаче эмоциональной окраски.

Рассмотрим пример:

М. Захарова: *Весь мир, от партера до галерки, наблюдает....* – СМИ: *Die ganze Welt, von der ersten Reihe bis zur Loge, schaut zu...*

Устойчивое выражение *от партера до галерки* Мария Захарова употребляет в переносном значении, в данном контексте *каждый житель планеты*, прямое значение – и с первого ряда до последнего (возможно как метафора). Немецкими СМИ был подобран эквивалент *von der ersten Reihe bis zur Loge*, с помощью которого удалось передать смысл данного выражения, а также сохранить образность.

- Перевод обращений (частный случай)

М. Захарова: *Уважаемый г-н Маас, если Правительство ФРГ...* – СМИ: *Lieber Herr Maas, wenn die deutsche Regierung...*

Обращение на русском языке *уважаемый* переведено словом *lieber*. Дословным переводом является словосочетание *sehr geehrter*, однако оно не эквивалентно с точки зрения стиля. Поэтому прагматически адекватным переводом все же будет слово *lieber*.

II. Языковая экономия

Языковая экономия позволяет говорящему повысить эффективность коммуникации, передавая максимум информации с помощью минимального набора средств. Основными средствами экономии языка являются аббревиатуры, сокращенные формы слов, заимствования.

Рассмотрим два примера перевода средств языковой экономии:

1. М. Захарова: *Цукерберг считает, что РФ, КНР и Иран вмешиваются в подготовку к выборам 2020 года в США.* – СМИ: *Zuckerberg ist überzeugt davon, dass Russland, China und Iran sich in die Vorbereitungsphase der US-Präsidentschaftswahl 2020 einmischen...* 2. М. Захарова: *Вам и “фейкньюз” в соцсетях...* – СМИ: *...dies sei ein Beispiel für falsche Nachrichten, die in sozialen Medien verbreitet werden...*

Если сравнивать выделенные лексические единицы оригинала и перевода в обоих примерах, можно увидеть, что в первом случае аббревиатуры *РФ* и *КНР* в немецком языке не удалось сохранить, так как в нем не принято употребление аббревиатур. Во-вторых, названия стран *Russland* и *China* достаточно короткие, чтобы соответствовать языковой экономии в отличие от полных названий стран: *Russische Föderation* и *Volksrepublik China*. Во втором примере с целью языковой экономии Мария Захарова употребляет заимствованное из английского языка слово *фейкньюз*, русский вариант которого *фальшивые (ложные) новости* является более объемным и громоздким, а также слово *соцсети* – сокращенный вариант термина *социальная сеть*. Данные лексические единицы переведены на немецкий язык полными понятиями *falsche Nachrichten*, *soziale Medien*, а само предложение становится более распространенным. Можно сделать вывод, что сохранение языковой экономии при переводе возможно далеко не во всех случаях по причине уже сложившегося в языке традиционного употребления тех или иных лексических единиц.

III. Устно-письменная гибридность

Устно-письменная гибридность – это использование средств устной речи в письменной:

М. Захарова: *...группа внешнеполитических неудачников, озлобленных и недалеких.* – СМИ: *...eine Gruppe außenpolitischer Versager, verbittert und borniert.*

Автор употребляет слово *неудачники*. В данном контексте оно обретает негативную коннотацию и представляет собой речевую агрессию. Неудачник – человек, которого преследует неудача, которому не везет в чем-либо [7]. Сегодня употребление этого слова более характерно для устной речи. В данном примере для перевода слова *неудачники* был подобран эквивалент

Versager – männliche Person, die [immer wieder] versagt, die das Erwartete nicht leisten kann [8]. В переводе удалось передать данную стилистико-языковую особенность.

Таким образом, к особенностям перевода политических постов российского дипломата Марии Захаровой можно отнести: эмоциональность, языковую экономию и устно-письменную гибридность. В переводах, представленных некоторыми СМИ ФРГ, удалось передать большую часть этих особенностей, как например, перевод обращений, перевод устойчивых выражений, устно-письменную гибридность. Некоторые незначительные отклонения объясняются особенностями строя немецкого и русского языков, а также их стилистическими особенностями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баженова, Е. А. Блог как интернет-жанр / Е. А. Баженова, И. А. Иванова // Вестн. Перм. ун-та. Рос. и зарубеж. филология : науч. журн. / Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – 2012, № 4 (20). – С. 125–131.
2. Воинов, Д. А. Политические амбиции Интернета в России / Д. А. Воинов // Власть. – № 2. – 2007. – С. 88–91.
3. Лутовинова, О. В. Лингво-культурологические характеристики виртуального дискурса / О. В. Лутовинова. – Волгоград : Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. – 477 с.
4. Раскладкина, М. К. Интернет как средство организации информационно-политического пространства России : автореф. дис. ... канд. полит. наук : 10.01.10 / М. К. Раскладкина. – С.-Петербург. гос. ун-т. – СПб., 2006. – 30 с.
5. Щипицина, Л. Ю. Жанры компьютерно-опосредованной коммуникации / Л. Ю. Щипицина. – Архангельск : Помор. ун-т, 2009. – 238 с.
6. Эпштейн, О. В. Прагмалингвистические особенности менасивного речевого акта в политическом дискурсе : на материале английского / О. В. Эпштейн ; Поволж. гос. соц.-гуманит. академия. – Самара, 2010. – 20 с.
7. Современный толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. – М. : Рипол-Норинт ; Санкт-Петербург : Рипол-Норинт, 2008. – 959 с.
8. Duden K. Stilwörterbuch der deutschen Sprache. – Mannheim, 1956.

П. А. Некрасова (*Вологда, ВоГУ*)

СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ РЕАЛИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТА «ОБЗОРНАЯ ПЕШЕХОДНАЯ ЭКСКУРСИЯ ПО ВОЛОГДЕ “КРУЖЕВНАЯ ЛИНИЯ”»

Перевод текста туристического дискурса предполагает передачу его особенностей. Главная сложность при переводе подобного текста – передача реалий. Основными способами при этом являются транслитерация и перевод. Переводчик осуществляет выбор между ними в зависимости от своей задачи. Этот выбор является одной из самых сложных проблем для переводчика, который работает с реалиями, так как многие исследователи определяют реалии как безэквивалентную лексику.

К л ю ч е в ы е с л о в а: межкультурная коммуникация; туристический текст; реалии; перевод; транслитерация.

Translating a tourism discourse text involves conveying its particularities. The main challenge in translating here is to transmit the culture-bound term used. The main ways of transferring culture-

bound terms are transliteration and translation. The translator chooses between them depending on the task of translation. This choice is one of the greatest challenges for the translators who work with the culture-bound terms because many researchers consider the culture-bound terms to be untranslatable.

Key words: intercultural communication; tourist text; culture-bound term; translation; transliteration.

В настоящее время межкультурная коммуникация является важной частью общественной жизни, а туризм – одна из самых быстро развивающихся сфер человеческой деятельности. Для успешного развития туризма большое значение имеет межкультурная коммуникация, посредником которой является переводчик, обеспечивающий услуги, от качества которых зависит эффективность рекламы, побуждающей туристов воспользоваться туристическими услугами.

В настоящий момент туристическая сфера чрезвычайно популярна. Российские города все больше привлекают иностранных туристов, поэтому возрастает потребность перевода на иностранный язык сайтов, предлагающих различные экскурсии по городу и за его пределами.

Трудность перевода в туристической сфере обусловливается межкультурным аспектом перевода. Из-за наличия в текстах множества незнакомых для иностранцев реалий возникает необходимость достоверного перевода, который будет понятен иностранному туристу.

Главным способом достижения межкультурной коммуникации в туристической сфере является создание туристического текста. Дороти Келли определяет *туристический текст* как 'любой текст, который издан общественной или частной организацией, любого назначения: дать информацию, прорекламировать какое-либо место и побудить читателя к посещению этого места' [1, p. 33].

Таким образом, туристический текст можно определить как рекламный текст. Это объясняется тем, что он «рекламирует» город и его достопримечательности, а также предоставляет возможность заинтересовать иностранных туристов и вызвать у них желание посетить представленные объекты города. Именно туристический текст используется как компонент стратегии маркетинга в сфере туризма.

Создание туристического текста – один из видов коммуникации, поэтому при переводе необходимо учитывать функции, которые он выполняет. Целью создания туристического текста является не только предоставление информации, но и оказание эмоционального воздействия, так как туристический текст должен «продать» туристический продукт.

Таким образом, можно выделить следующие функции туристического текста.

1. Коммуникативная функция заключается в передаче определенного объема информации.

2. Регулятивная функция означает то, что текст должен оказать влияние на человека и на его поведение [2, с. 174–177].

Переводчик должен в первую очередь сохранить регулятивную функцию. Она обеспечивается за счет наличия стилистически маркированной лексики, наличия оценочной, экспрессивно окрашенной информации, использования стилистических приемов, тропов и фигур и т.п. [3].

Важными особенностями текстов туристического дискурса являются употребление прецизионной лексики и использование преимущественно положительной коннотации.

Туристический текст должен отвечать следующим принципам: побудительность, доступность, персонализация, информативность и экспрессивность. Зачастую туристические тексты не отвечают всем принципам, но это не должно мешать переводчику выполнять качественный перевод.

Важной особенностью любого туристического текста является наличие в нем большого количества реалий разного вида. Опираясь на книгу «Непереводимое в переводе» С. Влахова и С. Флорина, *реалии* можно определить как «слова (или словосочетания), называющие объекты, характерные для жизни (быта, культуры, социального и исторического развития) одного народа и чуждые другому; будучи носителями национального и/или исторического колорита, они, как правило, не имеют точных соответствий (эквивалентов) в других языках, а, следовательно, не поддаются переводу на общих основаниях, требуя особого подхода» [4, с. 47].

Многие лингвисты определяют реалии как слова, не имеющие эквивалента в другом языке. Следовательно, редко можно найти какой-либо аналог в словаре. Утверждать, что реалии не подлежат переводу, было бы неверным, так как передача реалии в тексте перевода является важным условием адекватности. Туристические тексты, как правило, содержат множество реалий, и тогда возникает вопрос, как их переводить.

Все способы передачи реалий можно обобщить и свести к двум основным: перевод и транскрипция/транслитерация.

Решение вопроса о выборе приема при переводе реалии зависит от задачи, которая стоит перед переводчиком. Переводчик выбирает либо сохранить колорит языковой единицы и пожертвовать семантикой, либо передать значение реалии и утратить колорит. Колорит представляет собой ту окрашенность слова, которая отражает культуру данного народа или страны. Именно колорит из нейтральной лексической единицы создает реалию. При этом реалии не всегда сохраняют колорит, многие из них с течением времени теряют свою «экзотичность». Например, иногда иноязычная реалия настолько утверждается в языке, что никто уже не воспринимает как что-то чужое.

Материалом для данной работы послужил текст с Официального туристского портала Вологды «Обзорная пешеходная экскурсия по Вологде “Кружевная линия”» (таблица). Данный текст определенно выполняет коммуникативную функцию, т.е. передает читателю информацию об экскурсии. Но регулятивная функция прослеживается достаточно слабо: в тексте экскурсии практически отсутствует экспрессивная лексика и лексика с положительной коннотацией.

Обзорная пешеходная экскурсия по Вологде «Кружевная линия» Вологда – кружевная столица России с уникальными традициями деревянного зодчества, кружевоплетения, храмовой архитектуры и иконописи. «Кружевная линия» – обзорная пешеходная экскурсия по историческому центру города Вологды, обозначенная специальной разметкой на тротуаре. Протяженность маршрута: 4,3 км. Время: 2,5 часа. За два с половиной часа вы увидите главные достопримечательности города: Вологодский кремль, каменные храмы, памятники деревянного зодчества, символ местного говора – букву «О» и, конечно, тот самый резной палисад! Узнаете, почему Вологда не стала столицей опричнины; почему город называли «подстоличной Сибирью»; где и когда изобрели рецепт вологодского масла; раскроете секрет прочности вологодского кружева. Стоимость 2 400 Р, единая для группы до 10 человек. Как заказать экскурсию «Кружевная линия»? Звони: 8 800 550 41 61 Пиши: info@vologdatourinfo.ru Приходи: г. Вологда, Советский пр-т, 6, 3 этаж	Sightseeing walk tour “Lace line” around Vologda Vologda is the lace capital of Russia with its unique traditions of wooden architecture, lacemaking, church architecture and icon painting. “Lace line” is a sightseeing walk tour around the historical center of Vologda marked with lace-looking lines on the sidewalk. The length of the route is 4,3 kilometres. The duration is 2,5 hours. Over a 2,5 hour-long walk, you will see the main sights of the city: Vologda Kremlin, stone churches, wooden architecture monuments, the symbol of the local dialect – the monument to the letter “O”, and naturally the carved palisade which is known because of the famous song! You will learn why Vologda didn’t become the center of Oprichnina – a state policy implemented by Tsar Ivan the Terrible in Russia between 1565 and 1572; why Vologda was called “Siberia close to the capital”; where and when the recipe of Vologda’s butter was created; you will reveal the secret of Vologda’s lace. The price of the tour is 2 400 rubles for the group of 10 people. How to buy the tour “Lace line”? Telephone: 8 800 550 41 61 E-mail: info@vologdatourinfo.ru Address: 3rd Floor, Sovetsky Avenue, 6, Vologda
---	--

Рассмотрим подробнее некоторые особенности перевода этого текста.

Первой реалией, которая может представить проблему для перевода является сочетание *храмовая архитектура*. В толковом словаре С. И. Ожегова слову *храм* дается следующее определение: «здание для богослужения, церковь» [5]. Этому определению соответствуют два английских слова: *temple* и *church*. Для слова *temple* словарь «Cambridge Dictionary» дает следующую словарную статью: «a building used for the worship of a god or gods in some religions» («здание, используемое для поклонения богу или богам в некоторых религиях») [6]. Для перевода следует рассмотреть значение слова *church*. Согласно словарю Cambridge Dictionary английское слово *church* означает «a building for Christian religious activities» («здание для религиозной деятельности христиан») [6]. Известным фактом является то, что в России

самая распространенная религия – православие. Следовательно, слово *church* в данном контексте наиболее подходящий вариант перевода русской реалии *храм*.

Следующая вологодская реалия, встречающаяся в данном тексте, – *резной палисад*. Она может быть переведена на английский язык как *carved palisade*. *Carved* образован от глагола *to carve*, согласно «Cambridge Dictionary» это означает «to make something by cutting into especially wood or stone» («изготавливать что-то путем вырезания, особенно дерево или камень») [6]. *Palisade* – это «a strong fence made out of wooden or iron poles that is used to protect people or a place from being attacked» («крепкий забор из деревянных или железных столбов, который используется для защиты людей или места от нападения») [Там же]. Семантика обоих определений подходит в данном контексте, следовательно, русское слово *резной палисад* переводится на английский как *carved palisade*.

В тексте упоминается период в истории России – опричнина. Так как иностранный турист может не иметь информации о том, какой период в истории России называется опричниной, благоразумно будет использовать следующий подход: транслитерировать понятие *oprichnina*, так как именно этот способ передачи исторической реалии уже устоялся в английском языке. Но не все знают, что такое опричнина, следовательно, логично будет включить в перевод краткое пояснение: «Oprichnina – a state policy implemented by Tsar Ivan the Terrible in Russia between 1565 and 1572» («Опричнина – государственная политика, проводимая Иваном Грозным в период с 1565 по 1572»).

Особую сложность представил перевод реалии *подстоличная Сибирь*. Когда-то Вологду называли так, поскольку она была одним из мест политической ссылки, при этом, по сравнению с Сибирью, находилась относительно недалеко от Москвы. В данном случае был выбран описательный перевод, который поясняет семантику данной реалии: *Siberia close to the capital*.

Как отмечалось ранее, туристические тексты отличаются наличием прецизионной лексики, перевод которой в данном тексте предполагает перевод адреса, т.е. перевод топонимов. Следует заметить, что в данном случае топоним *Вологда* переводится транслитерацией как *Volodga* (транслитерация). Выбор между «v» и «w» был сделан в пользу «v», так как именно эта буква латиницы соответствует «в» в кириллице и характерна для английского языка. Топоним *Советский проспект* был переведен с помощью транслитерации, так как это адрес. Если заменить *prospect* на *avenue*, то такой перевод может вызвать у туриста затруднения при поиске объекта.

Анализ показал, что текст экскурсий с Официального туристского портала города Вологды «Обзорная пешеходная экскурсия по Вологде “Кружевная линия”» содержит 7 реалий, преобладают следующие этнографические реалии, связанные с бытом (храм, масло, резной палисад), общественно-политические реалии (опричнина, «подстоличная Сибирь»), а также ряд топонимов (Вологда, Советский проспект).

Для передачи реалий данного текста наиболее частотным оказался полный перевод. Это связано с наличием в английском языке лексики с похожей семантической наполненностью. Другой способ передачи реалий данного текста – транслитерация. Она была использована в случаях, когда реалия не имела ни одного лексического соответствия в английском языке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Kelly, D. The translation of Texts from The Tourist Sector: Textual conventions, cultural distance and other constraints / D. Kelly // TRANS. – 1997. – № 2. – P. 33–42.
2. Сабитова, Л. Р. Туристический текст как разновидность рекламного текста / Л. Р. Сабитова // NovaInfo. Ru. – 2018. – Т. 1, № 78. – С. 174–177.
3. Филатова, Н. В. Перевод туристических текстов: вопросы теории и методики / Н. В. Филатова // Вестн. Перм. нац. исслед. политехнич. ун-та. Проблемы языкознания и педагогики. – 2019. – № 3.
4. Влахов, С. Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – R. Valent, 2009.
5. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов. – М. : АСТ, 2018. – 736 с.
6. Cambridge Dictionary Online: Free English Dictionary and Thesaurus [Electronic resource]. – Mode of access : <https://dictionary.cambridge.org/ru/>. – Date of access : 02.12.2020.

Е. В. Ядевич (Минск, МГЛУ)

ЯЗЫКОВАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ КАУЗАЛЬНОСТИ В РАЗНЫХ ЖАНРАХ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ДЕЛОВОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

В рамках данной статьи рассматривается понятие *каузальность*. Анализируются тексты немецкоязычной дипломатической и коммерческой переписки с целью определить их особенности и возможности передачи причинно-следственных отношений при переводе на русский язык.

К л ю ч е в ы е с л о в а: перевод; каузальные отношения; коммерческая переписка; дипломатическая переписка; немецкий язык.

This article considers the concept of causation. German diplomatic and commercial correspondence is analyzed in this article in order to identify its special features and the possibilities during translation cause and effect constructions into Russian.

Key words: translation; causation; commercial correspondence; diplomatic correspondence; German language.

Деловая переписка занимает важную роль в работе любой организации или учреждения. Умение адекватно и грамотно излагать свои мысли на бумаге является одним из ключевых навыков успешного работника. Официальные деловые письма могут быть составлены по различным поводам: это заявления, просьбы, приказы, запросы, претензии, благодарственные письма и т.п. Их главными функциями являются передача информации, регуляция официальных отношений, предписание или воздействие.

В условиях глобализации в XXI в. значительно увеличился объем международной деловой переписки. Широкое отражение в таких текстах находит языковое выражение категории каузальности, или причинности, что, как представляется, связано с необходимостью логически обосновать те или иные речевые действия.

Категория каузальности считается одной из самых важных категорий, отражающих опыт освоения мира и играющих существенную роль в его понимании. Свое начало казуальность берет из философии, где под ней понимали «необходимую генетическую связь явлений, из которых одно (причина) обуславливает другое (следствие)» [1, с. 800].

Исходя из этого, в лингвистике под данной категорией понимают две субкатегории: причину и следствие. Единого общепринятого определения не существует, что связано, очевидно, с широтой данного понятия. Поэтому зачастую в один ряд с вышеуказанными субкатегориями ставят целевые и уступительные отношения. В данной работе под термином *причинность* понимается собственно причина, обоснование и аргументация.

В ходе исследования были проанализированы тексты двух подстилей официально-делового стиля: дипломатические (вербальные и циркулярные ноты) и административно-канцелярские (коммерческая переписка). В данных текстах были определены основные способы выражения каузальных отношений и выявлены особенности их передачи при переводе на русский язык.

Сопоставительный анализ текстов дипломатической и коммерческой переписки показал, что несмотря на то, что оба жанра являются подстилями одного, официально-делового стиля, инструментарий, используемый в текстах для выражения причинно-следственной связи, отличается набором языковых средств, а при переводе предложений с причинно-следственной связью зачастую используются разные стратегии.

В процессе исследования текстов дипломатической и коммерческой переписки обнаружено, что причинно-следственные отношения в равной степени находят отражение в текстах обоих подстилей. В текстах дипломатической переписки чаще требуется указание на конкретные данные, что выражается, в свою очередь, в количестве предложений с использованием различных средств каузальности. В вербальных нотах, например, крайне редко встречаются тексты с менее, чем тремя предложениями, в смысловой канве которых представлена причинно-следственная связь. В коммерческой переписке это зачастую лишь одно предложение в письме [2].

В текстах обоих проанализированных стилей причинно-следственные отношения чаще представлены в составе сложных предложений. Однако в расположении придаточных частей, заключающих в себе каузальные отношения, отмечается существенная разница. Так, в дипломатической переписке придаточные предложения чаще всего располагаются в начале предложения, а в коммерческой – в конечной позиции. Гораздо реже придаточные используются в интерпозиции в обоих случаях. Важно отметить, что при переводе данная тенденция сохраняется.

Анализ языковых средств выражения казуальности в текстах официально-делового стиля показал, что наиболее употребительными способами выражения причинности в текстах обоих подстилей являются грамматические средства, далее по частотности следуют словообразовательные средства, лексические средства выражения причинно-следственных отношений наименее частотны.

Проанализировав сопоставимое количество немецкоязычных текстов коммерческой и дипломатической переписки, можно сделать вывод, что набор грамматических средств, использующихся в коммерческой переписке для выражения причинно-следственной связи, несколько шире средств, представленных в дипломатических текстах [3]. Так, например, наряду с инфинитивной группой *um...zu* и некоторыми союзами (*da, dass*), используемыми в текстах обоих жанров, в коммерческой переписке встречаются союзы *deshalb, also, denn* и *wenn*, применение которых в дипломатической переписке отмечено не было.

При этом прямого перевода союза иногда оказывается недостаточно, что обуславливает необходимость использования других средств: *Hinsichtlich der in Berlin sichergestellten Ikonen wird auf die hiesige Verbalnote vom 07. Juni 1999 verwiesen, in der insbesondere darauf hingewiesen wurde, dass das Ersuchen nicht den Anforderungen des Paragraphs 66 des Gesetzes über die Internationale Rechtshilfe (IRG) in Strafsachen entspricht, **und** gebeten wurde, das Ersuchen zu ergänzen.* ‘В отношении икон, доставленных в Берлин, Министерство ссылается на свою вербальную ноту от 7 июня 1999 года, в которой указывается в частности на то, что запрос не соответствует требованиям статьи 66 Закона о международной правовой помощи по уголовным делам, **в связи с чем** была высказана просьба дополнить материалы дела’.

Использование предлогов с причинным значением отмечается как активное, однако в дипломатической переписке наиболее употребительным является предлог *unter*, за ним по частотности следуют *für* и *zu*. В коммерческой же переписке часто используются предлоги *gemäß, in* и *durch*, последний из которых не встречался в проанализированных текстах дипломатии.

Следует отметить, что при переводе не всегда существует необходимость повторения грамматических особенностей текста деловой переписки. Существуют случаи, когда логичным представляется объединение двух единиц, а именно, предлогов и предложно-падежных групп, выражающих причинные значения в немецком языке, в одну, использующуюся для этой цели в русском языке (*Der Auswärtige Amt beehrt sich, der Botschaft der Russischen Föderation **auf** ihre Verbalnote Nr. 1920/H vom 12. Juli 2005 **und unter Bezugnahme** auf eine Verbalnote vom 22. Dezember 2004 – gleiches Gz. – mitzuteilen, dass die Bundesregierung der Errichtung einer honorarkonsularischen Vertretung in Stuttgart zustimmt und Herrn Dr. Klaus Mangold am 19. Juli 2005 das Exequatur als Honorarkonsul erteilt hat.* ‘Министерство иностранных дел Федеративной Республики Германия, **ссылаясь на** вербальную ноту Посольства Российской Федерации № 1920/H от 12 июля 2005 года **и** свою

вербальную ноту от 22 декабря 2004 года с идентичным указанному в настоящей ноте номеру регистрации, имеет честь сообщить, что Правительство Федеративной Республики Германия дает свое согласие на учреждение Бюро Почетного Консула в Штутгарте и заверяет в том, что 19 июля 2005 г.-ном Клаусом Мангольдтом была получена консульская экзекватура’).

При этом были также отмечены случаи, когда передать каузальность через предположно-падежные группы, как это делается в немецком языке, в русском языке оказывается невозможно, в связи с чем переводчик использует синтаксические трансформации, например, вклинивание (*Die Botschaft der Russischen Föderation bezeugt dem Auswärtigen Amt der Bundesrepublik Deutschland ihre Hochachtung und beehrt sich, die Gratulation der Russischen Föderation zur Wahl der Bundesrepublik Deutschland in den Wirtschafts- und Sozialrat der Vereinten Nationen (ECOSOC) bei den Wahlen, die am 29. Oktober d.J. im Laufe der 54. Vollversammlung stattgefunden haben, zu übermitteln und die Hoffnung auf eine weitere konstruktive Zusammenarbeit der Delegationen unserer Staaten im ECOSOC bei der Lösung der aktuellen Probleme der sozialökonomischen Tätigkeit der Vereinten Nationen zum Ausdruck zu bringen.* ‘Посольство Российской Федерации свидетельствует свое уважение Министерству иностранных дел Федеративной Республики Германия и имеет честь передать поздравления Российской Федерации **в связи с избранием** Федеративной Республики Германия в Экономический и Социальный Совет ООН на состоявшихся 29 октября этого года выборах в ходе 54-й сессии Генеральной Ассамблеи, а также выразить надежду на дальнейшее конструктивное сотрудничество делегаций наших государств в Экономическом и Социальном Совете ООН при решении актуальных проблем социально-экономической деятельности ООН.’), или опущение (*Das Auswärtige Amt beehrt sich, der Botschaft der Russischen Föderation als Anlage eine Verkehrsunfallanzeige betreffend das Fahrzeug mit dem amtlichen Kennzeichen 0-140-133 mit der Bitte um Kenntnisnahme zu übersenden.* ‘Министерство иностранных дел Федеративной Республики Германия имеет честь **для ознакомления** препроводить данную ноту Посольству Российской Федерации извещением с информацией о дорожно-транспортном происшествии с участием транспортного средства, регистрационный знак 0-140-133’).

К словοобразовательным средствам выражения каузальности в искомых текстах следует отнести местоименные наречия, однако их набор указывает на определенные различия. В дипломатической переписке широко распространены наречия *dabei, somit, daraufhin u hiermit*, в текстах же коммерческой переписки чаще используются наречия *dadurch, dafür, insoweit*.

Кроме того, в коммерческой переписке отмечено использование сложных существительных, которые крайне редко встречаются в текстах дипломатии. При переводе текстов вербальных нот был, однако, зафиксирован один случай употребления сложного слова *Teilnehmergebühr* (*Die Teilnehmergebühr beträgt 5000.-ö.S. und umfasst neben dem Teilnehmerbeitrag*

die Unterbringung und Verpflegungskosten. ‘Регистрационный взнос за участие в конференции составляет 5 000 австрийских шиллингов, в стоимость, помимо членского взноса, входит плата за проживание и питание’).

К лексическим средствам выражения причинных отношений в проанализированных текстах следует отнести, в первую очередь, имена существительные *Grund* ‘причина’ и *Begründung* ‘обоснование’, использование которых в обоих жанрах официальной переписки закономерно объясняется их семантикой. Использование аналогичных глаголов, таких как *sich ergeben* ‘происходить’ или *zurückführen* ‘объясняться’, удалось установить только в дипломатических текстах.

Помимо всего вышеперечисленного, для обоих жанров характерно наличие вводных конструкций с причинным значением или соответствующих бессоюзных сложных предложений. Особенностью коммерческой переписки является при этом фиксация двух простых или сложных предложений, связанных бессоюзной связью, первое из которых заключает в себе причину, а второе – следствие.

При переводе на русский язык для связи предложений в потоке письменной речи представляется в этом случае целесообразным вводить дополнительные слова или вводные конструкции (*Informieren Sie uns bitte, falls ein vorübergehender Liquiditätsengpass Sie momentan an der Bezahlung hindert. Möglicherweise finden wir gemeinsam eine Lösung.* ‘Просьба сообщить нам о возможной временной невозможности оплатить заказ. **В таком случае** мы постараемся совместными усилиями найти компромисс’).

В отношении текстов дипломатической переписки следует отметить их регламентированный характер, что также следует учитывать при переводе.

Начинаются вербальные ноты, как правило, с комплимента: *Die Botschaft der Russischen Föderation bezeugt dem Auswärtigen Amt der Bundesrepublik Deutschland ihre Hochachtung und beehrt sich...* ‘Посольство Российской Федерации свидетельствует свое уважение Министерству иностранных дел Федеративной Республики Германия и имеет честь...’.

Форма прощания выглядит следующим образом: *Das Auswärtige Amt benutzt diesen Anlaß, die Botschaft der Russischen Föderation erneut seiner ausgezeichneten Hochachtung zu versichern.* ‘Министерство пользуется настоящим случаем, чтобы возобновить Посольству уверения в своем весьма высоком уважении’. В данном предложении находит отражение категория каузальности (пользуется случаем с какой целью?), выраженная в бессоюзном сложном предложении при помощи инфинитивной группы. При передаче данного предложения на русский язык используется союз *чтобы*, что соответствует языковой традиции.

Таким образом, в текстах официально-делового стиля используется разнообразный набор средств выражения причинно-следственной связи. Подбор адекватного эквивалента при передаче каузальных отношений требует, в свою очередь, профессионального владения соответствующим языковым инструментарием и умения грамотно использовать переводческие трансфор-

мации. При этом следует помнить, что «использование языковых средств в пределах функциональных стилей подчиняется исторически сложившимся традициям словоупотребления» [4, с. 69], а значит, от переводчика требуется не только поиск вариантов перевода, но и знание норм и правил соответствующего языкового оформления текстов определенного стиля и его конкретных жанров.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Медведева, И. А.* Причина и следствие / И. А. Медведева // Новейший филологический словарь / под общ. ред. А. А. Грицанова. – Минск : Науч. изд., 1999. – С. 800–801.
2. *Берзина, Г. П.* Функционально-семантическое поле уступительности в современном немецком языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Г. П. Берзина ; Новосиб. гос. пед. ун-т. – Новосибирск, 2002. – 29 с.
3. *Юдина, Л. Д.* Немецкий язык : дипломатическая переписка : учеб. пособие для студентов IV курса фак. МО : уровень С1 / Л. Д. Юдина – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : МГИМО-Университет, 2008. – 225 с.
4. *Рахманин, Л. В.* Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов : учеб. пособие / Л. В. Рахманин. – М. : Флинта : Наука, 2012. – 256 с.

СОВРЕМЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА И ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПЕРЕВОД

Ли Лунь (Минск, БГУ)

КРАТКИЙ АНАЛИЗ ЭСТЕТИЧЕСКОЙ ЦЕННОСТИ В ЛИТЕРАТУРНОМ ПЕРЕВОДЕ

В статье рассматривается художественный перевод как литературный процесс, направленный на передачу не только смысла, но и эстетической функции. Рассмотрение текстов переводов с точки зрения эстетики и эстетической оценки представляется актуальным для переводоведения и в целом для лингвистической науки.

К л ю ч е в ы е с л о в а: эстетическая ценность; перевод; художественный перевод; адекватность перевода; эквивалентность; художественного текста.

The article examines literary translation as a literary process aimed at conveying not only meaning, but also an aesthetic function. The consideration of translation texts from the point of view of aesthetics and aesthetic assessment is relevant for translation studies and for linguistic science in general.

K e y w o r d s: aesthetic value; translation; literary translation; translation adequacy; equivalence; literary text.

Признаком успеха литературного произведения является то, что чтение переведенного текста доставит удовольствие читателям красотой, отражающей эстетическую ценность произведения. Это требует от переводчика понимания времени, истории, культуры, идеологии и политики, литературного творчества, а также среды, в которой находится автор. В процессе перевода необходимо учитывать культурные различия между странами и культурные традиции, а также иметь глубокое понимание смысла языка.

Концепции, относящиеся к данному исследованию, включают:

- эстетическую функцию;
- эстетическую норму;
- эстетическую ценность.

Эстетическая функция произведения искусства тесно связана с концепцией символов, и ее роль намного шире, чем роль самого искусства. Все, что не обязательно относится к области искусства, может приобрести эстетическую функцию. Через человека эстетическая функция влияет на общество и его отношения с реальностью.

Сфера искусства также включает различные жанры художественных текстов и их переводы, потому что каждый перевод становится самостоятельным произведением. Одна из важнейших функций такого рода текста – эстетика, так как помимо передачи информации, например, текст литературного произведения должен также влиять на реципиента и вызывать внутренние эмоции.

Следующим понятием является эстетическая норма, неразрывно связанная с функцией. По представлению Я. Мукаржовского «норма, с одной стороны, это правило, образец, относительно которого стоит оценивать все

остальное. Но в каждой оценке, видимо, присутствует элемент субъективности, а настоящая норма не зависит от воли индивида. При этом может параллельно существовать несколько норм, которые не являются окаменевшими, а могут изменяться. Такими нормами можно назвать и нормы языка в литературном произведении» [1, с. 88].

Стремление к эстетической ценности при переводе литературных произведений не только отражает уважение к авторам произведений, но и отражает ответственность переводчика перед читателем.

Эстетическая ценность – это термин, используемый для обозначения объекта эстетических отношений в его положительном значении. Разница между понятиями эстетической ценности заключается в том, как понимаются ее источник, основа, сущность. Это либо Бог (Фома Аквинский, неотомизм), идея (Платон, Г. Гегель), человеческие чувства (Д. Сантаяна, Д. Дьюи), естественный закон (Э. Берк, В. Хогарт), антропологически понимаемая сущность человека (Д. Фейербах), либо социальные отношения, складывающиеся в процессе социально-исторической практики [2, с. 115].

Эстетическая ценность имеет объективность в двух аспектах: во-первых, она представляет определенные объекты, вещи и явления с определенными атрибутами, а во-вторых, она имеет определенное объективное значение для людей и общества. Освоение эстетических ценностей осуществляется в процессе оценки, которая включается в эстетический опыт, вкус и идеалы. Согласованность эстетической ценности и эстетической оценки определяет достоверность эстетических суждений. Эстетическая ценность может создаваться в различных видах человеческой деятельности, потому что творчество также отражается в ней «по законам красоты» (К. Маркс). Особым видом эстетической ценности является художественная ценность [2, с. 117].

Художественные тексты можно определить как коммуникативные словесные произведения, эстетическая ценность которых проявляется в процессе восприятия. Текст литературного произведения охватывает все жанры романа, литературной критики и публицистики.

Перевод художественного текста – это сложный и многогранный процесс, требующий творческого подхода. Литература выражается не только как рациональность, но и как художественное и эстетическое понимание действительности. Еще более высокие требования переводчики художественных текстов предъявляют к самому автору. Эстетическая ценность произведения и степень влияния на эмоции читателей зависят от способа и формы реализации содержания [3, с. 55].

В художественных текстах используются все стилистические единицы и приемы, но все эти стилистические элементы включены в особую литературную систему и имеют новые эстетические функции. Конечно, художественные тексты можно разделить на типы, например, на соответствующие литературные жанры, и тогда каждому типу присущи свои художественные, языковые и функциональные характеристики. Хотя круг тем, охватываемых литературными произведениями, ограничен (жизнь человека, его внутренний мир), методы их раскрытия бесконечно разнообразны.

Как настоящий мастер языка, писатель стремится найти новые способы художественного самовыражения, чтобы выделиться среди коллег и привлечь внимание читателей к вечным проблемам, одновременно поднимая новые темы.

По словам Г. Гегеля, «источником художественных произведений является свободная деятельность фантазии, которая в создании своих воображаемых объектов еще более свободна, чем сама природа» [4, с. 189].

Художественные тексты дольше других остаются актуальными. Научные труды, излагающие визионерские догадки о тех или иных аспектах Вселенной, живут, самое большее, несколько веков, затем переходят в разряд работ, важных с исторической точки зрения, но устаревших в смысле полноты знаний об окружающем мире. Дипломатические документы живут еще меньше, а образцы публицистической и разговорной речи и вовсе можно назвать «эфмерными». Но произведения искусства живут тысячелетиями. На переводы этих почти вечных литературных произведений отводится несравненно мало времени. Оригиналы не устаревают, только старые переводы заменяются новыми. Например, перевод, не воспроизводя полного содержания оригинала, отражает одну из его возможных интерпретаций, а развивающееся общество способно видеть новые грани великого оригинального произведения и требует нового перевода. Часто художественный текст оказывается «многослойным»: за поверхностным уровнем сюжета могут появляться глубокие уровни идей, символов, образов, которые трудно перенести в новую культурно-эстетическую среду, что делает невозможным сохранить весь объем художественных средств, используемых для раскрытия плана содержания [5, с. 200].

Художественный перевод – наиболее сложный и многогранный вид переводческой деятельности, характеризующийся своеобразием языковых средств и выразительностью, этнокультурной спецификой и индивидуальностью авторского творчества. Вышеупомянутые элементы считаются «непереводимыми» и неповторимыми при переводе. «Действительно, если художник не может сам повторить то, что было создано им в момент вдохновения, то есть в определенный момент жизни, в определенной ситуации, под воздействием определенных эмоций и идей и в определенном окружении, то как же может это повторить переводчик, другой человек, в другой жизненной ситуации, в другом эмоциональном состоянии, да еще и средствами другого языка?» [5, с. 31].

Китайский писатель Фу Лэй, переводчик ряда французских произведений, отметил, что в художественном переводе чувства, эмоции и понимание тесно связаны и определяют конкретный тип перевода для переводчика. Такого мнения придерживается и китайский литературовед Се Чжоу, один из лучших переводчиков произведений Чехова.

Если общая теория перевода считается уже полностью разработанной и формализованной, то эстетические проблемы художественного перевода остаются и требуют дальнейшего исследования.

Основной задачей во время процесса художественного перевода является передача художественно-эстетических качеств исходного текста и соз-

дание самостоятельного цельного художественного произведения на языке перевода. Для этого переводчик может жертвовать некоторыми деталями исходного текста и более свободно выбирать необходимые в данном случае средства [6, с. 115].

Эстетическая ценность произведения, которую определяют, как «способность вещи служить средством для достижения какой-либо цели» [6, с. 116], соотносится как с эквивалентностью, так и с адекватностью.

Говоря об «адекватности» и «эквивалентности», В. Н. Комисаров и С. Г. Бархударов – вольно или невольно – сближаются с подходом к проблеме Я. Мукаржовского, ср., например, В. Н. Комиссаров об «оценочном характере» в связи с эквивалентностью [6, с. 120]. Нужно однако заметить, что в процессе оценки перевода (т.е. при присваивании определенной эстетической оценки) эквивалентность оценивается наряду с адекватностью, поскольку при восприятии эти понятия не разделяются, а все произведение оценивается целиком.

Эстетическая функция соотносится с адекватностью перевода, потому что для выполнения текстом этой функции переводчик будет скорее стремиться более понятно передать информацию и выразить чувства героев, чем пытаться сохранить эквивалентность перевода и оригинала. Иными словами, реализация эстетической функции перевода казалась информантам более важной, чем эквивалентность. Эстетическая норма связана с адекватностью, ориентируясь не столько на нормы языка оригинала, сколько на нормы языка перевода, соответствующие языковому коллективу и индивиду-носителю данного языка.

Эстетическая ценность перевода в разной степени соотносится с эквивалентностью и адекватностью в каждом отдельном переводе в зависимости от того, какой стратегии придерживается переводчик.

Текст художественного произведения содержит множество видов импликатур, что позволяет предположить, что анализ переводимого текста должен быть комплексным и всесторонним, чтобы исключить видение переводчиком текста художественного произведения как чисто лингвистический феномен и игнорирование таких важных моментов, как культурно-философский фон произведения, семиотическая насыщенность текста, коммуникативная организация смысла и уровень лексической связности. Неслучайно в науке сформировалась крайняя точка зрения, в соответствии с которой смыслы настолько специфичны для каждой культуры, что вообще не могут быть адекватно переведены с языка на язык.

Перевод как целое тем совершеннее, чем лучше удалось переводчику преодолеть его противоречивость. Вот почему к искусству перевода, кроме требований, общих для переводной и оригинальной литературы, предъявляется еще специфическое требование: переводчику необходимо примирить противоречия, вытекающие из двойственного характера переводного произведения. Если использовать слова Ж. Деррида, то можно сказать, что перевод является способом производства различий, в данном случае языковых. Именно поиск различий – не стремление сделать перевод как можно более

близким оригиналу, а работа по поиску своеобразия в языке, на который осуществляется перевод, – составляет сложность работы и определяет мастерство переводчика.

Двойственность эстетической нормы переводческого искусства приводит к расхождениям критиков при оценке конкретных переводов; красоту и верность часто противопоставляют как взаимоисключающие качества. Поэтому и критика переводов часто сводится к мелким придиркам и выявлению, прежде всего, недостатков переводческого труда. Однако, на наш взгляд, о качестве перевода, как и всякого произведения искусства, свидетельствует не метод, который во многом обусловлен материалом и этапом развития культуры, а способ применения этого метода переводчиком.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Мукаржовский, Я.* Исследования по эстетике и теории искусства / Я. Мукаржовский. – М. : Искусство, 1994. – 606 с.
2. *Овсянникова, М. Ф.* Краткий словарь по эстетике / М. Ф. Овсянникова. – М. : Просвещение, 1983. – 224 с.
3. *Виноградов, В. С.* Лексические вопросы перевода художественной прозы / В. С. Виноградов. – М. : Высш. Школа, 1986. – 336 с.
4. *Гарбовский, Н. К.* Теория перевода: учебник / Н. К. Гарбовский. – М. : МГУ, 2004. – 544 с.
5. *Бахтин, М. М.* Вопросы литературы и эстетики / М. М. Бахтин. – М. : Худ. лит-ра, 1975. – 504 с.
6. *Комиссаров, В. Н.* Современное переводоведение / В. Н. Комиссаров. – М. : ЭТС, 2001. – 424 с.

И. И. Большунова (Минск, БГУ)

ОППОЗИЦИЯ «ГОРОД–ДЕРЕВНЯ» ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ПСИХОГЛОСС ГЕРОЕВ ПОВЕСТИ В. М. ШУКШИНА «БРАТ МОЙ...»

Тема увядания родной деревни – одна из главных тем в творчестве В. М. Шукшина. Являясь одним из представителей младшего поколения «деревенской прозы», писатель часто посвящал свои произведения анализу нарастающего влияния урбанизации на традиционный деревенский уклад жизни. В повести «Брат мой ...» тема обнищания деревни транслируется через взаимоотношение двух братьев – Ивана и Сени. Речь каждого из братьев представлена индивидуальным набором языковых средств, совокупность которых и составляет их лексическую и когнитивную психоглоссу.

К л ю ч е в ы е с л о в а: деревенская проза; когнитивная психоглосса; лексическая психоглосса; типологизация героев; шукшиноведение.

The theme of the wilting of the native village is one of the main themes in the work of V. M. Shukshin. Being one of the representatives of the younger generation of “village prose”, the writer often devoted his works to the analysis of the growing influence of urbanization on a traditional village way of life. In the story “My brother ...” the theme of the impoverishment of the village is broadcast through the relationship of two brothers – Ivan and Senya. Each of the brothers is endowed with an individual set of linguistic means, the totality of which constitutes their lexical and cognitive psychogloss.

Key words: village prose; cognitive psychogloss; lexical psychogloss; typology of heroes; shukshinology.

В отличие от большинства представителей деревенской прозы старшей волны – А. И. Солженицына, Ф. А. Абрамова, В. И. Белова, В. Г. Распутина – центральной проблемой современного ему общества В. М. Шукшин видел не разрушающую роль человека в храме природы, а внутреннее разрушение самой деревни ее жителями и приезжими. В. Ф. Горн отмечает огромное влияние творчества В. М. Шукшина на дальнейшее становление характеров в русской литературе: «Многие герои имеют типологическое значение: они помогают понять массовые и важные для современного общества процессы» [1, с. 33].

Впервые в отечественной лингвистике определение понятия *психоглосса* дано в работах Ю. Н. Караулова. Психоглосса – это «единица языкового сознания, отражающая определенную черту языкового строя или системы родного языка, которая обладает высокой устойчивостью к вариациям и стабильностью ко времени, то есть интегрирует свойства изоглоссы и хроноглоссы на уровне языковой личности» [2, с. 157–158].

В работах современных лингвистов термином *психоглосса* описываются «смысловые образования, которые выявляются на основе частотных показателей сети ассоциативно-вербальных связей и могут соотноситься с соответствующими смысловыми доминантами (акцентуациями) языковой личности, позволяющими судить о целостности или противоречивости (чреватой смыслоутратностью) ее смысловой структуры» [3, с. 127].

Соответственно трем уровням языковой личности различаются и три вида психоглоссы: грамматические, когнитивные и мотивационные. «Значение грамматических психоглосс состоит в том, что они формируют единую апперцепционную базу говорящих на данном языке. Когнитивные психоглоссы совпадают с типичными категориями образа мира, связаны с представлениями языковой общности о взаимоотношениях элементов окружающей действительности, то есть формируют картину мира этой языковой общности. Мотивационные психоглоссы отражают национальный характер народа, говорящего на данном языке» [2, с. 28–29].

В повести «Брат мой...» [3] в центре внимания оказывается история двух братьев – Ивана и Сени Громовых. Несмотря на родственную связь их жизненные позиции абсолютно противоположны друг другу. Если Иван нарочито «угрюмый» (*«с открытым крепким лицом, взгляд спокойный, твердый»*), то Сеня представлен простодушным парнем (*«обычно непоседа и говорун»*). Эта оппозиция двух характеров проявляется в тексте как сопоставление. Пафосно-возвышенное отношение к старшему брату отражено даже в обращении к нему: с самых первых страниц произведения перед читателем Иван. Персонаж остается Иваном и в повседневном общении с братом, и в беседах со случайными людьми, и даже во время свидания с Валей. И, наоборот, имя «Сеня» – уменьшительно-ласкательное. К герою так обращаются все: и директор совхоза, и Валя, и сам он в своих мыслях.

Иван Громов – старший брат, работающий бригадиром в городе. Первоначально герой изображен как волевой и решительный человек. Это выра-

жено через характеристику его **лексической психоглоссы**. Во время разговора с сослуживцем он не скрывает своей вспыльчивости (*«Слезь у меня, слезь... Я тут с тобой потолкую! — проворчал Иван»*). Но в ходе развития сюжета читатель понимает, что Иван бездейственный и поверхностный человек. Он знает о любви Сени к односельчанке, но все равно уводит ее, тем самым предав брата. И когда девушка готова с ним сбежать из родной деревни, Иван уезжает в город. Этот герой оказывается слабым, таким же, как и ее прошлые ухажеры – болтливый Сеня и молчаливый украинец Микола.

С первых сцен возвращения в отчий дом читатель понимает, что Иван сторонится деревни. Покинув ее однажды, он всячески избегает возвращения обратно. Он словно намеренно опаздывает на похороны отца, ведь именно семья напоминает ему о своем прошлом. Герой искренне удивляется тому, как изменился родительский дом с последнего его посещения. В последний свой вечер в деревне Иван обещает своему брату остаться. Они вместе планируют отремонтировать дом (*«А знаешь, какой дом можно сделать? — сказал вдруг Иван. — Двухэтажный. Сейчас мода — двухэтажные. Красиво, я видел. Мне один раз даже во сне такой приснился...»*). Но на следующее утро Иван бежит из деревни, даже не попрощавшись с братом и Валею (*«И вышел из избы. Оглянулся на сарай, на избу... И решительно пошагал прочь. [] Иван удалялся по улице. Потом свернул с улицы в сторону большака. И пропал из виду»*).

Герой бежит от собственных мук совести, ведь в том числе и из-за него отцовский дом обречен на разрушение. Персонаж является одним из примеров шукшинского героя, метафорически лишенного дома как места духовной силы. В городе он – приезжий, в родной деревне – пропавший навсегда. Как странствующая душа, Иван не находит пристанища ни в родительском доме, ни в городской квартире. В первом случае он сам себя лишает очага, когда сначала покидает деревню, а потом не появляется там долгое время. При этом, Иван постоянно признается, что родительский дом является ему во снах (*«Покос снится. Вообще, какой бы сон ни увидел — все я вроде вот в этой избе»*). Но возвращаться обратно он не хочет. В городе Ивану не удалось создать свой очаг из-за измены жены (*«Спуталась она там с одним... На работе у себя. Ну ее к...»*). Ему тяжело одному, и поэтому он часто возвращается в воспоминаниях к детству. Но оказавшись непосредственно там, в его родной деревне, Иван сбегает, словно скрываясь от своих собственных мыслей. Во время своего короткого пребывания на малой родине Иван просится на работу к Сене. Оказавшись на обычной крестьянской работе, Иван старается побыстрее покинуть ее. Ему неуютно рядом с работающим Сеней, и он чувствует свою бесполезность на земле (*«Да... неловко мне как-то: люди делом заняты, а я, как... этот, как тунеядец. Да еще не знаю никого...»*). Героя влечет город. Ему хочется скорее вернуться в свой настоящий, новый дом. При этом Иван не романтизирует образ города (*«По-разному живут, ребята. Бывает, как в кино, бывает, похуже»*).

Сеня – «свой» в деревне. У него есть любимая работа, уважение со стороны односельчан, даже директор совхоза считается с его мнением. Герой – отличный работник, передовой механик, способный решить любую рабочую проблему. Но в своей личной жизни он не может разобраться. Герой мечтает о спокойном уюте в родном селе. Он видит счастье в крепкой и дружной семье (*«А то жена беременная будет, ей тяжело будет», «А жена выйдет на крыльцо: “Сенька, ты ничего там?”»*). Семья как главная опора деревни – это **когнитивная психоглосса** героя. В его словах, можно отметить авторское отношение к молодому поколению семей (*«Вон ребята женятся... Год-два проживут – и уже надоели друг другу. Он норовит, как бы скорей из дому да выпить с дружками, она – ругается. И как скоро ругаться выучиваются! Так поливает, другой старухе не угнаться. Что за жизнь?.. Ни себе, ни людям. Охота не так»*).

Сеня – один из знаменитых «чудиков» В. М. Шукшина. Но именно тяга к постоянной, лишенной всякого смысла болтовне отличает его. Большинство «чудиков» писателя замкнуты и молчаливы. Они погружены в свои внутренние переживания, и именно эта заикленность на себе часто становится причиной для проблем с окружающими людьми. Сенья же, наоборот, хочет стать частью этого мира, но не знает как. Свою внутреннюю пустоту он заполняет глупыми фразами и бессмысленными действиями. Речь героя представляет собой поток сознания, редуцированный общественным порицанием. Неутолимая тяга к пустой болтовне подчеркивается и через авторские ремарки (*«говорил скоро, беспрестанно размахивая руками»*), и через отношение к нему других героев (Иван – *«Трепешься много, Сенья, поэтому к тебе серьезно не относятся»*, *«Во звонарь-то... успел уж»*; Микола – *«Мели, Емеля»*) и через самоописание (*«Я говорю, я – талантливый человек, могу сутки подряд говорить»*). Показательно в этом отношении и его прозвище – Пуля (*«Пулей прозвали – и довольны. А я просто энергичный. И не виноват, что не могу на месте усидеть»*). Подобных прозвищ, отражающих постоянную говорливость Сени, множество, отмечает автор (*«Как только не называли его в деревне: “пулемет”, “трещотка”, “сорока на колу”, “корсак” – все подходило Сене, все он оправдывал»*).

Даже отзываясь о Вале, Сенья в пределах одной фразы и признается в любви, и оскорбляет девушку (*«Вот люблю ее, как эту... как не знаю... Прямо задушил бы, гадину!»*). Но вряд ли герой по-настоящему испытывает к ней чувства. Как бы невзначай он говорит брату, что все его ухаживания за Валею – всего лишь *«на принцип дело пошло»*, да и при описании девушки он смещает акцент на ее физические параметры *«На тридцать семь сантиметров выше меня»*.

И лишь когда по-настоящему плохо, Сенья замыкается в себе. Например, во время похорон отца он *«молча плакал»*. Также, мучаясь от предательства брата и возлюбленной, он решается на опрометчивый поступок, чуть не стоивший ему жизни. Он ныряет в ледяную воду родной реки, словно находясь в забвении (*«Сенька даже не посмотрел на очкариков»*).

При том, что Сеня физически сильный парень, автор демонстрирует его как простака. Хотя младший брат изображен достаточно эрудированным человеком (*«Эксплуатация человека человеком» «наше время – атомный век»*), большинство его высказываний кажутся глупыми. Он берется рассуждать о вещах, устройство которых не понимает, и часто из-за этого попадает в неловкое положение. Кроме этого, Сеня явно пытается произвести впечатление на окружающих, но из-за волнения он теряется в своих собственных мыслях. Например, находясь дома у Вали, он пытается высмеять Миколу за его рост, но получается так, что обижает Валью (*«На него можно два куля навалить, и он понесет. [] Вырос детинушка. Ладно, он, допустим, один восемьдесят. А вот этот фактор у него работает?»*).

Именно Сеня является реперезентатором мнения о деревне самого В. М. Шукшина. В разговоре с Иваном Сеня транслирует позицию автора – *«Теперь совхоз... Отделение, а центральная усадьба в Завьялове. Когда колхоз был, поживее было»*. Раньше было лучше: молодые не стремились покинуть родной дом, саму деревню развивали. Сейчас же, с приходом новой экономической системы, активным ростом урбанизации, происходит человеческое обнищание русской деревни.

Ярким символом увядания традиционного русского уклада жизни является покосившийся дом героев. И если Ивану этот дом после отъезда в город безразличен, то Сеня попросту не способен его поддерживать из-за своей инфантильности, хотя ему и стыдно за состояние избы (*«Сене неприятно было упоминать об избе: его совести дело, что она заваливается, так он чувствовал»*). Герой и сам это понимает, и поэтому просит Ивана помочь (*«Тут твои руки нужны, голова твоя умная. Разве ты не понимаешь? Ты привык там, я знаю... Отвыкни. Трудно же без вас, черти! Мы справимся, урожай уберем, все сделаем... не то делали»*). Благодаря таким, как Сеня, русская деревня вымирает изнутри. Из-за неспособности героя к решительным действиям (не может ухаживать за Валею, не ремонтирует дом, прощает брата за то, что тот увел его любимую девушку), он словно пропускает свою жизнь. Сам к себе он также критичен (*«Я тут пришей-пристебай, никогда она за меня не пойдет, мы все это прекрасно понимаем»*). Сеня, олицетворяющий крестьянский строй, много болтает, но, к сожалению, мало делает. Иван и вовсе покидает родную деревню.

Сеня хочет, чтобы деревня возродилась, чтобы вновь *«тут народу кишимя-кишею, чтоб гармошки орали по ночам, девки пели, чтоб праздники были, гуляли бы, на покос собирались»*, но сам он не способен на действия. Автор транслирует через слова Сени аллегоричный призыв к городским жителям о необходимости возвращения на родную землю. Ведь без людей русская земля умрет. Новые люди не хотят оставаться на земле из-за того, что не видят в деревне перспектив для жизни. Об этом открыто говорит доктор, случайно повстречавшийся Ивану (*«Наверно, как все: отработаю свои три года и поеду в свой город»*).

Таким образом, герои повести В. М. Шукшина представляют собой собирательный образ взглядов на вопрос корреляции города и деревни. Иван, олицетворяющий город, молчаливый, заикливший на себе, эгоцентричный, и Сеня, олицетворяющий деревню, болтливый, бесхитростный и наивный, выражают в своей речи закрепившиеся в сознании носителей когнитивные и аксиологические установки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Горн, В. Ф. Наш сын и брат: проблемы и герои прозы Василия Шукшина / В. Ф. Горн. – Барнаул : Алт. кн. изд-во, 1985. – 208 с.
2. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М., 1987. – 264 с.
3. Шапошникова, И. В. Мотивационная база реформы образования и профессиональная идентификация русской языковой личности / И. В. Шапошникова // Вопросы психолингвистики. – 2017. – № 4(34). – С. 124–145.

А. С. Рыдлевская (Минск, БГУ)

ПРЕОДОЛЕНИЕ ТРАВМЫ В РОМАНЕ С. ЖЕРМЕН «ТОВИЙ БОЛОТНЫХ ЗЕМЕЛЬ»

Травма рассматривается как категория, определяющая идентичность персонажа С. Жермен, французской писательницы рубежа XX–XXI веков. В статье определяются пути преодоления травмы. Обозначается роль данной категории в структурировании системы персонажей и сюжета в романе «Товий болотных земель». Категория травмы признается важной составляющей концепции личности героев. Метафорическим выражением категории травмы в романе С. Жермен становится образ болота, нарушение/потеря речи и безумие героев. Выявляется связь категории травмы с проблемой молчания Бога.

К л ю ч е в ы е с л о в а: травма; идентичность; память; «молчание Бога»; афазия; роман-миф; система персонажей; сюжетно-композиционный уровень.

Trauma is viewed as a category that defines the identity of the characters of S. Germain, a French writer at the turn of the XX–XXI centuries. The article indicates ways to overcome trauma that are shown in the novel «The book of Tobias». The role of this category is indicated in structuring the system of characters and plot. The category of trauma is recognized as an important component of the concept of heroes' personality. The metaphorical expression of the category of trauma in the novel by S. Germain is found in the images of a swamp, impairment/loss of speech and madness of the heroes. The category of trauma in the novel «The book of Tobias» is directly related to the question of the existence of unexplained evil in the world and the problem of God's silence.

Key words: trauma; identity; memory; «silence of God»; aphasia; novel-myth; character system; plot-compositional level.

Сильви Жермен – современная французская писательница, философ, член Королевской академии французского языка и литературы Бельгии, обладательница престижных литературных премий. На данный момент она является автором многочисленных романов, эссе, очерков о живописи и детских сказок. Сюжет многих романов С. Жермен, в том числе и «Товий болотных земель» («Tobie des marais», 1998), строится по схожей схеме: герой сталкивается с личной трагедией, которая травмирует его и ведет

к деформации личности, а представление персонажей о себе и о мире нарушается. Универсальным травмирующим фактором выступает смерть или потеря близкого. Мир вокруг распадается из-за неспособности героя принять реальность, в которой возможна такая боль. Задачей персонажа становится преодоление этой травмы в условиях мира, где существует зло.

В романе «Товий болотных земель» многие герои переживают травматический опыт, который кардинальным образом влияет на их жизнь. Так, Дебора сталкивается со смертью шести близких людей: у нее на глазах скоропостижно умирает от болезни родной брат, а мать, не выдержав горя, бросается в океан вслед за телом сына. На войне погибает муж, первая дочь умирает в концлагере, а вторая бесследно исчезает после известия о смерти сестры. Позже из-за бытового несчастного случая умирает жена ее внука Теодора. Валентина после свадьбы вынуждена жить в условиях психологического насилия со стороны мужа Артура, а также она глубоко переживает смерть Анны, жены брата Теодора. Сара не может самостоятельно справиться с преследующим ее проклятьем – все, кто в нее влюбляются, погибают, из-за чего она не раз пытается покончить с собой. Теодор уходит в себя и закрывается от мира после неожиданной смерти жены, стремительно погружаясь в безумие и горе. А мир главного героя Товии трансформируется после смерти матери. Основной сюжет романа строится на травме Товии и путях ее преодоления, а параллельные линии сюжета раскрывают проживание травмы другими персонажами.

Часто травматический опыт индивида становится коллективным и наоборот. С. Жермен подчеркивает преемственность травмы: непроработанная трагедия предков влияет впоследствии на потомков. Концепт травмы неразрывно связан с понятиями истории и памяти, так как историческая реальность или же личный опыт прошлого, отражающиеся в общеродовой памяти, формируют настоящее отдельных персонажей. Так, несчастный случай, произошедший с матерью Товии, встраивается в цепочку травм всего рода и становится его логичным продолжением. А стремление Валентины исчезнуть, ее тихий характер и неспособность постоять за себя объясняется передавшейся ей по наследству меланхолией ее матери Розы, которая появилась у нее после смерти двух сестер и отца: *Les deux Rozmaryn avaient laissé leur empreinte en Valentine, mais la fantaisie de la cadette était lestée d'une lourde mélancolie héritée de l'aînée. La mélancolie dont Rosa s'était consumée s'infiltrait avec la lenteur d'un poison, goutte à goutte, dans la chair et l'esprit de sa fille* [1, р. 87]. Реакции на травму у героев различны, однако на примере данного романа можно выделить две основные категории персонажей, которые схожим образом реагируют на столкновение со злом или несчастьем. Одни – теряют рассудок, другие – речь. Личности трансформируются после разрушительного для психики опыта. Так, например, отец Товии становится безумным. Теодор может несколько часов или дней неподвижно сидеть в полной тишине или, наоборот, резко подвергается неистовым приступам ярости и гнева. После смерти жены персонаж описывается как «полумертвый» и «полуживой» человек: *Car ce père était double, et totalement*

imprévisible. Moitié mort moitié vivant, moitié mobile moitié pétrifié, tantôt muet et éructant, on ne savait jamais laquelle de ses deux faces, la diurne ou la nocturne, la douce ou la violente, allait prendre le dessus [1, p. 94].

С. Жермен отмечает особую дуальность и пограничность новой личности Теодора после травмы, жизнь которого превращается в констатацию личного горя. Он теряет интерес к жизни и заключает себя в своей боли, словно в клетке, как и все остальные герои, пережившие травму. Тетя Товии Валентина, в свою очередь, теряет на некоторое время способность говорить. Внезапная смерть Анны лишает ее голоса и слов. Первое время после трагедии она напоминает куклу, которая может издавать только нечленораздельные звуки и изредка невпопад смеяться: *Sa tante Valentine s' était transformée en marionette qui ne savait plus que pousser des cris* [1, p. 98]. Также и Дебора не может произносить слова после того, как видит собственными глазами смерть брата и самоубийство матери. Так, проблема целостности личности наблюдается уже в неспособности адекватно коммуницировать с миром и окружающими.

Нарушения речи несут в себе и более глубокий смысл: они становятся метафорой ключевого концепта универсума С. Жермен – молчания Бога, и выражают собой идею вселенской афазии. Травмированные персонажи теряют в жизни ориентиры и задаются вопросом: как возможно такое зло и в чем его смысл в мире, где есть Бог? Путь преодоления травмы тесно связан с осознанием факта существования этого зла и смирением с ним. Так, Товия, узнав, что голову его матери украл Артур и много лет держал в своей духовке, спрашивает у Рафаила, в чем смысл этого поступка. На что его спутник отвечает, что у зла нет смысла. Момент, когда герой это понимает, становится его ментальным преодолением жизни в травме. Идея смирения и принятия мира с Богом и злом, является «противоядием» к травме. Та же мысль подтверждается на примере жизни Деборы, которая стоически проходит через все трудности и беды, выпадающие на ее долю. Она выдерживает все испытания, не уходит в себя, не теряет рассудок и не выбирает путь борьбы против Бога, принимая жизнь такой, какая она есть. Сталкиваясь со злом, женщина лишь задает один риторический вопрос Богу, при этом не ставя под сомнение его существование как таковое и тем самым не принимая концепцию «Бог молчаливый = отсутствующий»: *Peut-on monter au ciel et demander à Dieu / Si les choses ont le droit d'être comme ça?* [1, p. 80].¹ Через эту героиню писательница показывает необходимость осознания факта конечности бытия и неизбежности зла для того, чтобы продолжать жить.

Так как путь преодоления травмы лежит через принятие зла в мире, то чаще всего С. Жермен обращается к библейской мифологии, которая содер-

¹ И вдруг, в один солнечный день, когда Товия отправился с собакой и Рафаилом в свое путешествие, Валентина поднимает голову, встает из кресла и глубоко вздыхает, как если бы она только что проснулась после тяжелого липкого сна. Она стряхивает с себя оцепенение, поднимается в комнату, переодевается и приводит в порядок прическу. Затем она спускается на кухню, открывает буфет и замечает, что все, что внутри – довольно грязное. Она моет кастрюлю, тарелку, и ставит на стол муку, сахар, соль, два яйца и молоко [Перевод наш. – А. Р.].

жит в себе нравственные основы, предлагающие смирение как ответ. Главный сюжет романа повторяет библейский миф из «Книги Товита», который можно рассматривать как положительный паттерн поведения принятия жизни и веры, позволяющий преодолеть психологические травмы. В основе романа «Товий болотных земель» лежит матрица инициации, которая прокладывает направление проработки травмы главным героем. Миф о Товите и его сыне Товии выступает здесь в качестве своеобразного паттерна психики персонажа, следуя которому удастся пережить негативный опыт.

Путь преодоления травмы в романе С. Жермен можно сравнить с механикой принятия абсурдного мира Сизифом у А. Камю. Философ считает, что Сизифа следует представлять счастливым, а его вечное поднимание камня в гору – процессом утверждения жизни. Собственно, именно такой путь и проходит Товия. Все начинается с физического движения – выхода из стагнации: молодой человек покидает свою деревню, чтобы помочь отцу вернуть долг. Название романа в данном случае символично: родная деревня Товии – в прямом смысле болотистая местность, а после смерти матери герой метафорически проживает жизнь как болото. Его мир населен призраками родственников прошлого и «живыми мертвецами» настоящего: тетя Товии Валентина и его отец Теодор – яркий тому пример. Так, болото в романе – это символическое выражение состояния травмированного персонажа, который после столкновения с болью перестает стремиться жить и погружается в стагнацию и апатию.

Когда Товия решает отправиться в путь, он встречает Рафаила, впоследствии выполняющего роль наставника. В библейском сюжете Рафаил является ангелом, и он помогает излечить слепоту Товита, а также наладить жизнь семьи. В романе спутник выполняет ту же функцию, что и в мифе. Он духовно наставляет Товию, и под его присмотром герой перерождается и выбирается из метафорического болота, в котором Товия и его близкие жили последние несколько лет после смерти Анны. Товия приходит к смирению с миром, в котором возможно зло.

В романе есть еще один персонаж, в истории которого важен момент преодоления травмы. С одной стороны, пробуждение Валентины можно воспринимать как чудо, так как в тексте отсутствует конкретное объяснение ее внезапному улучшению. Так, Валентина, которая до этого проживала свою жизнь в болоте скорби, в один день вдруг резко приступает к приготовлению пирога. Этот необычный порыв происходит в момент, когда Товия отправляется в свой путь с собакой и Рафаилом. В данном случае приготовление пирога для Другого становится метафорой силы человеческого усилия, способности взять свою жизнь под контроль через простые действия: *Mais voilà que soudain, en cet après-midi ensoleillé où Tobie vient de prendre la route en compagnie de son chien et de Raphaël, Valentine redresse la tête, se lève de sa chaise et pousse un long soupir comme si elle émergeait d'un sommeil lourd, poisseux; elle s'ébroue de sa torpeur, elle monte dans sa chambre, change de vêtements, se coiffe. Puis elle redescend dans la cuisine, ouvre les placards, qu'elle trouve assez vides et les ustensiles encrassés. Elle lave une casserole, une*

terraine, et dispose sur la table un paquet de farine de froment, du sucre en poudre, du sel, deux œufs, du beurre, un pot de lait. Elle fouille encore, cherchant deux ingrédients indispensables au qu'elle vient de décider de préparer, des amandes et de la poudre de cannelle [1, p. 160].¹ С блюдом Валентина решает отправиться к Деборе, как она делала всегда до того, как погрузилась в свою печаль. Героиня будто восстанавливает себя прежнюю, повторяя ритуалы из прошлой жизни. Из текста мы узнаем, что пирог Валентина испекла не только для Деборы, но и для умерших женщин из ее рода. Таким образом, данный эпизод отражает принятие травмы прошлого и настоящего.

На контрасте с Валентиной параллельно описывается еще один травмированный персонаж – муж Валентины, Артур. Хотя нам и неизвестна точная причина его деформированной личности, однако мы понимаем, что его злоба и ненависть – следствие неправильного подхода к жизни. Если его жена выбирает созидание, то Артур продолжает идти по направлению деструкции. Не найдя жену на ее привычном месте дома в безжизненном состоянии, которое приносило ему удовольствие, он уходит в свою комнату и ложится на пол в пыль и осколки в приступе безумия. Чтобы восстановить порядок своего деформированного мира, Артур вытаскивает свадебное платье жены набивает его предметами и усаживает платье в кресло «печали», где столько лет просидела Валентина. Однако осознав, что мир не будет таким как прежде, в приступе безумия он устраивает неосознанный акт самосожжения, обнимая платье жены. С. Жермен показывает два пути развития жизни травмированного человека. Пока Артур горел в лодке посреди реки, выкрикивая слова ненависти, Валентина, проснувшись после долгого скитания с пирогом в руках на берегу этой же реки и услышав эхо его крика, начала петь молчаливые песни благодарности и счастья, ощущая себя счастливой в присутствии умерших женщин из ее рода.

Так, категория травмы в универсуме С. Жермен является важным фактором в формировании героев. Она определяет сюжетно-композиционные особенности романа «Товий болотных земель», проявляется на уровне системы персонажей, а также является важной составляющей концепции личности героев. Метафорическим выражением категории травмы в романе С. Жермен становится образ болота, нарушение/потеря речи и безумие героев. Травма напрямую связана с вопросом существования необъяснимого зла в мире и проблемой молчания Бога. Задачей героев становится преодоление травмы и принятия мира, в котором есть зло. С. Жермен обращается к мифу о Товите и его сыне Товии как к сюжету, содержащему нравственный паттерн, помогающий преодолеть травму через принятие мира и смирение.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Germain, S. Tobie des marais* / S. Germain. – Paris : Gallimard, 1998. – 270 p.

¹ Может кто-нибудь подняться на небо и спросить, действительно ли все должно быть именно так? [Перевод наш. – А. Р.]

Н. А. Токарева (Москва, РУДН)

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФУНКЦИИ ТЮРКИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

(на материале романа А. М. Ламажаа «Дороги серебряных шаманок»)

В статье анализируется лексика с национально-культурным компонентом семантики современного русскоязычного романа А. М. Ламажаа «Дороги Серебряных шаманок», а также рассматриваются сферы использования тюркизмов в художественных целях: для создания колорита места и времени, национальной языковой специфики.

К л ю ч е в ы е с л о в а: современная литература; заимствования; тюркизмы; художественный текст; национальная культура.

The article analyzes the vocabulary with the national-cultural component of the semantics of the modern Russian novel by A. M. Lamazhaa "The Roads of Silver shamans", and also examines the use of turkisms for artistic purposes: to create a coloring of place and time, the national language specificity.

K e y w o r d s: modern literature; turkisms; borrowed words; artistic text; national culture.

Ламажаа Анна Момбужайевна – современная российская писательница и заслуженный деятель здравоохранения, родившаяся и живущая в Республике Тыва. Анна Момбужайевна, являясь билингом, пишет стихи и прозу на тувинском и русском языках. В своих произведениях она воспевает красоту родной земли и нелегкий труд врача.

Самое известное произведение писательницы – это рассматриваемый нами роман «Дороги Серебряных шаманок» (2011 г.), в котором «реальная история тесно переплелась с мистицизмом, шаманизм вступил в диалог с оккультизмом, отголоски личной биографии автора отразились на истории главной героини – внучки великой шаманки, которая пронесла дар своего рода через время атеизма, интернат, трудовые будни врача... Романом зачитываются читатели, ищущие новое слово в тувинской литературе, кому хочется узнать больше об истории репрессий в Туве, кому интересна новая версия тайны крепости Пор-Бажын, кто чувствует дыхание параллельных миров, где есть другая Тува» [1].

Исследуя особенности функционирования тюркизмов на материале рассматриваемого романа, мы сможем выявить роль данных языковых единиц в лексической системе произведения и увидеть их функции в художественном тексте.

Актуальность данной работы заключается в рассмотрении особенностей функционирования тюркизмов в произведениях современного автора А. М. Ламажаа.

Лексика современного русского языка неоднородна с точки зрения ее происхождения. История России неразрывно связана с историей различных тюркоязычных государств. От эпизодических контактов древних племен через более или менее регулярные взаимодействия в отдельных жизненных сферах до совместного проживания в составе многонационального государственного образования – такова общая схема развития взаимоотношений восточных славян с тюркскими народами [2].

Тюркизмы в русском языке – слова, заимствованные из тюркских языков в русский, древнерусский и праславянский языки в разные исторические периоды. Также тюркизмами называются «слова тюркского происхождения независимо от языка-посредника. Через тюркские языки в русский язык попали также слова арабского и персидского происхождения, имеющие лингвистический статус тюркизмов, например, хозяин или заимствованные из западноевропейских языков диван, киоск, халва» [3].

Широкому проникновению нерусских слов в русскую речь способствовали отражавшие национальную тематику произведения русских писателей-классиков. В целом, тема Востока в русской художественной литературе занимает большое место. Использование заимствований (в частности, тюркизмов) в русском романе способствует воссозданию восточной «картины мира», лучшему восприятию и осмыслению описываемых событий, обычаев и традиций народа, расширению миропонимания и мировоззрения не только русскоязычного читателя, но и иностранного [4, с. 113–114].

Тюркизмы в русском языке не единожды обращали на себя внимание исследователей. Изучением тюркских заимствований занимались как русские, так и зарубежные ученые: К. Менгес, О. Прицак. Весомый вклад внесли работы таких ученых, как М. П. Алексеев, Л. В. Щерба, И. Крейн, Л. П. Крысин, М. М. Маковский и др. Исследование процессов функционирования заимствований представлено в работах Л. П. Ефремова, А. В. Суперанской, И. Г. Добродомова, Р. А. Юналеевой, Р. Т. Мендекиновой, М. Ш. Мусатаевой, Л. А. Шеляховской и др. [5, с. 19].

Так как роман написан о жителях Тувы, в тексте из заимствованной лексики преобладают тюркизмы, а именно – тувизмы, которые являются для автора родными и понятными.

А. М. Ламажаа предупредительно сообщает об особенности своего произведения в предисловии к книге: «Читателя, незнакомого с бытом и обычаями тувинских кочевников, в первых двух частях книги может поразить обилие незнакомых и непереводаемых слов и трудных понятий. Специально для них пояснения даны в сносках, а конце из этих слов составлен словарь» [6, с. 5]. И действительно, непонятные и неизвестные современному читателю слова, относящиеся к миру, в котором проходит детство главной героини – Чаянмы, встречаются практически на каждой странице в первых частях произведения. Автор неоднократно поясняет неизвестные русскоязычному читателю тюркизмы и в самом тексте, и в сносках к произведению, и в словаре в конце романа. Таким образом, авторская ремарка и авторский комментарий играют значимую лингвострановедческую роль на страницах романа.

Как известно, каждый писатель тщательно и трепетно относится к отбору слов. И каждое слово должно неслучайно вписываться в общую канву художественного текста. Для статьи были выделены и обработаны тюркизмы выбранного художественного текста. Здесь будут указаны лишь некоторые примеры слов тюркоязычного происхождения, отражающие суть нашего исследования, демонстрирующие место и роль данной лексики в структуре романа.

Изучая художественный текст, мы опирались на ход исследования диссертации У. М. Бахтикиреевой «Художественные функции лексики с национально-культурным компонентом семантики в романе Ч. Айтматова “И дольше века длится день”». Рассматривая лексику языка «Дорог Серебряных шаманок», в работе обращается особое внимание на номинативную и сюжетно- и текстообразующую функции слова, то есть на слово в контексте построения художественного смысла.

Рассмотрим **этнографическую лексику** (наименования предметов и явлений традиционного быта). Особенностью этой группы является дополнительная семантика имени.

Имена собственные («по имени и житие»):

В произведении представлено довольно большое количество (около 60) имен собственных. И каждое имя дано не случайно и имеет свое значение (после имен указана родственная связь по отношению к главной героине):

Мөңгун-Баштыг ‘Сереброголова’ – бабушка; *Алтынай* ‘золотая’ – Алтынайка – сводная сестра; *Маныкай* – подруга; *Лубсан Толуй-Толхоев* – муж; *Санат* ‘священное имя Господа Мира для ведающих тайны закона тонких энергетических миров – сын и т.д.

Некоторые имена трансформируются по ходу романа:

Буян ‘добро’ – *Буян башкы* – *Буян Биче-оолович Кыргыз* – директор *Берт-Дагской школы* – возлюбленный и верный друг.

Имена животных:

Аранчула – легендарный конь; *Көстук* – пес-пастух; *Кучулуг* ‘могучий’ – бык.

Исторические личности:

Чингис-хан – *чингис* ‘мох’ – Повелитель Земной; *Далай-Лама XIV* – духовный глава буддистов мира; *Детсун-гон* – царь небольшого северо-западного тибетского древнего царства Гутэ; *Моянчур Гэлэ-Хан* – с 742 г. – шад, т.е. принц крови, возглавлял уйгурский народ во время восстания против каганата голубых тюрок, в период 747–759 гг. – каган, хан Уйгурского каганата; *Идигань-Мэуюнь-Хан*, урожденный *Кур-Тегин* – второй, младший сын *Моянчур-Хана* от согдианки, занявший трон после смерти отца в 759 г. и т.д.

Отдельно хочется отметить имя учительницы, которую Чаянмаа «на всю жизнь уважительно потом называла “Башкы”». Так тувинцы называют учителей, выражая им самое большое уважение и безграничное доверие. Ведь, по традиции, уважаемых людей нельзя было называть по именам» [6, с. 74]. Объяснение такого отношения находим в статье «Языковые особенности художественных текстов тувинского языка 1940–1950 гг.» А. В. Байыроол, которая, ссылаясь на работу Ш. Ч. Сата, отмечает, что в рассматриваемый период в лексике тувинского языка происходят изменения значения некоторых слов. Например: «*башкы* ‘учитель’ имело значение ‘буддийский лама’» [7, с. 27].

Также невозможно не обратить внимание на имя главной героини романа. Оно наиболее вариативно в тексте, что дает нам основание видеть в этом особую художественную функцию. С течением времени, со сменами эпох и политических строев, на различных этапах жизни Чаянмы ей даются разные производные от ее имени:

Чаянмаа (*Чаян* – ‘судьба’) – национальное тувинское имя, которое дают при рождении маленькой шаманке; **Маша**, дочь Амырта-дарги – так называет ее бабушка, чтобы спасти от расправы; **Нюра** – это имя Чаянма получает после смерти Сереброголовой. Новые родители Танаа (Татьяна) и Болат «по тайному семейному уговору» называют девочку уменьшительно-ласкательной версией от приемлемого в Советское время – Анна. «Многим, даже взрослым тувинцам, давали русские имена – это считалось признаком хорошей политической ориентации семьи» [6, с. 65]; **Чаянка** – «Судьба ты моя, Чаянка!» – так героиню именует влюбленный в нее Буян, несмотря на то, что по паспорту она – **Чооду Анна Болатовна**: «Мне не нравится, что русские имена еще сами по себе изменяются. Теперь я по паспорту – Анна, Аня. Опять звучит по-новому. Я чувствую, что изменение имени вносит какие-то изменения и в судьбу человека. Это имеет более глубокий смысл» [Там же, с. 92]; **Толуй Анна** – изменилась фамилия на древнюю фамилию мужа Лубсана; **Иоанка, Иоанна, Иоаннушка** (*Иоанн* – ‘любовь и мудрость Бога, Дар Богов’ – *Иван*) – «Знаешь, я это красивое имя произносил бы с любовью уменьшительно “Чаянка”. Так звучит очень тепло, но я, кажется, опоздал застолбить, так тебя зовет другой молодой человек. Поэтому я лучше буду тебя называть Иоанкой! Мне это ближе!» – говорит муж главной героине [Там же, с. 134]. Затем много лет героине не позволяли официально вернуть тувинское имя, что мешало Чаянме реализовать свое предназначение. «Душа ее звала к горным вершинам, предусмотренным ее судьбой и родовым именем, а ее личность по имени Анна тянулась к мирской, земной жизни и профессии, к глубоким недрам бытия. А по высшему понятию или “программе” имени Анна – это было стремление к созданию благодати, что в ее жизни и профессии означало служение земной жизни, людям. Анна стремилась к глубоко земной жизни и отрекалась от линии своей судьбы. Это уже дважды случалось в ее реальной жизни» [Там же, с. 136]; **Толуй Чаянмаа Болатовна** – имя, которое должна была носить героиня, предначертанное ей свыше.

Таким образом, имя в романе, особенно тувинские его формы, играют важную роль в понимании художественного текста. Они отражают не только внутренний мир главной героини на определенной стадии ее жизни, но и даже мир вокруг – жизнь Тувы на данный период времени (кочевая, советская, перестроечная), а также демонстрируют глубокое понимание и трепетное отношение к ней ее близких людей, видящих главное в Чаянме, чего добивается автор за счет коннотативной оценочной и эмоциональной лексики.

Быт и реалии (еда, одежда, посуда, игры и пр.):

Понятийно-смысловое содержание национальных реалий – номинативные тюркизмы – выполняют в тексте функцию лексической номинации, употребляются в контексте романа с целью реалистического воссоздания восточной среды, природы, быта, культуры, обычаев, нравов [4, с. 116].

Аал – ‘селение’; *көгээржик* – ‘кожаная посуда с тесненными узорами, с узким горлышком и широкой стилизованной формой’; *арака* – ‘тувинское молочное вино’; *курган* – ‘крепость’; *кыштаг* – ‘зимнее стойбище’; *юрта* – ‘дом’; *хоомей* – ‘горловое пение’; *ширтег* – ‘войлочное покрытие на полу юрты’; *чээрэн* – ‘степная антилопа’; *тон* – ‘традиционная верхняя одежда

тувинцев'; *тараа* – 'жаренная пшеница, ячмень или просо'; *сайзанак* – 'традиционная тувинская детская игра из камней, сложенных в круг, имитирующий внутренность юрты' и т.д.

Ритуалы:

Оваа – 'жертвенное место, имеющее сакральное значение'; *тос-карак* – 'плоская деревянная ложка с девятью углублениями, с ручкой, украшенной резьбой для ритуального обрызгивания «белой пищи» (молочной) на все четыре стороны света с благопожеланиями девяти мирам'; *той* – 'семейный праздник, посвященный: 1) рождению ребенка, 2) трехлетию ребенка, когда ему в первый раз стригут волосы, 3) сговору родителей на будущее сватовство с привязыванием к колыбели девочки ленточки – чалама' и т.д.

Используя тюркизмы, Анна Момбужайевна переносит читателей в чудесный, неповторимый, богатый национальными красками мир кочевья – мир ее детства и детства главной героини романа – Чаянмы. Читатель буквально начинает чувствовать запахи ранее неведомых горных цветов, слышать крики незнакомых «степных» птиц, мерно покачиваясь в седле где-то позади лошади, на которой едет маленькая, но уже сильная и не по годам взрослая шаманка.

Тюркизмы, содержащие в себе яркую и броскую национально-культурную семантику, выполняют художественно-выразительные, а именно характерологическую, оценочную, описательную, субъективно-познавательную, текстообразующую функции, служат цели воссоздания восточной стилистической системы, перенесения в него специфической образности, создания ключевых образов, характерных для восточной поэтики (в частности тувинской). Например: *Бай-Хөл* – 'озеро Байкал'; *Пор-Бажын* – 'городище, расположенное на острове в центре озера Тере-Холь на юго-восточной границе современной Тувы'; *Ольхон* – 'остров на Байкале' и т.д.

Все эти места становятся чем-то большим, чем просто географические объекты, ориентирующие читателя в пространстве – это места, где происходят важные для Чаянмы события. Сами топонимы превращаются в символы. Например, остров Ольхон – остров любви для героини: здесь она встретила, полюбила и простилась со своим мужем и дублером Лубсаном. «Когда ты завершишь свой земной путь, я буду ждать тебя на Ольхоне» [6, с. 133].

Отдельно хочется отметить **горы и тюркизмы, описывающие их**, в произведении. Они передают высоту устремлений, жажду воплощения неземного, надземное в романе:

Таңды-Уула (Танну-Оола) 'Драконов Хребет' – огромная цепь горной гряды, протянувшаяся с востока на запад от горизонта до горизонта в южной части Тувы; *бэлы* – 'склоны горы'; *караган* – 'кустарники в предгорьях и в степной зоне'; *Чингир Даглар* – 'Синегорье'; *таскыл* – 'широкие поверхности вершин таежных хребтов и гор, покрытые редколесьем и нагромождениями камней и скал' и т.д.

Также в романе представлены **мифологические топонимы**:

Шамбала – 'легендарная, мифическая страна Востока'; *Сумбер-Уула* – тувинский вариант названия мифической горы Азии – 'Сумеру'; *Салым-Аьрга* – 'Лес судьбы', *Уе* – 'Лета' или 'Время' и т.д.

Топонимы в произведении играют не просто фактологическую роль, именуя географические объекты реального мира, но и называя места из созданной в мифе, легенде параллельной реальности. Временами автор дает перевод таких топонимов, расшифровывает читателю название реки или горной гряды, тем самым вводя в глубину текста произведения, а также истории народа Тувы.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что А. М. Ламажаа активно использует в своем произведении тюркизмы, не только называющие предметы и явления реалий жизни кочевников, шаманов, но и художественно-выразительные слова тюркского происхождения. Анна Момбужайевна не заменяет слова эквивалентными понятиями, но поясняет их, давая читателю представление о называемом предмете, одновременно не отнимая у этих слов первоначального национального духа. Именно поэтому читатель имеет реальное представление об обитателях аалов и городов Тувы и может переноситься в другие измерения вместе с главными героями романа.

Интересно отметить, что одно из немногих слов, не поясняемое автором – это Өршээ ‘межд. о боже, спаси!’ [8], используемое в молитвах. Так как в данном случае автор непривычно для читателя не комментирует это слово, можно сделать вывод, что это междометие относится к понятиям, непереводаемым на русский язык или же сакральным. Ведь по словам Чаянмы: «Вселенная и весь земной мир пронизаны энергиями, а они могут управляться через соответствующую вибрацию. Изменения в ней могут быть вызваны вибрацией звука, то есть **слова**. Эти слова Силы содержатся в молитвах разных народов и религий» [6, с. 187].

Национальное своеобразие культуры тувинских кочевников проявляется в языке художественного текста, а именно в тюркизмах. Таким образом, проведенный анализ слов тюркоязычного происхождения на материале современного русскоязычного романа А. М. Ламажаа «Дороги Серебряных шаманок» (2011 г.) позволил выявить особенности функционирования тюркизмов в данном художественном произведении.

Наше исследование показало, что наиболее частотной художественной функцией тюркизмов, активно используемых автором в первой части книги, являются номинативная и сюжетно- и текстообразующая функции, помогающие автору ткать художественное полотно так, чтобы произведение было целостным, живым и неподдельным. Именно за счет тюркизмов яснее предстает перед читателем кажущийся современному человеку полумифическим мир детства главной героини книги А. М. Ламажаа «Дороги серебряных шаманок».

Полученные результаты могут представлять интерес как для культурологов и лингвистов, так и для специалистов, изучающих би-, полилингвизм.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тува. Азия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.tuva.asia/news/tuva/7577-lamazhaa70.html> – Дата доступа : 30.03.2021.

2. *Сагитова, А. Г.* Тюркизмы в названиях предметов домашнего обихода : дис. ... канд. фил. наук: 10.02.01 / А. Г. Сагитова; Казанский гос. ун-т. – Казань, 1992. – 223 с.
3. *Назаров, И. М.* Тюркско-татарские элементы в языке древних памятников русской письменности / И. М. Назаров // Учен. зап. Казанского гос. пед. ин-та. – 1958. – № 15. – С. 233–273.
4. *Бахтикиреева, У. М.* Художественные функции лексики с национально-культурным компонентом семантики в романе Ч. Айтматова «И дольше века длится день» : дис. ... канд. фил. наук: 10.02.01 / У. М. Бахтикиреева; РУДН. – М., 1995. – 164 л.
5. *Мустакимова, Г. В.* Функционирование тюркизмов в художественном тексте / Г. В. Мустакимова, А. Искендиркызы // Вестн. КГПИ. – 2015. – № 3. – С. 19–23.
6. *Ламажаа, А. М.* Дороги Серебряных шаманок / А. М. Ламажаа. – М. : ООО «4 Принт», 2019. – 305 с.
7. *Байыр-оол, А. В.* Языковые особенности художественных текстов тувинского языка 1940–1950 гг. / А. В. Байыр-оол // Вестн. Туvin. госуд. ун-та. Сер. 1, Социальные и гуманитарные науки. – 2020. – № 1 (56). – С. 22–30.
8. Academic.ru. *Тенишева, Э. Р.* Тувинско-русский словарь / Э. Р. Тенишева. – М., 1968. [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://tuva_n_russian.academic.ru/8611/%D3%A9%D1%80%D1%88%D1%8D%D1%8D. – Дата доступа : 30.03.2021.

Н. А. Ванюшкина (*Санкт-Петербург, СПбПУ им. Петра Великого*)

АУДИОВИЗУАЛЬНЫЙ ПЕРЕВОД ЮМОРА: ПРОБЛЕМЫ И НЕКОТОРЫЕ ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В статье рассматривается аудиовизуальный перевод юмора в ситуационных комедиях. Автор описывает ограничения аудиовизуального перевода, накладываемые на переводчика, применительно к переводу юмора. Приводятся примеры шуток из американских ситкомов по типам согласно приведенной классификации, а также анализируются варианты их перевода. Кроме того, затрагиваются проблемы, связанные с выбором переводческой стратегии при переводе разных типов шуток.

К л ю ч е в ы е с л о в а: аудиовизуальный перевод; шутки; юмор; переводческая стратегия; ситком; национальная культура.

The article discusses audiovisual translation of humour in situational comedies. The author describes the limitations of audiovisual translation set upon the translator in terms of humour translation. The author quotes examples of jokes from American sitcoms by the types of referred classification and analyses their translations. Also, the article touches upon the problems of choosing the translation strategy for different types of jokes.

К e y w o r d s: audiovisual translation; jokes; humour; translation strategy; sitcom; national culture.

В наше время видеопрокат не устает удивлять зрителей новинками. В том числе это связано с развитием интернет-ресурсов, благодаря которым распространение англоязычных фильмов и сериалов становится быстрым и сравнительно дешевым для зрителей. Развитие сферы импорта медиапродукции началось в нашей стране в 90-е, и спрос русскоязычных зрителей уже тогда требовал быстрой и концентрированной работы переводчиков. В этой связи стал массово развиваться аудиовизуальный перевод.

Аудиовизуальный перевод сегодня, по мнению некоторых специалистов, в частности, ведущего отечественного исследователя в этой области А. В. Козуляева, должен выделяться в качестве отдельной дисциплины, а не отрасли перевода. Обосновано это следующими причинами:

1) аудиовизуальный перевод является «ограниченным» переводом из-за присутствия внешних ограничений (отсутствие прямого контакта с получателем и с говорящим);

2) аудиовизуальные произведения полисемантичны (в них содержатся сразу несколько лингвистических и паралингвистических знаковых систем, которые стоит принимать во внимание);

3) аудиовизуальный перевод требует знания различных стратегий семантического анализа и семантического синтеза информации, поступающей по параллельным каналам восприятия [1, с. 4].

Так, работа переводчика всегда мультизадачна и представляет собой постоянный анализ и синтез информации на нескольких уровнях. Кроме того, его главная цель – не просто точно и адекватно передать информацию в высказывании, а произвести аналогичное эмоциональное воздействие на зрителя. Особенно сложно это в эмоционально насыщенных кинотекстах, в частности, комедийных сериалах.

Ситуационная комедия (ситком) – комедийная программа с постоянными персонажами и местом действия. Одна из основных целей комедийных сериалов – вызвать эмоциональную реакцию (смех) реципиентов. Здесь мы подходим к вопросу перевода юмора, который приходится решать аудиовизуальным переводчикам на протяжении всего процесса работы с аудиовизуальным текстом ситкомов, так как большая часть коммуникации ориентирована на создание комического эффекта.

На данный момент не существует общепринятой классификации юмора, но для нашей работы мы воспользовались классификацией Забалбескоа [2, с. 251–255]. Он подразделяет юмор на несколько категорий:

1) интернациональные шутки. Юмор не зависит от языка или культуры. Шутка одинаково смешна для нескольких смежных культур (двуязычная), или универсально смешна для всех культур. При переводе интернациональных шуток чаще всего проблем не возникает, потому что в языке перевода возможно найти адекватное соответствие;

2) шутки о национальной культуре. Таковую шутку необходимо адаптировать к языку перевода для облегчения понимания импликаций, так как они выражают сугубо национальные, культурные проблемы. Мотивы национальной культуры представляют сложность для перевода, так как национальный юмор ограничен картиной мира целевой аудитории;

3) шутки национального чувства юмора: юмор или темы, которые более популярны в определенной культуре или стране. Они зависят от истории, религии, политики и т.д. Местное чувство юмора также сложно для перевода в силу ограниченного знания представителей одной группы о представителях другой. Поэтому эта категория очень проблематична при переводе, так как есть риск при прямом переводе шутки сделать ее оскорбительной в культуре реципиента;

4) шутки, зависящие от языка: юмор, который основан на чертах языка (полисемии, омофонах). Эти шутки присутствуют во всех культурах, но произвести перевод между не связанными языками практически невозможно без больших изменений в структуре. Шутки, основанные на языке – наиболее интересны для анализа переводческой стратегии, так как здесь пословный перевод совершенно невозможен;

5) визуальные шутки: зависят больше от комбинации лингвистического и паралингвистического компонентов, буквального представления идиомы и метафорического фактора юмора. Комический эффект от визуальной шутки возникает из-за того, что показано на экране. Чисто визуальные шутки в переводе не нуждаются;

6) составная шутка: объединяет элементы нескольких знаковых систем сразу. По сути, все шутки в аудиовизуальном тексте считаются комплексными, хотя в них может преобладать та или иная знаковая система.

В качестве примеров подхода к переводу видов шуток, представляющих интерес для анализа переводческих стратегий, мы использовали фрагменты ситкомов «Друзья» («Friends», 1994–2004, пер. Paramount и РТР) и «Теория большого взрыва» («Big Bang Theory», 2007–2019, пер. Кураж-Бамбей).

1. Интернациональные шутки

«Friends», S.1 Ep.13: У Джоуи гостит его отец с девушкой. Джоуи показывает свое доминирующее положение в этой ситуации.

<i>“And I don’t care how old you are. As long as you are under my roof, you live under my rules”</i>	<i>«Не важно, сколько тебе лет. Пока живешь под моей крышей, изволь следовать моим правилам»</i>
--	--

Комизм ситуации в том, что обычно эту фразу используют родители, когда устанавливают правила для детей. Ситуация вполне применима в картине мира русскоязычного зрителя, поэтому пословный перевод здесь вполне уместен и достаточен для выполнения коммуникативной задачи.

«Friends», S.7 Ep.2: Чендлер и Моника готовятся к свадьбе. Чендлер хочет предложить свои идеи, но Рейчел останавливает его:

<i>“No, Chandler. Too many cooks.”</i>	<i>«Нет, Чендлер. У семи няnek...»</i>
--	--

Отсылка к идиоме *Too many cooks spoil the broth*. Комизм ситуации в том, что в действительности его идеи не будут ставиться во внимание, но высказывается это отношение через поговорку о том, что слишком большое количество человек чаще всего проваливают задание. В русском языке есть прямой аналог этой идиомы – *у семи няnek дитя без глазу*, который в усеченной форме здесь и используют переводчики.

2. Национальные шутки

«BBT», S.7 Ep.18: Эми находит игрушку под диваном. Леонард объясняет:

<i>“It’s from a game Sheldon made up called ‘Chutes and Lawyers’. You slide down the chute and then you work your way back up through the appellate system.”</i>	<i>«Он из придуманной Шелдоном игры “Змеи и адвокаты”. Ты спускаешься вниз по змее и снова забираешься вверх через апелляционный суд».</i>
--	--

Придуманная игра – аналогия к «Chutes and ladders», популярной детской игре в Америке. Для перевода использовали более расхожее в русском языке название игры «Змеи и лестницы» и постарались оставить текст как можно ближе к оригиналу, но шутка тем не менее не стала понятнее.

«Friends», S.2 Ep.7: Фиби расстроена, что ее парень не делает никаких шагов в их отношениях. Джоуи пытается ее утешить, метафорично намекая, что ее парень – нетрадиционной ориентации.

<i>“Maybe he drives his car on the other side of the road?” – “Why would he? He is not British.”</i>	<i>«Может, у него машина с правым рулем? Ты понимаешь, о чем я.» «О чем? Он же не англичанин».</i>
--	--

В Америке эта фраза имеет прямой намек на гомосексуальность (*he drives on the wrong side of the road* – an alternative way of describing someone as a homosexual), а продолжение шутки воспринимается адекватно в силу того, что левостороннее движение в Британии кажется совершенно ненормальным в Америке, где водят на правой стороне дороги. Российским зрителям более известен факт о праворульных машинах, но он не облегчает восприятие шутки. Поэтому почти пословный перевод теряет комический эффект.

3. Языковые шутки

«BBT», S.1 Ep.4: Шелдон остался без работы и в попытках найти себе занятие купил ткацкий станок.

<i>“I was working on the luminous fish and I thought: Hey... A loom!”</i>	<i>«Я работал над светящейся рыбкой и подумал: Эй... Станок!»</i>
---	---

Перевод остался дословным. Связь между рыбкой и станком остается непонятной, комический эффект может возникнуть только от нарочитого отсутствия логической связи, которое могло быть намеренным. Каламбур потерян.

«Friends», S.8 Ep.19: Джоуи разговаривает с журналисткой. Фиби подходит представиться, и журналистка просит объяснить, как записать ее имя.

<i>“P as in Phoebe, H as in Hoebe, O as in Oebe, E as in Ebe, B as in B-be And E as in ‘Ello there, mate!”</i>	<i>«Ф как в Фиби, И как в Иби, Б как в Биби, ещё одна И как в Иби. А с фамилией у меня вообще просто»</i>
--	---

Сложность для перевода состоит в несовпадении написания имени в двух языках даже по количеству букв, а также в использовании австралийского английского. В переводе шутка не была передана, но ей была предложена альтернатива, что все же достигает цели коммуникативного акта.

«BBT», S.3 Ep.2: Радж и Шелдон заходят в лабораторию профессора зоологии. Мы помним, что по сюжету Радж панически боится разговаривать с женщинами.

<i>“Raj: I don’t like bugs, okay? They freak me out. Sheldon: Interesting. You’re afraid of insects and women. Ladybugs must render you catatonic.”</i>	<i>«Радж: Я не люблю жуков. Они меня пугают. Шелдон: Интересно... Ты боишься женщин и насекомых. При виде самок жуков ты, должно быть, впадаешь в кому.»</i>
---	--

Комический эффект основан на игре слов lady (woman) – bugs. Ladybug – божья коровка. Переведено очень близко к оригиналу, и логика сохранилась, но каламбур восстановить не удалось.

«Friends», S.4 Ep.7: Чендлер убеждает Джоуи выбрать девушку.

“It’s time to settle down, make a choice, pick a lane.” – “Who’s Elaine?”	«Время найти свою линию.» – «Лилию?» (РТР) «Время придерживаться линии.» – «А кто эта Лилия?» (Paramount)
---	--

Попытка адаптировать каламбур и сделать аналогичный в переводе не совсем успешная и воспринимается довольно инородно. В переводе Paramount ответ выглядит более адекватно, но не подходит к запросу. Мы можем выбрать девушку (*pick Elaine*), но *придерживаться Лилии* было бы странно.

«BBT», S.3 Ep.13: Друзья выходят в ресторан и обсуждают меню.

“Sheldon: ‘General Sou’s Chicken is no longer listed under specialties. It’s now under chicken.’ Raj: ‘So?’ Sheldon: ‘Yes, General Sou.’ Raj: ‘Not Sou the chicken, so the question. So?’	«Цыпленок генерала Чё» уже не в разделе «Фирменные блюда», а в разделе «Блюда из курицы». – Чё? – Да, генерала Чё. – Да не «цыпленок Чё», а вопрос – чего? И чё?»
---	---

Шутка основана на омофонии имени *Sou* и союза *So*. В переводе здесь эта омофония очень удачно меняется на аналогичную для русской аудитории с использованием русского вопросительного Чё, вполне возможного в качестве китайской фамилии.

Таким образом, определяются три ключевые стратегии перевода, которые используются в аудиовизуальном переводе шуток: 1) буквально перевести шутку, как можно ближе к оригиналу. Способ наиболее часто используется в переводе международных шуток, причем сохраняется комический эффект; 2) заменить шутку другой шуткой. Самый сложный метод, но приводит к наиболее полному совпадению оригинального и переведенного воздействия на аудиторию. Подходит для перевода национальных шуток и языковых шуток; 3) избежать шутки, снизив эмоциональную насыщенность. Подходит в ситуациях, где подобрать адекватный перевод не представляется возможным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Козуляев, А. В. Обучение динамически эквивалентному переводу аудиовизуальных произведений: опыт разработки и освоения инновационных методик в рамках школы аудиовизуального перевода / А. В. Козуляев // Вестник Перм. нац. исслед. политех. ун-та. Проблемы языкознания и педагогики. – 2015. – № 3(13). – С. 3–24.
2. Zabalbeascoa, P. Translating Jokes for Dubbed Television Situation Comedies / P. Zabalbeascoa // The Translator 2 (2). – 1996. – Pp. 235–257.

ЮЖНАЯ ГОТИКА В АМЕРИКАНСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ: К ВОПРОСУ О ЖАНРЕ

Целью данной статьи является обоснование существования жанра южной готики и детальный анализ его жанровых компонентов. В результате исследования выявляется, что жанр южной готики содержит следующие релевантные компоненты: хронотоп (замкнутые мрачные топосы, обращение к «условному» прошлому) и проблематику (южноамериканское рабство, расизм, систематическая бедность, семейные отношения и, в частности, патриархат). Характерные для английской готики мотивы трансформируются в соответствии с южноамериканской действительностью (семейные тайны, узнавание по портрету, родовое проклятие, замкнутость и бегство от него, преступление, смерть, «очеловеченное» сверхъестественное). Для жанра южной готики, в отличие от английской, характерно использование фольклорных элементов, примет и суеверий. Отмечается религиозная окраска мистического элемента и гротескность как характеристика персонажей в южнототическом произведении.

К л ю ч е в ы е с л о в а: жанр; южная готика; хронотоп; Другой; мотив; мистический элемент; гротеск.

The purpose of this article is to substantiate the existence of the southern Gothic genre and to analyze in detail its genre components. As a result of the study, it is revealed that the genre of southern Gothic contains the following components: chronotope (closed gloomy toposes, appeal to the “conventional” past), problems (South American slavery, racism, systematic poverty, family relations and, in particular, patriarchy). Motives characteristic of English Gothic are transformed in accordance with the South American reality (family secrets, recognition by portrait, family curse, isolation and escape from it, crime, death, “humanized” supernatural). For the genre of southern Gothic, in contrast to the English, the use of folklore elements is characteristic, and it will also take superstitions. The religious coloring of the mystical element and grotesqueness are noted as a characteristic of the characters in the southern Gothic work.

K e y w o r d s: genre; southern gothic; chronotope; the Other; motive; mystical element; grotesque.

Память английского готического жанра, возникшего еще во второй половине XVIII в., формирует определенный горизонт ожидания читателя южной готики: общая атмосфера саспенса, замкнутые пространства, преступления, насилие, фамильные тайны, сверхъестественное и т.д. Южная готика как жанровое ответвление своей английской предшественницы по-новому использует традиционные жанровые компоненты. Трансформация жанра определяется требованиями культурной эпохи и закономерно ведет к изменениям в его структуре. Как утверждает Ли Энн Дак, исследователь культуры и литературы американского Юга, в дискурсе США 1930-х гг. этот регион рассматривается как отклонение от современной национальной культуры, угроза национальным экономическим, социальным и политическим структурам. В результате в литературе того времени, описывающей данный регион, распространяются драматические готические образы: «потрясающие и ужасные видения» белых сторонников превосходства Юга, дантевский «ад» его сельскохозяйственных районов, «безумная, разлагающаяся дикость» его евангелической церкви [1]. Таким образом, жанр южной готики синкретичен: он возникает из сочетания готического элемента, источником которого является английская литературная традиция, и южного колорита.

В южной готике компоненты жанра-предшественника претерпевают изменения. Порожденный американским Югом, новый жанр переосмысливает специфические проблемы региона: рабство, расизм, систематическая бедность и патриархат.

Целью данной работы является обоснование существования жанра южной готики и детальный анализ его жанровых компонентов.

Хронотоп в произведениях южной готики отличается от хронотопа английского готического романа. Английский замок трансформируется в американский дом; плантаторская усадьба становится моделью южного мироустройства, центром социальных противоречий. Обветшание плантации, ее деградация характеризует упадок системы рабства в американском обществе. Жилище как пространство становится своеобразным «haunted place», где персонажи получают травмы как психологические, так и физические; дом становится местом ужаса, своеобразным приютом для душевнобольных. Этот топос – периферия между прошлым и настоящим, колониальным и угнетаемым, перекресток рас. Иногда дом становится антропоморфным, отображая волю белого человека-плантатора. Однако он может стать и отражением угнетенного человека – достаточно вспомнить известный дом по адресу Блустоун-роуд, 124, Цинциннати, Огайо из романа «Возлюбленная» («Beloved», 1987) Т. Моррисон.

Мрачная атмосфера колониального Юга отображается в пейзаже. М. Сивилс, исследователь южной готики, отмечает: «Эта атмосфера еще больше усиливается обычным зрелищем заброшенных, ржавеющих или иным образом разрушающихся лачуг, грузовиков, тракторов и других артефактов не слишком далекого прошлого, которые в своих объятиях, окутанных сорняками, кажутся символом наследия человечества в мире Юга» (Здесь и далее перевод с англ. наш. – А. Ю.) [2, р. 83]. Леса и водоемы становятся источниками опасности. Символическим может считаться топос болота, порождающий ощущения безнадежности и ужаса [2]. Угнетение человека в южной готике параллельно экстенсивной эксплуатации природных ресурсов и бунту природы против такого обращения.

Л. Фидлер первой указывает на важность рабства как «proper product» для американской готики [3]. Рассмотренное в постколониальном контексте Америки рабовладельчество, по словам Дж. К. Лока, становится источником террора и воспринимается через призму готики [4]. Обращение к этой проблеме характерно для американского Юга. «Южный» миф имплицитно присутствует во многих южноготических произведениях: упадок аристократии, желание возвратиться к прежнему укладу жизни создают новый вариант «условного» прошлого. Владельцы угасающих поместий становятся одержимыми своей властью и ее потерей, из-за чего совершают преступления как против церкви, так и против государства. Примерами могут служить новелла «Роза для Эмили» («A Rose for Emily», 1930), романы «Шум и ярость» («Sound and Fury», 1929) и «Авессалом, Авессалом!» («Absalom, Absalom!», 1936) У. Фолкнера.

Тема семьи – центральная для южной готики. Травматический опыт семейных отношений часто связан с отношениями господства–подчинения

между хозяином и рабом. Мотивы насилия, жестокости и страха, семейных тайн, скрывающих инцест или убийство, характерны для этого жанра. Так, инцестуальные отношения подростков рассматриваются в романе К. МакКалерс «Участница свадьбы» («The Member of the Wedding», 1946), насилие и жестокость превалируют в романе К. МакКарти «Дитя Бога» («The Child of God», 1973), поверхностность и лживость южных семейных отношений отражаются в драме Т. Уильямса «Кошка на раскаленной крыше» («Cat on a Hot Tin Roof», 1955). Сопротивление человека деструктивной семейной иерархии отображает различные культурные и индивидуальные тревоги американского социума. Южная готика, по мнению Д. Пунтера, предлагает читателю переосмыслить южную картину мира: «Художественная литература южной готики создает образ жизни юга, который побуждает читателей рассматривать социокультурные структуры региона как порождающую среду, которая шокирует читателей осознанием того, что образ жизни юга, а в некоторых случаях <...> их собственная жизнь, должны быть также переосмыслены» [5, p. 8–9].

«Призраки» в южной готике – это персонажи, функция которых – указать на принципиальную сконструированность расовой, гендерной и сексуальной иерархии в американском обществе. Это люди, которые обладают психическими особенностями, имеют «другую» ориентацию или цвет кожи. «Призрачность» персонажа может трактоваться и как символический способ сохранения его истории. Это особенно справедливо для афроамериканской литературы, так как «призрак» дает возможность реконструировать культурную память народа.

Проблема расовой идентичности считается одной из важнейших для жанра южной готики. Она косвенно связана с понятием сверхъестественного в английской готической литературе, однако, как отмечает К. Р. Котерн, между ними есть различия: «Часто неизвестное проявляется в готических текстах в виде сверхъестественной фигуры; в южной готике, однако, есть еще более частая тенденция считать людей опасными “Другими”» [6, p. 7]. Персонаж, принадлежащий к другой расе или являющийся метисом, «*tragic mulatta*», непонятен и опасен, вызывает страх. «Другой», с которым нужно бороться, по мнению Г. Ричардса, может представать в виде «*tomboy*» или «*sissy character*», чья гендерная принадлежность отлична от гетеросексуального большинства [7]. Женщины выступают объектом угнетения и используются в качестве средств сохранения власти. Иногда главный персонаж в южнотическом произведении является ребенком, имеющим «отстраненное» мировидение, – как, например, в романе Т. Капоте «Другие голоса, другие комнаты» (*Other Voices, Other Rooms*, 1948). Девиантность персонажей – это угроза разрушения расовых границ, установленных белой гегемонией, и деконструкции традиционной гендерной иерархии. Южная готика как жанр, по словам Дж. Хаким Аззам, предполагает подобную деконструкцию «старых» мифов: «Южнотические тексты указывают на построение мифов, созданных в регионе и о нем, как на способ демонтажа связанных построений о “соответствующих” гендерных/сексуальных ролях и установленных расовых иерархиях» [8, p. 7].

Важная черта «Другого» в южной готике – его гротескность. Она отделяет одного персонажа, физически или психически «деформированного», от других, и это отделение символично – чаще всего гротескность героя указывает на более широкие, социальные проблемы. Кроме того, гротеск амбивалентен – по оценке А. Шпигеля, он указывает как на апелляцию к традиционным ценностям «старого Юга», так и на деконструирующее влияние индустриализации и современного большого города [9]. Нищета и невыносимые условия жизни сильно влияют на состояние человека, который пытается выжить. Гротеск в южной готике становится способом построения реальности художественного произведения. Часто именно аномальный персонаж является центром повествования или же сам рассказывает историю. М. Э. Снодграсс связывает гротеск с карнавализацией, отвечающей за смешение бинарных оппозиций: «Устрашающие, бесчеловечные или шокирующие образы искажений природы, уродства, причудливости и деформации доминируют в произведениях писателей южной готики» [10, р. 167].

Мистическое приобретает в жанре южной готики религиозный оттенок – причиной этому служит опыт американского пуританства. Особенно ярко эта тенденция прослеживается в творчестве Ф. О'Коннор. Библейские темы и аллюзии она соединяет с характерными южноготическими мотивами насилия, жестокости и психологической нестабильности. Такие гибридные элементы присутствуют в романе «Мудрая кровь» («Wise Blood», 1952) и рассказе «Хорошего человека найти нелегко» («A Good Man Is Hard To Find», 1953). Жанр предполагает использование и других религиозных практик. Так, в романе З. Н. Херстон «Их глаза видели Бога» («Their Eyes Were Watching God», 1937) используется магическая практика вуду.

Южная готика активно пользуется инструментарием английского готического романа. Так, мотивы тайны, узнавания по портрету или фотографии, родовое проклятие, мотивы замкнутости и бегства от него, безумия, преступления и сверхъестественного реализуются во многих южноготических произведениях. Мотив смерти, часто тяжелой или внезапной, красной нитью проходит через фабулу романа «Когда я умирала» («As I Lay Dying», 1930) У. Фолкнера. Сверхъестественными становятся живые «Другие». Характерно для южной готики и использование фольклорных элементов, суеверий и примет. Интересен пример обращения американского писателя П. Уокера к английской мифологии в романе «Ланселот» («Lancelot», 1977) – мифологические элементы артурианы здесь приобретают американское наполнение.

Таким образом, жанр южной готики содержит следующие компоненты: хронотоп (замкнутые мрачные топосы, обращение к «условному» прошлому), проблематику (южноамериканское рабство, расизм, систематическая бедность, семейные отношения и, в частности, патриархат). Характерные для английской готики мотивы трансформируются в соответствии с южноамериканской действительностью (семейные тайны, узнавание по портрету, родовое проклятие, замкнутость и бегство от него, преступление, смерть, сверхъестественное). Для жанра южной готики, в отличие от английской,

характерно использование фольклорных элементов, примет и суеверий. Отмечается религиозная окраска мистического элемента и гротескность как характеристика персонажей в южнотическом произведении.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Duck, L. A.* The Nation's Region: Southern Modernism, Segregation, and U.S. Nationalism / L. A. Duck. – Athens : University of Georgia Press, 2006. – 340 p.
2. *Castillo Street, S.* The Palgrave Handbook of Southern Gothic / S. Castillo Street, Ch. L. Crow. – London : Palgrave MacMillan, 2016. – 505 p.
3. *Fiedler, L. A.* Love and Death in the American Novel / L. A. Fiedler. – New York : Criterion, 1960. – 520 p.
4. *Locke, G. K.* Southern Gothic Fiction and New Naturalism: Toward a Reading of New Naturalism / G. K. Locke. – University of Tennessee, 2015. – 230 p.
5. *Punter, D.* The Gothic / D. Punter, B. Glennis. – Malden, MA : Blackwell Pub., 2004. – 315 p.
6. *Cothorn, C. R.* The Evolving Southern Gothic: Traditions of Racial, Gender and Sexual Horror in the Imagined American South / C. R. Cothorn. – Texas A&M University, 2015. – 241 p.
7. *Richards, G.* Lovers and Beloveds: Sexual Otherness in Southern Fiction / G. Richards. – LSU Press, 2005. – 243 p.
8. *Azzam, J. H.* The Alien Within: Postcolonial Gothic and the Politics of Home / J. H. Azzam. – University of Pittsburgh, 2007. – 280 p.
9. *Spiegel, A.* A theory of the Grotesque in Southern Fiction / A. Spiegel. – The Georgie Review. – Vol.26. – №4. – P. 426–437.
10. *Snodgrass, M. E.* Encyclopedia of Gothic Literature / M. E. Snodgrass. – New York : Facts on File, 2005. – 480 p.

Д. А. Данилюк (Минск, МГЛУ)

АНТИЧНАЯ МИФОЛОГИЯ В ПОЭТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ (на материале английского и русского языков)

Статья посвящена исследованию древнегреческих мифонимов как античных символов. Их использование в поэтических текстах широко распространено. Данное сопоставительное исследование посвящено изучению качественных и количественных показателей представленности мифонимов в англо- и русскоязычных словарях. Также проанализировано употребление мифонимов в текстах поэтов В. Я. Брюсова и У. Б. Йейтса.

К л ю ч е в ы е с л о в а: мифоним; миф; символ; культурный код; прецедентная единица.

The article is devoted to the study of ancient Greek mythonyms as ancient symbols. They are often used in poetic texts. This comparative analysis is devoted to the study of the qualitative and quantitative representation of mythonyms in English and Russian dictionaries. The use of mythonyms in the poetry of V. Ya. Bryusov and W. B. Yeats is also under analysis.

К e y w o r d s: mythonym; myth; symbol; cultural code; precedent unit.

Мифонимы – это имена персонифицированных персонажей мифов, которые включают в себя характеристику этих персонажей. Выявление случаев

использования мифологических единиц в поэтических текстах, попытка определения причин их использования в поэтическом тексте представляет исследовательский интерес.

Перед анализом непосредственно поэтического текста необходимо обратиться к словарям для изучения семантики мифологических единиц в русском и английском языках. Для исследования были использованы два словаря: «Новейший большой толковый словарь русского языка» (далее – «НБТСРЯ») [1] и «Collins concise dictionary» ('Краткий словарь Коллинза') (далее – «КСК») [2]. Данные словари были выбраны на основании их авторитетности, полноты словарных статей и достаточной культурологической справки по выбранным единицам. После анализа словарей путем сплошной выборки единиц-мифонимов было подсчитано общее количество слов данного класса: в «НБТСРЯ» – 58 слов, в «КСК» – 212 слов. Практически полное совпадение значений, данных в словарях обоих языков, было отмечено у 13 номинаций. 13 словарных статей имели различия. Так, в английском языке у мифонима *нимфа* есть значение «красивой молодой женщины», которое отсутствует в русском языке. Также в английском существует устойчивое выражение *a sob to Cerberus* ('взятка Церберу'), которое обозначает «взятку или что-то, что дается источнику опасности или проблем, чтобы его успокоить»; в русском языке, в свою очередь, *Цербером* могут называть «свирепого и бдительного сторожа». В обоих языках есть значение, сформированное на основе метафоры, но сами явления, стоящие за ними, имеют различия. Наблюдаются идентичные значения у разных мифонимов. Так, *Адонис* в английском языке может обозначать «красивого молодого человека», в русском же языке идентичное отдельное значение вынесено у *Аполлона*. Тем не менее, у одних и тех же мифонимов есть переносные значения, основанные на метафоре, которые характерны для обоих языков. Например, *Аргус* обозначает «бдительного человека» в обоих случаях. В «НБТСРЯ» многие дополнительные значения мифонимов связаны с областями биологии, медицины, химии, астрономии, а также выражают абстрактные понятия. Большое количество мифонимов в русском языке перешло в разряд имен нарицательных, в то время как в английском языке акцент словарной статьи сделан на содержании самого мифа.

Выбор работ поэтов В. Я. Брюсова (1873–1924 гг.) и У. Б. Йейтса (1865–1939 гг.) для данного исследования не случаен. Поэты жили и творили в один период, оба проявляли личный интерес к мифологии и использовали символизм в своих произведениях. Брюсов и Йейтс в одинаковой мере чувствовали необходимость вернуться к истокам культуры, возродить прошлое. Йейтс в большей степени использовал в произведениях элементы кельтского фольклора и ирландской мифологии, однако в его творчестве присутствуют и случаи употребления единиц, относящихся к античной мифологии Древней Греции. Использование мифонимов в поэтическом тексте способствовало достижению цели авторов, поскольку мифонимы передают смысл, основанный на определенном представителе мифа, тем самым являя собой символ. Как следствие, текст поэтических произведений обретал образность и символичность.

При проведении анализа поэтических текстов русского поэта В. Я. Брюсова «К Деметре» (1904 г.) и английского поэта У. Б. Йейтса «Her Triumph» («Триумф Женщины», 1926 г.) были выявлены указывающие на связь с античностью единицы, проанализированы их смыслообразующие возможности. В своем стихотворении В. Я. Брюсов обращается к одному из самых почитаемых олимпийских божеств, древнегреческой богине плодородия и земледелия Деметре: *Небо чётко, небо сине, / Жгучий луч палит поля; / Смутно жаждущей пустыней / Простирается земля; / Губы веющего ветра / Ищут, что поцеловать... / Низойди в свой мир, Деметра, / Воззови уснувших, мать! / Глыбы взрыхленные чёрны, / Их вспоил весенний снег. / Где вы, дремлющие зёрна, / Замышляйте свой побег! / Званы вы на пир вселенной! / Стебли к солнцу устремля, / К жизни новой, совершенной, / Воскресайте, озимя! / И в душе за ночью зимней / Тоже – свет, и тоже – тишь. / Что ж, душа, в весеннем гимне / Ты проснись не спешишь? / Как засеянное поле / Простираются мечты, / И в огнистом ореоле / Солнце смотрит с высоты. / Брошен был порой осенней / И в тебя богатый сев, – / Зёрна страсти и мучений, / Всколоситесь как напев! / Время вам в движеньях метра / Прозвучать и проблистать. / Низойди в свой мир, Деметра, / Воззови к уснувшим, мать!*

К Деметре автор обращается как к одному из самых почитаемых олимпийских божеств. К ней взывают, чтобы зерна вышли полновесными и удалась пахота – так и в данном произведении. Более того, автор углубляется в содержание мифа о Деметре и ее дочери Персефоне: он просит мать «низойти в свой мир» и «воззвать уснувших». Как известно, Деметра спускается в царство Аида для того, чтобы забрать дочь, и две трети года они проводят вместе – тогда мать перестает горевать, а на земле урожай. Этот мотив и лежит в основе просьбы В. Я. Брюсова к богине.

В «Триумфе женщины» У. Б. Йейтс описывает, от лица женщины красивую историю любви и спасения: *I did the dragon's will until you came / Because I had fancied love a casual / Improvisation, or a settled game / That followed if I let the kerchief fall: / Those deeds were best that gave the minute wings / And heavenly music if they gave it wit; / And then you stood among the dragon-rings. / I mocked, being crazy, but you mastered it / And broke the chain and set my ankles free, / Saint George or else a pagan Perseus; / And now we stare astonished at the sea, / And a miraculous strange bird shrieks at us.*

Отнюдь не случайно в конце произведения появляется обращение: «*Saint George, or else a pagan Perseus*» («Святой Георгий, или язычник Персей»). Стихотворение базируется как на мифе о спасении Персеем Андромеды от дракона, так и на «Чуде Георгия о змие» – описанном в житии святого великомученика Георгия Победоносца спасении им царевны от змея. Отсылка к мифу дает представление о героическом поступке, о спасении. Здесь строка «*Saint George, or else a pagan Perseus*» («Святой Георгий, или язычник Персей») выступает в роли метафоры, возникающей в сознании для передачи состояния героя стихотворения. Однако употребление мифологических единиц в тексте не сводится к метафоре. Стоит заметить, что В. Я. Брюсов также обращался к Персею в своем произведении «Штурм

неба» (1923 г.), однако в данном случае упоминание персонажа мифа служит средством передачи величия неба, пробуждая в сознании образ героя и его собственное величие: *Сдвинь плотно, память, жалюзи! / Миг, стань как даль! как мир – уют! / Вот – майский день; над Жювизи / Бипланы первые планируют. / Еще! Сквозь книги свет просей, / Тот, что мутнел в каррарском мраморе! / Вот – стал на скат, крылат, Персей; / Икар воск крыльев сеет на море. / Еще! Гуди, что лук тугой, / Любимцев с тьмы столетий кликая! / Бред мудрых, Леонард и Гойи: / «Вскрылит, взлетит птица великая...» / Еще! Всех бурь, всех анархий / Сны! все легенды Атлантидины! / Взнести скиптр четырех стихий, / Идти нам, людям, в путь неиденный! / И вдруг – открой окно. Весь день / Пусть хлынет, ранней мглой опудренный; / Трам, тротуар, явь, жизнь везде, / И вот – биплан над сквером Кудрина. / Так просто! Кинув свой ангар, / Зверь порскает над окским берегом; / И, где внизу черн кочегар, / Бел в синеве, летя к Америкам. / Границы стерты, – с досок мел! / Ввысь взвив, незримыми лианами / Наш век связать сумел, посмел / Круг стран за всеми океанами. / Штурм неба! Слушай! Целься! Пли! / «Allons, enfants»... – «Вставай...» и «Ca ira». / Вслед за фарманом меть с земли / В зыбь звезд, междупланетный аэро!*

Более того, автор приводит образ Икара, одновременно употребляя в тексте смежные образы – крылья и море. В сознании миф о Дедале и Икаре неразрывно связан с данными объектами. Эти образы важны для автора и связаны с небесной широтой. В отличие от упоминания Персея у У. Б. Йейтса, В. Я. Брюсов использует образ в более буквальном смысле, однако эта отсылка не обесценивает персону мифа в поэтическом тексте: читатель воспринимает этот образ и рисует определенную картину, учитывая содержание мифа. Таким способом автор «активирует» культурный код и включает символизм в произведение.

В основе произведений «К Деметре» и «Триумф женщины» лежит некоторый переломный момент («К Деметре» – засуха, «Триумф женщины» – заточение); причина обращения авторов к мифологическим героям заключается же в том, что они выступают в роли прецедентных единиц, которые обладают смысловой глубиной и составляют когнитивную базу лингвокультурного сообщества. Прецедентные единицы вызывают ассоциации, образы в памяти, которые, как правило, хорошо известны всем представителям данного социума и вызывают определенные эмоции. При этом нужно учитывать, что мифонимы не используются в повседневной речи людей. Однако будучи прецедентными единицами, они будут вызывать определенные ассоциации в сознании, потому что хранятся в «архиве» памяти. Любое общество имеет свою историю, культуру и ценности. Это неизбежно передается из поколения в поколения через культурный код, своеобразную базу данных. Миф – неотъемлемая часть этой базы. Мифонимы же в текстах выступают в роли символов. Будучи выраженными языковыми знаками, символы сохраняют образность оригинального объекта, переносят характерные черты и особенности. Поэтому в сознании возникают ассоциации не мифа непосредственно, а свойств, характерных для того или иного мифа, персоны мифа

или объекта. Таким образом, *Афродита* будет пробуждать в сознании символ красоты и любви, *Зевс* – силы, власти и могущества. Мифы, созданные много лет назад, проходят сквозь время и остаются в памяти людей. Некоторые образы видоизменяются, однако целостное восприятие остается неизменным, хоть и обобщенным. Для полноценного понимания цели употребления той или иной мифологической единицы в тексте, необходимо определенное знание мифа.

Несмотря на различное происхождение поэтов и разнонаправленность содержания исследованных произведений, В. Я. Брюсов и У. Б. Йейтс обращаются к истокам культуры европейского общества. Употребляя в своих поэтических произведениях имена героев мифов, они не только демонстрируют личный интерес к теме, но и побуждают нас воспринимать мифологические имена как символы, как нечто нам известное на подсознательном уровне, хранящееся в глубинах памяти. В перспективе исследования – более подробное изучение античной мифологии и прецедентных единиц, случаи и причины их употребления в поэтических текстах разных народов и культур.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кузнецов, С. А. Новейший большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов – СПб. : Норинт, 1998. – 1534 с.
2. Hanks, P. Collins concise dictionary / ed. P. Hanks. – 3rd ed. – Harpercollins Pub Ltd, 2003. – 1216 p.

А. А. Карпиевич (*Минск, БГУ*)

ПРОБЛЕМА ГИБРИДНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В РОМАНЕ Ч. Н. АДИЧИ «АМЕРИКАНХА»

На основе исследования романа Ч. Н. Адичи «Американха» прослеживается формирование гибридной идентичности на разных слоях нарратива. Выявлено, что трансформация главной героини из нигерийки в афроамериканку проходит через изменение ряда привычек, создание синтетического языкового полотна и модификацию национальных и западных традиций. Доказано, что этот процесс происходит и на аллегорическом уровне: символизм натурального начала девушки, романтизация образа Барака Обамы, оппозиция женского и мужского мировоззрения, разрыв поколений, расовые антиномии американского общества. Обоснован ведущий мотив романа – возвращение: герои сфокусированы на поиске идеального мира и мечутся между двумя полюсами – США и Нигерия.

К л ю ч е в ы е с л о в а: мультикультурализм; гибридная идентичность; кросскультурная литература; афроамериканец; американизация; миграция.

Based on the research the formation of a hybrid identity is traced on different layers of the narrative in the novel “Americanah” by Ch. N. Adichie. It is revealed that the transformation of the main character from a Nigerian to an African-American woman goes through a change in a number of habits, the creation of a synthetic language canvas and the modification of national and Western traditions. It is proved that this process also occurs at the allegorical level: the symbolism of the essence of the girl, the romanticization of the image of Barack Obama, the opposition of the female and male views, the generation gap, and the racial antinomies of

American society. It is asserted that the main motive of the novel is the return: the characters are fixated on the search for an ideal world and rush between the two poles – the United States and Nigeria

Key words: multiculturalism; hybrid identity; cross-cultural literature; African-Americans; americanization; migration.

Тенденция XX в. к глобализации неизбежно порождает комплекс проблем, связанных с кризисом идентичности. Унификация национальных культур, утрата языка как стабильного базиса, расформированность национальных мифов – эти принципы образуют основу синтеза коллективного и индивидуального самосознания, характерного как для развитых стран (США, Германия, Великобритания), так и для стран «третьего мира» (Нигерия, Индия, Тунис). Бывшие метрополии становятся оплотами мультикультурализма, миграции и национальной апроприации.

В постколониальном дискурсе существует несколько подходов к пониманию феномена *гибридная идентичность*. Исследователь Х. Бхабха определяет гибридность как проблему индивидуализации и репрезентации жителей колоний [1, p. 114–115], а английские ученые Р. Коуэн и П. Кеннеди рассматривают термин через призму создания смешанных динамических культур [2, p. 377]. Филолог Е. Никитина замечает, что постколониальный субъект «несет в себе следы всеобщего и универсального, одновременно являясь самостоятельным, автономным образованием», поэтому и «участвует в коммуникации как открытая система, настроенная на достижение взаимопонимания и обладающая способностью “быть единым с Другим”, учитывать жизненные миры других людей» [3, с. 43].

В кросскультурном сообществе США синтетически конструируется новое понимание идентичности, базирующееся на рефлексии прошлого мигрантами, замещении родного языка симплифицированной вариацией английского и возможностях для рецепции уникального национального наследия в новом гибридном пространстве.

Американо-нигерийская писательница Чимаманда Нгози Адичи (Chimamanda Ngozi Adichie, 1977) является одним из востребованных авторов новейшего поколения африканской литературы. Ее профеминистские взгляды, переосмысление национальной истории и критическое отношение к американизации создают кредит доверия у читателей, слушателей (частые лекторские выступления) и критиков. Ч. Н. Адичи известна тремя большими романами – «Пурпурный гибискус» («Purple Hibiscus», 2003), «Половина желтого солнца» («Half of a Yellow Sun», 2006), «Американха» («Americanah», 2013), сборником рассказов «Штука у тебя на шее» («The Thing Around Your Neck», 2009) и эссе «Мы все должны быть феминистами» («We Should All Be Feminists», 2014).

В последнем романе писательницы «Американха» раскрывается история нигерийки Ифемелу, которая эмигрирует в Америку для учебы, а после окончания университета создает блог, в котором описывает наблюдения за жизнью афроамериканцев, или, как она язвительно отмечает, афро-не-американцев. Нарратив раздваивается после переезда рассказчицы: возникает параллельная линия ее школьного бойфренда Обинзе, который строит

карьеру в Лондоне, начав нелегально подрабатывать после просрочки визы. Первая фраза героини: «Принстон летом ничем не пах» [4, р. 9] (перевод здесь и далее – *Ш. Мартыновой*) – знаменует рождение ребенка, только что почувствовавшего неизведанное; или природное начало главной героини, привыкшей ориентироваться благодаря сенсорным органам. В романе воплощается классическая трехчастная структура: жизнь до эмиграции, американское настоящее и возвращение на родину в Нигерию, которое открывает целую палитру контрастов не только для Ифемелу, но и для читателя, незаметно сравнивающего отношение главной героини к тем же людям, местам и привычкам спустя несколько десятков лет. Точкой в этом противопоставлении становится повторный роман с женатым Обинзе, готовым бросить семью ради своей первой и, как он утверждает, истинной любви. В их с Ифемелу отношениях можно проследить метафору любви к родине, к которой нехотя возвращаешься, чтобы испытать заново знакомые чувства. Ч. Н. Адичи критически относится к патриотическому пафосу в произведениях, поэтому снижает дидактически-морализаторский финал романа открытой концовкой: «Ифем, я за тобой бегаю. И собираюсь бегать, пока ты не дашь нам попробовать» [4, р. 434].

Ифемелу и Обинзе представляют новый образ иммигрантов, страдающих из-за «гнетущей летаргии отсутствия выбора» [Там же, р. 258]. Их воспринимают как чужих в обоих сообществах – американском и нигерийском, причем последнее отказывается признавать их своими из-за попытки героев разрушить барьер между двумя культурами, синтезировав из них лучшее. Отсюда вытекает говорящее название романа, презрительно произнесенное с йорубским придыханием слово «американка» [Там же, р. 65]. Но новейший постколониальный герой не останавливается на подобной рефлексии – его цель заключается в создании нового мира, поэтому главные герои занимают характерные для эпохи места в социуме (но вместе с тем архетипически традиционные). Так, Обинзе – руководитель компании, офисный работник, управляющий персоналом и стремящийся к тотальной глобализации; Ифемелу – журналистка, стирающая грань идентификации в Интернете, в собственном блоге.

Процесс американизации Ифемелу проходит медленно: героиня учится развеивать предубеждения на ошибках: идеализация американской мечты (справедливо для Обинзе). Ифемелу приходится лично разбираться в перипетиях отношений к чернокожим людям, подмечая необходимые для афро-неамериканцев детали поведения и произношения. Так, первые годы в США героиня привыкает врать о количестве прожитых здесь лет, ведь «чтобы заработать награду серьезного отношения среди нигерийцев в Америке, среди африканцев в Америке и, уж конечно, среди иммигрантов в Америке, лет должно быть больше» [Там же, р. 20]. Как отмечает критик М. Пид, многие замечательные находки Ч. Н. Адичи связаны с языковыми нюансами [5]: «когда люди хотят сказать “по-расистски”, они говорят “по расовому признаку”» [4, р. 325]; «персонажи не просто “чернокожие”, они “песчаные” [Там же, р. 314], “пряничные” [Там же, р. 167], “черничного оттенка”» [Там же, р. 316].

Символическое значение в романе придается волосам Ифемелу, метафорически передающим этнический компонент идентичности главной героини. Ее прическе удивляются знакомые, сослуживцы, парни. Когда Ифемелу впервые стрижется, она чувствует себя неуютно, будто бы заново разучивая американский акцент (она бросает это занятие только благодаря встрече с будущим парнем Блейном, дающим ей необходимую уверенность в себе) [4, р. 164]. На работе ее прическу называют политическим заявлением, а друзья из Нигерии не одобряют навязываемое западным обществом мнение касательно того, как должны выглядеть представители других наций: «запах горелого, чего-то живого, которое умирало, а не должно было, наваял на Ифемелу чувство утраты» [Там же, р. 192]. Поэтому по итогу Ифемелу приходит к принятию собственных волос: она упорно заботится о них при помощи многочисленных косметических средств и долгих утренних процедур. Принятие внешности аллегорически обозначает любовь к Нигерии и сложные попытки героини найти удовлетворение в аутентичности.

Одним из переломных моментов для всего черного сообщества в романе становится победа Барака Обамы в президентских выборах в 2008 году. Ифемелу описывает его как символ будущего США, который, однако, привносит противоречия в рассуждения друзей главных героев: его мультикультурное прошлое открывает простор для интерпретаций возможного будущего. Американская мечта оказывается так близко, что в ее осуществление с трудом верят все. Репрезентация Б. Обамы через калейдоскоп общественных мнений воплощает сложные и противоречивые перспективы афро-сообщества Америки с потенциальным стиранием категории «черный» в культурном дискурсе.

В романе затрагивается необычный аспект чернокожей общины в США. В то время как такие персонажи, как тетя Уджу, пытаются дистанцироваться от афроамериканцев из-за их низкого положения в расовой иерархии, белые американцы игнорируют эти попытки из-за простого безразличия к происхождению: они не видят разницы между американцами из Африки и афроамериканцами, сводя их личные истории к пустому «экзотическому» рассказу. Ифемелу отмечает, что нельзя из-за одного фенотипного признака ставить в один ряд тех, кто не может ужиться друг с другом, и приводит в пример рассказ Лоры о ее угандийской однокласснице, которая не ладит с черными американками [Там же, р. 159]. А для тети Уджу белые люди – это оплот добродетели, идола: одного из любовников она величает просто «Генерал» (The General) [Там же, р. 73]. Впрочем, Ифемелу находит своеобразное безопасное место для себя там, где можно пародировать как Америку, так и Нигерию, высмеивая причудливые нравы обеих стран: «здесь не нужно было объясняться» [Там же, р. 131].

Таким образом, в романе Ч. Н. Адичи «Американха» прослеживается формирование гибридной идентичности на разных слоях нарратива. Трансформация Ифемелу из нигерийки в афроамериканку проходит через изменение ряда привычек, создание синтетического языкового полотна и модификацию национальных и западных традиций. Этот процесс происходит и на аллегорическом уровне: символизм натурального начала девушки (волосы),

романтизация образа Барака Обамы, оппозиция женского и мужского мировоззрения (Обинзе, Блейн, Кёрт), разрыв поколений (отношения с матерью и тетей Уджу), расовые антинормы американского общества. Ведущим мотивом романа становится возвращение: герои сфокусированы на поиске идеального мира и мечутся между двумя полюсами – США и Нигерия.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Bhabha, H.* The Location of Culture / H. Bhabha. – New York : Routledge, 1994. – 285 p.
2. *Cohen, R.* Global Sociology / R. Cohen, P. Kennedy. – London : MacMillan, 2000. – 608 p.
3. *Никитина, Е.* В поисках утраченного единства сознания: исчезло ли «Я?» / Е. А. Никитина // Вестн. Моск. ун-та. Сер.7, Философия. – 2009. – № 5. – С. 31–44.
4. *Adichie, Ch. Ng.* Americanah [Electronic resource] / Ch. Ng. Adichie. – Mode of access : <https://clck.ru/Takaf>. – Date of access : 06.03.2021.
5. *Peed, M.* Realities of Race [Electronic resource] / M. Peed. – Mode of access : <https://clck.ru/TakhA>. – Date of access : 06.03.2021.

Е. А. Оборина (Вологда, ВоГУ)

МИФОПОЭТИЧЕСКИЙ ОБРАЗ ЗМЕЯ В СКАЗАХ П. П. БАЖОВА

Статья посвящена одному из довольно распространенных фольклорных образов, образу змея, и его интерпретации в Уральских сказах П. П. Бажова. Особое внимание уделяется змеиную царю Великому Полозу. Затрагивается образ дочери змеиную царя, девушки с длинной золотой косой, Золотой волос.

К л ю ч е в ы е с л о в а: змей; Великий Полоз; Бажов; мифология; Уральские сказы.

The article is devoted to one of the quite common folk images, the image of the serpent, and its interpretation in the Ural tales of P. P. Bazhov. Particular attention is paid to the snake king, the Great Poloz. The image of the daughter is being considered of the serpent king, a girl with a long golden braid, the Golden hair.

К e y w o r d s: serpent; the Great Poloz; Bazhov; mythology; the Ural tales.

Произведения русского фольклора уже около двухсот лет рассматриваются учеными как основа авторского творчества в сфере художественной литературы и в различных формах бытования массовой культуры более позднего времени. Работы многих писателей в концептуальном, сюжетном и текстовом отношении обнаруживают очевидное влияние фольклорного прототипа; эту особенность отмечают исследователи творчества В. А. Жуковского, Ф. М. Решетникова и многих других писателей, в том числе П. П. Бажова – уроженца уральского края, знатока местных устных преданий, составивших основу сказов его сборника «Малахитовая шкатулка» (1939 г.).

Темой нашего исследования является языковая репрезентация мифопоэтического образа змея в сказах П. П. Бажова. Образ этого пресмыкающегося в культурных традициях разных народов довольно подробно описан в научной литературе. В частности, это монография А. В. Гуры «Символика животных в славянской народной традиции», в которой подробно рассматриваются

мотивы змеиного царя и летающего змея, а также мужская и женская символика этого образа [2, с. 273–357]. Это классический труд В. Я. Проппа об исторических корнях волшебной сказки, подчеркивающий сложность и многоаспектность фольклорного образа змея [4, с. 304–320]. Это указатели сказочных сюжетов, в частности, работа Н. П. Андреева, сориентированная на систему каталогизации сюжетов А. Аарне [1, с. 120]: мотив змееборства, по мнению автора этой работы, является одним из самых частотных в 50 фольклорных традициях; кроме того, частотными оказываются мотивы спасения от змея сестры и братьев и мотив подаренного змеей волшебного кольца. Показательна внутренняя форма слов *змей* и *змея* в русском языке: этимологи соотносят их со словом *земля*, подчеркивая табуистический характер названия ползающего по земле пресмыкающегося [5, с. 100] – подобные названия давались тем, кто представлял угрозу, чье имя опасно было называть вслух (ср.: *медведь* [5, с. 589]). Толковые словари русского языка свидетельствуют о том, что вслед за фольклорной традицией за разными родовыми формами закрепились разные значения: существительное женского рода *змея* называет «ползучее пресмыкающееся с удлиненным чешуйчатым телом, не имеющее конечностей», а существительное мужского рода *змей*, устаревшее и народно-поэтическое, сохраняет значение «крылатое чудище, дракон» [3, с. 231].

Чтобы рассмотреть образ *змея/змеи* в сказках П. П. Бажова, обратимся к выводам, характеризующим этот образ в славянской фольклорной традиции – опираясь на уже упомянутые исследования В. Я. Проппа и А. В. Гуры. В монографии «Символика животных в славянской народной традиции» А. В. Гура рассматривает змея как самый яркий, многозначный и полифункциональный образ в классе животных «Гады». Место пребывания этих животных – земля и подземный мир (хотя они способны оказаться в воде и в воздухе). Хтоническая природа змей определяет многообразие их фольклорных характеристик. Обращает на себя внимание амбивалентность змеиного образа: сосуществование в нем мужского и женского начал, нечистой, дьявольской природы и способности помогать человеку, связь с целым комплексом предметных символов – длинных и гибких предметов, а также многочисленность ритуалов изгнания змей (от устрашения до задабривания). Змеиный образ отличает исключительная живучесть/бессмертие, мудрость, способность исцелять человека и принимать его облик, а также повелевать миром других хтонических существ. Змеиный царь или царица выделяются особым атрибутом (корона или драгоценный камень на голове), несколько раз в году они созывают всех змей и раздают им указы. Это происходит обычно на Иванов день [2, с. 293–298].

Посмотрим, как эти черты представлены в сказках П. П. Бажова. Основу нашего анализа составили четыре сказа: «Голубая змейка», «Про Великого Полоза», «Змеиный след» и «Золотой волос». Все эти сказки объединяет мотив оборотничества: Великий Полоз оборачивается мужчиной в годах, Голубая змейка – женщиной или девчонкой. В текстах всех сказов фиксируется момент перехода между животной и человеческой сущностями этих образов: *«И вот видят ребята – человека того уж нет. Которое место до*

пояса – все это голова стала, а от пояса шея. Голова точь-в-точь такая, как была, только большая, глаза ровно по гусиному яйцу стали, а шея змеиная» [6, с. 210–211] «Девчонка от земли отстала, а все пряменько стоит. Потом еще вытянулась, потончала, медяницей стала, перегнулась Костьке через плечо, да и поползла по спине» [6, с. 222]. В описании внешнего образа человека-змея подчеркивается его «иная» сущность. Это необычность и богатство костюма: «...незнакомый какой-то и одет не понашенски. Кафтан это на ем, штаны – все желтое, из золотой, слышь-ко, поповской парчи, а поверх кафтана широкий пояс с узорами и кистями, также из парчи, только с зеленью. Шапка желтая, а справа и слева красные зазорины, и сапожки тоже красные. Лицо желтое, в окладистой бороде, а борода вся в тугие кольца завилась. Так и видно, не разогнешь их. Только глаза зеленые и светят, как у кошки. А смотрят по-хорошему, ласково» [6, с. 209–210]. Это гибкость, подвижность и невесомость: «Одно показалось им непривычным: идет, как плывет, совсем легко. Поближе подходить стала, ребята разглядели – ни один цветок, ни одна травинка под ней не согнутся. И то углядели, что с правой стороны от нее золотое облачко колышется, а с левой – черное» [6, с. 273]. Это готовность помочь человеку, который пройдет испытания, проявит добрый нрав и бескорыстие: «из правого рукава золотая струя бежит, из левого – черная пыль сыплется» [6, с. 269]. Рассказы о волшебных змеях в социуме под запретом: «Кого не спросят... грозятся: Возьму вот прут да отвожжу обоих! Забудете о таком спрашивать» [6, с. 267].

Мотив испытания человека змеем/змеей в сказках Бажова неразрывно связан со старательским промыслом: змеи обнаруживаются там, где золото: «Одному увидеть голубую змейку прямое счастье: наверняка верховое золото окажется» [6, с. 268]; «Все золото в его власти. Где он пройдет – туда оно и подбежит» [6, с. 211]; «Прошла змея через камень, и по всему ее следу золото горит, где каплями, где целыми кусками. Много его» [6, с. 222]. Облик этого существа связан с ярким – но холодным, не солнечным – светом («И вот из-под земли стало выкатываться тулово преогромного змея. Голова поднялась выше леса. Потом тулово выгнулось прямо на костер, вытянулось по земле, и поползло это чудо к Рябиновке, а из земли все кольца выходят да выходят. Ровно им и конца нет. И то диво, костер-то потух, а на полянке светло стало. Только свет не такой, как от солнышка, а какой-то другой, и холодом потянуло» [6, с. 210–211]; «Уперлась змея головой в камень, так искры и посыпались, светло стало, глаза слепит» [6, с. 222]. Змей/змея справедлив(а). Тем, кто честен, кому нужна помощь золото показывается. Если же в месте, где добывают золото, драка, ссора или обман произошел – золото исчезает: «Не всякая, – говорит, драка человеку в покор, за иную и наградить можно. Вы по-хорошему дрались. Не из-за корысти либо жадности, а друг дружку охраняли. Недаром золотым обручем от черной беды вас отгородила. Хочу еще испытать» [6, с. 273].

Как вербализуются в сказках П. П. Бажова перечисленные нами черты? Рассмотрим этот вопрос на материале текста одного из сказов – «Про Великого Полоза». Уже имя главного персонажа определяет его как змеиного

царя: автор именует его «Великим» выбирает для него родовое название ужеобразных пресмыкающихся «Полоз», внутренняя форма которого связана с общеславянским глаголом *ползти* [5, с. 314]. Текстовые характеристики Великого Полоза подчеркивают его богатство и силу: он *«всему золоту полный хозяин»*, ему дана сила *«золото, какое он пожелает, к себе в землю притягивать»*. Великий Полоз волен награждать и наказывать людей сообразно их поступкам: *«Полозу в здешних местах большая сила дана. Он тут всему золоту полный хозяин: у кого хочешь отберет. И может Полоз все место, где золото родится, в свое кольцо взять. Три дня на коне скачи, и то из этого кольца не уйдешь»*. Великий Полоз наказывает людей за жадность, следствием которой становится нарушение старательского братства: *«Оттого вот и бывает – найдут, например, люди хорошую жилку, и случится у них какой обман, либо драка, а то и смертоубийство, и жилка потеряется. Это, значит, Полоз побывал тут и отвел золото»*; [6, с. 211].

В сказах П. П. Бажова у Великого Полоза есть дочка Золотой Волос. В описании ее образа подчеркивается необыкновенная красота, а змеиное начало обозначено наличием длинной золотой косы: *«Глядит, а за кустом на белом камешке девица сидит красоты невиданной, неслыханной, косу через плечо перекинула и по воде конец пустила. А коса-то у ней золотая и длиной десять сажен. Речка от этой косы так горит, что глаза не терпят»*. Сюжет выбора ею в женихи простого охотника во многом перекликается с сюжетами волшебных сказок других народов (например, литовская сказка «Эгле, королева ужей»).

Обобщая наши размышления о вербализации образа змея/змеи в сказах П. П. Бажова, следует сказать, что в его творчестве представлены глубинные мифологические черты этого образа, органично встроенные в систему фольклорно-мифологических представлений уральских старателей. Опыт фольклорной стилизации сказов П. П. Бажова относится к числу наиболее органичных, бережных авторских переложений фольклорного эпоса в русской литературе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреев, Н. П. Указатель сказочных сюжетов по системе Ааарне / Н. П. Андреев. – Л. : Изд. Госуд. Русского Геогр. Общества, 1929. – 120 с.
2. Гура, А. В. Символика животных в славянской народной традиции / А. В. Гура. – М. : Индрик. – 1997. – 912 с.
3. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : ООО «ИТИ ТЕХНОЛОГИИ», 2005. – 944 с.
4. Пропп, В. Я. Исторические корни волшебной сказки / В. Я. Пропп. – М. : Лабиринт, 1998. – 512 с.
5. Фасмер, М. Этимологический словарь русского языка: в 4 т. / М. Фасмер. – М. : ООО «Издательство Астрель», 2004. – Т. 1–4.
6. Бажов, П. П. Сочинение в трех томах / П. П. Бажов. – М. : Правда, 1986. – Т. 1–4. – 600 с.

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Подсекция № 1

Е. А. Романовская (*Минск, МГЛУ*)

ОБУЧЕНИЕ АРГУМЕНТАЦИИ КАК ОДНОМУ ИЗ КЛЮЧЕВЫХ ЭТАПОВ ДЕБАТИРОВАНИЯ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

В статье рассматриваются вопросы обучения дебатированию на иностранном языке студентов старших курсов лингвистического вуза на примере пособия по практике иноязычной речи. Подробно описываются этапы в обучении дебатированию, представленные в пособии. Акцент делается на формировании у студентов умений аргументации как основы любых дебатов. Раскрывается структура аргументации. Предлагаются упражнения для развития соответствующих умений.

К л ю ч е в ы е с л о в а: аргументация; дебаты; тезис; аргумент; умения аргументации; подготовительные упражнения; речевые упражнения.

The article deals extensively with the questions of teaching debates in a foreign language to senior students of a linguistic university on the basis of the course manual in teaching foreign language communication. The stages of teaching debate are illustrated in the course manual and are described in detail. The formation of argumentation skills as the basis of any debate is in the focus of the author's attention. The structure of argumentation is analysed. Different types of exercises are offered to correspond the expected skills development.

Key words: argumentation; debates; thesis; reason; argumentation skills; pre-communicative activities; communicative activities.

В условиях актуальных изменений, происходящих на современном этапе развития общества, востребованными становятся те молодые специалисты, которые владеют не только профессиональными навыками и компетенциями, но также умениями работать в команде, выступать публично, аргументированно доказывать свою точку зрения, логически и критически мыслить, проявлять эмпатию и терпимость к различным взглядам.

Компетентностный подход, лежащий в основе современной системы образования, требует определенных изменений в процессе обучения. Эти изменения касаются структуры учебного процесса, форм организации деятельности, принципов взаимодействия субъектов. Следовательно, предпочтение отдается интерактивным формам обучения, диалогическим методам общения, совместным поискам истины, разнообразной творческой деятельности. Дебаты (формализованный спор/обсуждение) являются как раз тем методом обучения, который зарекомендовал себя как эффективный способ развития вышеперечисленных умений, сочетающий в себе черты интерактивной и творческой речемыслительной деятельности.

Формат ведения спора в виде дебатов берет свое начало еще в древней Греции, где его использовали для обсуждения политических вопросов. На сегодняшний день дебаты являются популярным методом обучения в учебных заведениях по всему миру. В обучении разным дисциплинам используются следующие форматы дебатов:

- интернет-дебаты;
- академические дебаты;
- индивидуальные дебаты;
- дебаты между утверждающей и отрицающей сторонами;
- законодательные дебаты;
- судебные дебаты;
- парламентские дебаты.

В обучении иностранному языку чаще всего используются дебаты между утверждающей и отрицающей сторонами – дебаты К. Поппера. Они считаются наиболее эффективными для развития умений устной речи, а их адаптация к особенностям учебного процесса и всесторонняя предварительная работа преподавателя и учащихся способствуют их успешной реализации. Наряду с данным форматом на занятиях по практике английской речи на старшей ступени обучения на переводческом факультете Минского государственного лингвистического университета применяются также *парные дебаты*, или индивидуальные. Здесь дебаты – это не просто вариант деловой игры для активизации творческой мыслительной деятельности обучающихся. Парные дебаты являются формой итогового контроля на пятом курсе. Рассмотрим этапы процесса обучения данному виду деятельности более подробно.

Обучение дебатированию на пятом курсе предполагает движение от простого к сложному: от умения грамотно и логично выстраивать индивидуальное высказывание до умения убедительно аргументировать и доказывать точку зрения группы в рамках полилога. От подготовленной речи – к неподготовленной. Дебаты проводятся на заключительной стадии прохождения материала по той или иной теме, позволяя при этом реализовать возможность применения, а также углубления усвоенных знаний. Залог успеха при использовании предлагаемого метода – это тщательное планирование и поэтапная подготовка.

Тематика дебатов на пятом курсе отражает ключевые проблемы современного общественного и геополитического мирового пространства. Сюда относятся вопросы, связанные с всемирным экономическим кризисом, ситуацией в Евроразоне, иммиграцией, президентскими выборами, борьбой с терроризмом и др. Реализация данного метода в рамках одной темы предусматривает последовательность следующих этапов [1]:

1. Подготовительный этап: сбор и анализ информации по теме, накопление лексики.
2. Индивидуальное высказывание по теме: обзор проблематики.
3. Монологическое высказывание, включающее аргументированный анализ проблемной ситуации по теме: за и против.
4. Интервью по теме, включающее обсуждение ключевых проблем.
5. Парные/групповые дебаты по заданной проблемной ситуации, предполагающие использование стратегий аргументации и контраргументации.

В связи с этим на подготовительном этапе большой упор делается на самостоятельную работу студентов. Кроме работы с учебными

текстами и выполнения лексических упражнений необходимо самостоятельное глубокое изучение темы, сбор и анализ информации, фактов и примеров, статистических данных и результатов исследований. Студенты овладевают умениями извлекать и обрабатывать информацию, анализировать и сопоставлять различные идеи и события, пользоваться различными способами интегрирования информации, концентрироваться на сути проблемы.

На втором и третьем этапах студенты овладевают умениями выступать перед аудиторией, связно и логично излагать свою позицию, рассматривать проблему с разных сторон, аргументировать свою точку зрения, корректно пользоваться языком невербального общения (жесты, мимика, интонация).

На четвертом этапе студенты применяют полученные ранее умения, но уже в формате ведения диалога, обсуждения темы и ее проблематики в парах и дополнительно овладевают умениями задавать вопросы, толерантно относиться к мнению партнеров по дебатам, уважительно и дипломатично вести дискуссию.

На этапе подготовки и проведения дебатов студенты работают в парах, составляют текст своего выступления (кейс) письменно, выделяя сформулированные аргументы, подтвержденные соответствующими доказательствами. В дополнение к уже сформированным умениям студенты учатся самостоятельно формулировать гипотезу, аргументировать свою позицию, выстраивать цепочку доказательств, делать обоснованные выводы.

Далее дебаты презентуются устно в аудитории. Студенты следуют предлагаемой схеме составления дебатов, которая представлена в пособии в разделе «Инструкции» (Guidelines) и содержит основную структуру дебатов, требования к их составлению и необходимые речевые формулы. Кроме того в пособии предложен примерный вариант дебатов в качестве образца [1].

Как видно из описанных выше этапов, заданию по составлению дебатов предшествуют подготовительные упражнения на отработку лексики по теме, сбор и анализ информации, работа по составлению монологического и диалогического высказываний. Однако в основе дебатов лежит аргументация – достаточно сложный процесс, требующий использования на высоком уровне логического мышления и качественной языковой подготовки.

Следовательно, невозможно ожидать успеха в организации учебных дебатов, предоставив студентам только тезис (motion), структуру дебатов и примерные клише, даже если это этап завершения темы, когда ожидается, что студенты уже усвоили соответствующий материал и лексику. Необходима постоянная работа по формированию и развитию таких ключевых умений аргументации, как:

- 1) формулировать релевантные аргументы/доводы в поддержку тезиса;
- 2) логически обоснованно выстраивать доказательную линию;
- 3) выбирать способ рассуждения, связывая все элементы высказывания соответствующими языковыми средствами;
- 4) лексически и синтаксически правильно оформлять свою речь (выбор языковых средств, использование цитат, отбор соответствующей лексики, употребление стилистических приемов и т.д.).

Очевидно, предполагается, что к пятому курсу студенты уже должны были овладеть данными умениями. К сожалению, практика доказывает обратное: задача сформулировать и представить аргументы в поддержку своей позиции является для студентов наиболее сложной. Рассмотрим этот процесс более подробно.

Аргументация предполагает построение правильного и логичного доказательства, основой которого является четкая структура аргументированного высказывания, обязательно включающая четыре компонента [2]:

1) THESIS/claim, statement (тезис/положение, которое необходимо обосновать, доказать);

2) REASON/explanation (аргументы/суждения, которые приводятся для обоснования тезиса);

3) EVIDENCE/support (поддержка/доказательство, содержащее статистические данные, факты, ссылки на авторитетные источники/исследования, цитаты и т.д.);

4) WARRANT/inference (демонстрация логической связи между тезисом и аргументами).

В парных дебатах на практических занятиях по английскому языку на старших курсах лингвистического университета тезис и антитезис изначально заданы как в пособии, так и на экзамене, а студенты разрабатывают доказательную базу для каждой из сторон. Следовательно, главной задачей обучающихся становится правильно сформулировать аргументы, обосновывающие тезис, и предоставить убедительные доказательства.

Аргументы (доводы) – это исходные теоретические или фактические положения, с помощью которых обосновывается тезис. Они являются логической базой аргументации, и объясняют, с помощью чего ведется обоснование тезиса. В качестве аргументов могут выступать различные по своему содержанию суждения: теоретические или эмпирические обобщения; утверждения о фактах; аксиомы; определения и конвенции.

Развитие умений аргументации предусматривает привлечение целого комплекса упражнений, основанных на материалах темы. Этот процесс можно разделить на два этапа: подготовительный и речевой. Типы заданий для речевого этапа широко представлены в пособии по практике языка: это и монологические высказывания, и интервью с элементами аргументации, и непосредственно дебатирование по предложенной проблемной ситуации. Что касается подготовительного этапа, то в пособии он отсутствует. Очевидно, что студентам необходимо предоставить необходимые теоретические сведения (понятие и структуру аргументации, факторы, влияющие на успешность доказательства и т.д.), и организовать работу с текстом-образцом (как устным, так и письменным). Предлагаем следующую типологию упражнений.

1. *Упражнения на понимание целей и сущности аргументации*: работа с текстом-образцом (устным и письменным), выбор релевантных аргументов из предложенного списка, выявление и исправление ошибок в формулировке аргументов, установление соответствия аргументов и приведенных в их поддержку доказательств.

2. *Упражнения на понимание структурных особенностей аргументации*: логико-структурный анализ текста-образца (устного и письменного), выявление структурных компонентов аргументации, поэлементный анализ образца аргументации и др.

3. *Упражнения на овладение способами аргументации*: поэлементный анализ образца аргументации и выявление использованных в нем аргументов, характеристика особенностей разных видов аргументов, анализ способов расположения аргументов в тексте-образце, выявление и анализ речевых клише и их функций, введение в структуру текста аргументов, создание списка аргументов по тем или иным проблемам и др.

4. *Упражнения на овладение приемами заключения/выводов*: поэлементный анализ образца аргументации, выявление и анализ тезиса-вывода; выявление и анализ речевых клише, использованных для введения тезиса-вывода; анализ деформированного текста и введение в его структуру самостоятельно сформулированного тезиса-вывода; выявление основной проблемы текста, авторской позиции и формулирование собственного тезиса по выявленной проблеме и др.

5. *Упражнения на овладение языковыми средствами убеждения, выражения согласия/несогласия*: анализ образца аргументации, выявление и анализ использованных в нем языковых средств убеждения; выявление и анализ речевых клише, использованных для введения аргументов, выявление, анализ и устранение ошибок, допущенных в аргументации и др.

Задания по подготовке аргументированного высказывания должны проводиться на занятиях регулярно, для того чтобы сформировать данное умение. Также необходимо обучать студентов не только приводить аргументы, но и демонстрировать их логическую связь с тезисом, доказывать, что умозаключения верны и логичны.

Таким образом, процессу обучения дебатированию должен предшествовать этап по формированию умений аргументации, на котором студенты постепенно будут осваивать структуру аргументации, правила и способы аргументации, варианты выражения согласия/несогласия, средства убеждения и доказательства и т.д. Развитие умений аргументированной речи способствует более эффективным выступлениям не только во время дебатов, но и на конференциях, в дискуссиях, переговорах и презентациях. Умение аргументированно представлять свою позицию повышает уровень коммуникативной культуры говорящего, способствует овладению средствами образности и интонационной выразительности языка, умением вести спор, соблюдая нормы этики, способствует развитию критического мышления, а также повышает общий интеллектуальный уровень студентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Проблемы глобального мира и межкультурная коммуникация = Global Challenges and Cross-Cultural Communication: пособие для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по специальности 1-21 06 01-02 «Современные иностранные языки (перевод)». В 2 ч. / Е. А. Елецкая [и др.]. – Минск: МГЛУ, 2019. – Ч. 2. – 308 с.

2. *Besnard, Ph.* Elements of argumentation / Symbolic and Quantitative Approaches to Reasoning with Uncertainty [Electronic resource] / Ph. Besnard : 9th European Conference, ECSQARU 2007, Hammamet, Tunisia, October 31–November 2, 2007, proceedings / ed. Kh. Mellouli. – Berlin, Heidelberg, 1996. – 934 p. – Mode of access : https://www.researchgate.net/publication/220907500_Elements_of_Argumentation. – Date of access : 01.04.2021.

Н. Е. Петрова (Минск, БГУИР)

ЛЕКСИЧЕСКАЯ РАБОТА В ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОМ ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ

В статье рассматривается профессионально ориентированное обучение русскому языку как иностранному (РКИ). Цель данной работы – представить приемы работы, позволяющие повысить эффективность обучения РКИ в техническом вузе. Основное внимание уделяется особенностям лексической работы, а также особенностям работы с научными текстами, как с общенаучными, так и с узкоспециальными. На основе современных знаний о научном стиле речи обоснованы и описаны некоторые методические приемы, апробированные на занятиях по русскому языку как иностранному в Белорусском государственном университете информатики и радиоэлектроники (БГУИР). Особая роль отводится такому приему работы, как создание учебных терминологических словарей.

К л ю ч е в ы е с л о в а: русский язык как иностранный; профессионально ориентированное обучение русскому языку как иностранному; лексическая работа; технический вуз; термин; терминология.

The article deals with professionally oriented teaching of Russian as a foreign language (RFL). The purpose of this work is to present methods of work allowing to improve the efficiency of teaching RFL in a technical university. The main attention is paid to the peculiarities of vocabulary practices and working with scientific texts, both with general scientific and highly specialized ones. On the basis of modern knowledge about the scientific style of speech some methodological techniques, tested in classes of Russian as a foreign language at the Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics (BSUIR), are substantiated and described. A special role is given to such a method of work as the creation of educational learner's terminological dictionaries.

Key words: Russian as a foreign language; professionally oriented teaching of Russian as a foreign language; lexical work; technical university; term; terminology.

Лексическая работа в обучении РКИ имеет исключительное значение, поскольку без наличия у обучающегося определенного запаса слов невозможно понимание и продуцирование речи. Лексическое богатство современного русского литературного языка, преобладание в нем многозначных слов определяет множественные проблемы в обучении РКИ. В связи с этим поиск эффективных приемов лексической работы на занятиях по РКИ является актуальным в современной лингводидактике.

В технических вузах Республики Беларусь обучается большое количество иностранных студентов. На занятиях по РКИ в первую очередь происходит формирование коммуникативной компетенции в учебно-профессиональной сфере. Поэтому на продвинутом этапе обучения (1–4 курсы) на занятиях по РКИ большое внимание уделяется отбору учебного материала, в результате

которого преподаватель должен учитывать потребности студентов (учебные дисциплины, которые изучают студенты) и их будущую профессиональную деятельность.

Лексическая работа в профессионально ориентированном обучении РКИ имеет свою специфику. Обучение лексике в таком случае в первую очередь проходит в процессе чтения научных текстов, которые являются источником актуальной для студентов информации, отвечают целям и задачам обучения, связаны с будущей профессиональной деятельностью обучающихся, вызывают у них интерес. Кроме этого, чтение научного текста позволяет эффективно представить обучающимся новые лексические единицы, отработать их произношение и разобраться в грамматических характеристиках. Одновременно студенты получают сведения о лексической сочетаемости новых слов, об их синонимических и антонимических связях, то есть происходит формирование продуктивных и рецептивных лексических навыков.

Обычно лексическая работа проводится на предтекстовом этапе. Этапы работы с новыми словами в профессионально ориентированном обучении РКИ не отличаются от преподавания РКИ в иных целях. Обычно это презентация (предъявление и интерпретация) нового слова, усвоение его значения и автоматизация лексических навыков.

В профессионально ориентированном обучении РКИ презентация новых лексических единиц предпочтительна в контексте. Вначале учащийся сам может попробовать понять значение слова. Можно предложить ему перевести слово на родной язык. Если возникают проблемы с пониманием, преподаватель должен семантизировать изучаемую единицу языка. Могут использоваться такие приемы, как демонстрация изображения, использование синонимов или антонимов, конкретизация значения путем добавления ряда существенных признаков, подбор родового слова, указание на ситуации, в которых данная единица функционирует и др. При этом желательно использовать несколько приемов одновременно. Параллельно с объяснением значения отрабатывается произношение вводимого слова, а также вводятся его грамматические особенности. К примеру, если изучаемое слово – существительное или прилагательное, предлагается определить род, особенности склонения, лексическую сочетаемость. У глагола определяется вид, подбирается форма противоположного вида, определяются особенности спряжения и управления.

Эффективным приемом лексической работы в профессионально ориентированном обучении РКИ становится практика составления словарей, которые студенты могут пополнять на протяжении всего периода обучения. Словари можно составлять как переводные, так и толковые, с кратким объяснением значений изучаемых слов. Такой прием работы значительно повышает уровень овладения студентами новым лексическим материалом.

Также рекомендуем использовать и следующие з а д а н и я:

- определить источник образования слова;
- подобрать все возможные сочетания к изучаемому слову из предложенного списка слов или самостоятельно составить словосочетания;

- изменить грамматическую форму изучаемых слов, например, для существительных и прилагательных – изменить форму числа или падежа, для глаголов – изменить форму вида и др.;

- заполнить пропуски в тексте необходимыми по смыслу словами;
- дополнить или составить предложения, используя новые слова;
- подобрать синонимы;
- выполнить группировку слов по каким-либо тематическим признакам или исключить слова, которые не подходят к определенной группе слов др.

Вначале предлагаются задания, которые направлены на опознавание изучаемых лексических единиц и формирование навыков их употребления. Позже используются задания, которые стимулируют студентов к употреблению новых лексических единиц в речи: составить словосочетания, предложения, текст и др.

Использование игровых форм работы повысит эффективность усвоения лексических единиц, будет способствовать автоматизации приобретенных лексических компетенций. В работе с иностранными студентами можно использовать различные викторины, а также игру «Поле чудес». Игра на уроке стимулирует деятельность учащихся, разряжает обстановку, помогает лучше запоминать новые слова, а соревновательный элемент способствует активизации пассивных учащихся. Однако преподаватель не должен слишком увлекаться использованием игр; лучший вариант – чередование игровых заданий и заданий, направленных на практику говорения [1, с. 104].

В процессе профессионально ориентированного обучения РКИ на продвинутом этапе обучения в первую очередь происходит овладение не общеупотребительной, а специальной лексикой, специфическими для научной речи выражениями и конструкциями. Именно накопление «багажа» специальных слов, научных клише, умение оперировать ими поможет студентам реализовать свои коммуникативные потребности в профессиональной сфере, предоставит возможность обучающимся активно участвовать во всех видах учебной деятельности на занятиях по специальным дисциплинам [2, с. 76].

Отметим, что иностранным студентам иногда сложно овладевать специальной терминологией, в первую очередь технической, поскольку не всегда преподаватель-филолог может объяснить значение такого слова. Не всегда такое слово студент может найти и в словаре, поскольку наблюдается недостаток как переводных, так и толковых терминологических словарей, которые могут помочь студентам в изучении специальной лексики. К примеру, в сфере информатики и вычислительной техники, которая стремительно развивается, лексикографические источники быстро теряют свою ценность, и изучение специальной лексики вызывает сложности у некоторых иностранных студентов, не владеющих английским языком на достаточном уровне. В первую очередь это относится к обучающимся из Вьетнама, Китая, Туркменистана.

В процессе освоения профессионально ориентированной лексики на уроках РКИ игнорировать родной язык нельзя, поскольку может случиться так, что у студента сформируется ошибочное представление о значении изучаемой лексемы. В свою очередь, доступных для обучающихся специальных

терминологических русско-вьетнамских, русско-туркменских, русско-китайских и т.д. словарей недостаточно. В связи с этим мы рекомендуем использовать коллективные формы работы, когда более сильные студенты-старшекурсники составляют переводные терминологические словари по специальности, которыми впоследствии могут пользоваться студенты младших курсов или те, для кого освоение специальной лексики проходит сложнее. Такой прием работы не только повышает уровень овладения студентами специальной терминологией, но и способствует формированию навыков работы с научным стилем речи в целом.

Практика использования приема составления учебных терминологических словарей на занятиях по РКИ показала свою высокую эффективность. Многие студенты, которые участвовали в подобной коллективной работе по составлению терминологических словарей, достигли лучших результатов в написании собственных научных работ, курсовых и дипломных проектов, проявили большую активность в студенческой научно-исследовательской работе. Одновременно составленные словари помогли и более слабым обучающимся, которые при их использовании показали лучшие результаты в изучении РКИ.

Таким образом, лексическая работа в профессионально ориентированном обучении РКИ имеет большое значение, потому что накопленный «багаж» специальных слов является одним из самых важных показателей использования языка в учебно-профессиональной деятельности. Без знания профессионально ориентированной лексики студент технического вуза не сможет полноценно осмыслить тексты по специальности, не сможет качественно написать собственную научную работу, не сможет выразить свои мысли в профессиональном общении.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Азарина, Л. Е.* Игры на уроках РКИ / Л. Е. Азарина // Вестн. ЦМО МГУ. – 2009. – № 3. – С. 102–109.
2. *Бурыева, Э. О.* Создание учебных терминологических словарей как интенсивный прием в обучении русскому языку как иностранному в профессиональных целях / Э. О. Бурыева, Н. Е. Петрова // Актуальные вопросы обучения русскому языку как иностранному и на русском языке: сб. статей / под ред. Е. Е. Смирновой. – Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2020. – С. 75–80.

И. В. Гаврилова (*Санкт-Петербург, СПбПУ им. Петра Великого*)

СОДЕРЖАНИЕ ЛИНГВОМЕТОДИЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «ЛИНГВИСТИКА»

В данной статье рассматривается содержание лингвометодической компетенции в системе профессиональной подготовки иностранных студентов-филологов. Автор дает описание лингвометодической компетенции через классификацию умений, входящих в состав данной компетенции. Приведенная классификация лингвометодических умений

представлена в виде блоков: языкового и психолого-педагогического. Данная дифференциация умений позволяет подобрать наиболее эффективные методы и технологии обучения иностранных студентов. В связи с этим приводятся примеры использования различных методов и технологий формирования лингвометодической компетенции для студентов-иностранцев, изучающих русский язык.

К л ю ч е в ы е с л о в а: лингвометодическая компетенция; лингвометодическое умение; модель лингвометодической компетенции; русский язык как иностранный; методика формирования лингвометодической компетенции.

This article considers the content of linguo-methodological competence in the system of professional training of foreign students of philology. The author gives a description of the linguo-methodological competence through the classification of the skills that are part of this competence. The given classification of linguo-methodological skills is presented in the form of blocks: linguistic and psychological-pedagogical. This differentiation of skills allows you to choose the most effective methods and technologies for teaching foreign students. In this regard, examples of the use of various methods and technologies for the formation of linguo-methodological competence for foreign students studying the Russian language are given.

Key words: linguo-methodological competence; linguo-methodological skill; linguo-methodical competence model; Russian as a foreign language; methodology for the formation of linguo-methodological competence.

На современном этапе российское образование на уровне высшей школы становится все более востребованным со стороны иностранных граждан, в связи с этим возникает необходимость модернизации и инновации процесса обучения, чтобы высшее образование оставалось конкурентоспособным и интересным для иностранцев.

С активизацией деятельности России на мировом рынке возросли также интерес и потребность к изучению русского языка как иностранного не только в качестве средства общения и получения информации, но и инструмента преподавания языка у себя на родине. Вновь появился спрос на подготовку иностранного студента в качестве преподавателя русского языка как иностранного [1, с. 13].

В связи с временной ограниченностью академической нагрузки необходимо создать такую образовательную среду студентам-будущим преподавателям иностранного языка, которая сможет сформировать целостную систему лингвистических знаний об изучаемом языке (в нашем случае о двух иностранных языках – русском и английском) и методическую базу преподавания этого языка в краткие сроки обучения в магистратуре. В данную систему входят два взаимодополняющих процесса, протекающих одновременно, – овладение языком и обучение преподаванию этого языка, которые составляют профессиональную подготовку иностранного студента-лингвиста.

Вышеописанные процессы профессиональной подготовки включают в себя формирование ключевых, базовых и предметных компетенций. С точки зрения профессионально ориентированного обучения студентов-иностранцев в качестве преподавателей иностранного языка решающую роль играет одна из базовых компетенций – лингвометодическая, наличие которой на высоком уровне говорит о профессиональной компетентности педагога [2, с. 146].

В связи с этим цель данной статьи – рассмотреть содержание лингвометодической компетенции студента-лингвиста и предложить возможные способы ее формирования.

Опираясь на исследования Н. Е. Синичкиной, Н. А. Исаевой, А. Г. Канцур, М. А. Мосиной, К. Э. Безукладова, Л. В. Павловой, И. Р. Пулеха, мы определяем *лингвометодическую компетентность* как «способность продуктивно решать профессиональные задачи в области языкового образования» обучающегося на базе глубоких лингвистических знаний и методики преподавания языка [3, с. 5].

Лингвометодическая компетенция является более узким понятием по отношению к лингвометодической компетентности, поэтому она обладает той же характеристикой, но решает конкретный круг задач, с которыми сталкивается преподаватель иностранного языка.

Определим место и содержание лингвометодической компетенции в системе профессиональной подготовки студента-филолога.

Изучением составляющих профессиональной подготовки преподавателя иностранного языка занимались такие ученые, как К. И. Саломатов, Е. И. Пассов, К. Э. Безукладников, Л. В. Павлова и др. Основываясь на данных работах, мы рассматриваем *лингвометодическую компетенцию* будущего преподавателя иностранного языка как единство языкового и психолого-педагогического образования, которое состоит из ряда умений.

Под *лингвометодическими умениями* Л. В. Павлова понимает «осознанное владение способами и приемами организации обучения и учения для решения разнообразных учебно-воспитательных задач в процессе овладения иностранным языком» [4, с. 27].

Существует несколько классификаций профессионально-педагогических умений, но в данном исследовании мы придерживаемся типологии К. И. Саломатова, который выделил пять групп лингвометодических умений: гностические, конструктивные, организаторские, коммуникативно-обучающие и лингвометодические умения с воспитывающей функцией [5, с. 25].

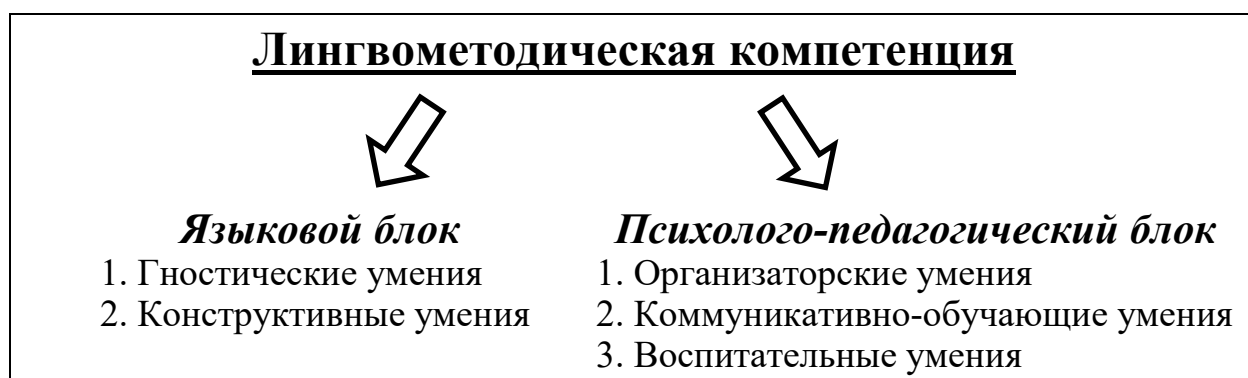
С учетом приведенной классификации, исходя из педагогических функций преподавателя иностранного языка, направленных на решение методических задач, и содержания лингвистических знаний, мы представляем свое понимание структуры лингвометодической компетенции.

Так как лингвометодическая компетенция представляет собой «интегративную личностную характеристику» [4, с. 27], то она состоит из двух базовых блоков умений: 1) языкового блока и 2) психолого-педагогического блока.

Языковой блок включает в себя умения, связанные с владением лингвистическими знаниями о языке. К этому блоку мы относим *г н о с т и ч е с к и е* умения (осуществление лингвометодического анализа языковых единиц; умения, необходимые для осуществления речевой деятельности от мотивации до языковой рефлексии; умения выявлять пробелы в знаниях, анализировать свои методические успехи или промахи и самосовершенство-

ваться и т.п.) и конструктивные (переработка индивидуального опыта речевой практики, лингвистические знания о речевых моделях, способы наглядного объяснения и т.д.) [5, с. 32].

Психолого-педагогический блок состоит из умений, направленных на организацию самого процесса обучения. Здесь нами выделены организаторские (умения выводить обучающихся на основную цель урока; ставить задачи, в ходе решения которых будет усвоен учебный материал; определять алгоритм выполнения учебных действий; учитывать слова, правила или грамматические модели, вызывающие трудности для группы обучающихся), коммуникативно-обучающие (умения устанавливать и поддерживать психологический контакт с учащимися; мотивировать обучающихся к активной осознанной речевой деятельности, выражать на изучаемом иностранном языке оценку действиям: похвала, одобрение, градация замечаний и порицаний; высказывать свое мнение) и воспитательные лингвометодические умения [5, с. 37] (рисунок).



В процессе формирования лингвометодических умений следует обратить внимание на следующие моменты: 1) при планировании занятий по практике должны выбираться определенные лингвометодические умения; 2) для более эффективной работы следует выявлять взаимосвязи между лингвометодическими умениями из языкового и психолого-педагогического блоков; 3) при взаимодействии лингвометодических умений важно направить процесс обучения студентов на создание ими «личностного образовательного продукта» [6, с. 12].

Исходя из этого, методика формирования лингвометодических умений будущего преподавателя иностранного языка представляет с и с т е м у:

1) *содержания*, представленного знаниями, полученными студентами в процессе интеграции профилирующих предметов в единое образовательное поле;

2) *методов* (моделирование, метод проектов, тандем-метод), направленных на приобретение опыта преподавания;

3) *технологий* (профессионально ориентированное портфолио в виде «Лингвометодического органайзера преподавателя иностранного языка») [7, с. 39] для систематизации созданных продуктов.

Для успешной реализации предлагаемой методики необходимы следующие педагогические условия: учет индивидуальных и национальных особенностей обучающихся; усвоение учебного материала в условиях

продуктивного общения; использование форм обучения в тандем-парах во время работы над общим проектом, составление и накопление модульных блоков из конспектов уроков иностранного языка в профпортфолио студента. Данные педагогические условия обеспечивают реализацию компетентностного подхода к профессиональной подготовке будущих преподавателей иностранного языка [4].

Итак, рассматривая место и содержание лингвометодической компетенции студентов-будущих преподавателей иностранного языка, мы пришли к следующим выводам:

- лингвометодическая компетенция относится к базовым компетенциям, составляющим профессиональной компетентности педагога;
- она состоит из набора *лингвометодических умений*, которые определены нами как осознанное владение способами и приемами организации обучения и учения для решения разнообразных учебно-воспитательных задач в процессе овладения иностранным языком.
- данная компетенция представляет собой «интегративную личностную характеристику», состоящую из двух базовых блоков умений: 1) языковой блок умений: гностические и конструктивные; 2) психолого-педагогический блок умений: организаторские, коммуникативно-обучающие и воспитательные;
- при разработке методики формирования лингвометодических умений будущего преподавателя иностранного языка будет создана система, объединяющая содержание, методы (моделирование, метод проектов, тандем-метод) и технологии (профессионально ориентированное портфолио в виде «Лингвометодического органайзера преподавателя иностранного языка»).

ЛИТЕРАТУРА

1. Канцур, А. Г. Формирование лингвометодической компетентности студентов в условиях междисциплинарной интеграции / А. Г. Канцур, М. А. Мосина // Современные проблемы науки и образования. – Пермь, 2014. – № 1. – С. 13.
2. Безукладов, К. Э. Целостность лингвометодической подготовки учителя иностранного языка на основе диалогического подхода / К. Э. Безукладов, М. А. Мосина // Международный журнал экспериментального образования. – М. : Академия естествознания, 2016. – № 1. – С. 145–149.
3. Синичкина, Н. Е. Формирование лингвометодической компетенции будущего учителя родного русского языка в современном вузе : дис. ... д-ра пед. наук / Н. Е. Синичкина. – Великий Новгород, 2010. – 353 с.
4. Павлова, Л. В. Формирование лингводидактических умений будущего учителя иностранного языка в процессе профессиональной подготовки в вузе / Л. В. Павлова, И. Р. Пулеха // Современные проблемы науки и образования. – Пермь, 2019. – № 2. – С. 27.
5. Саломатов, К. И. Система требований к профессионально направленному владению иностранным языком и пути ее реализации во внеаудиторной работе : учеб. пособие для студентов и преподавателей пед. фак. (ин-тов) иностр. яз. / К. И. Саломатов. – Куйбышев : Куйбышев. ГПИ, 1985. – 60 с.
6. Рубцова, А. В. Основы продуктивной лингводидактики / А. В. Рубцова. – СПб. : Изд-во СПбПУ, 2017. – 184 с.

7. *Исаева, Н. А.* Современные стратегии лингвометодической подготовки будущего учителя на 1 ступени высшего образования / Н. А. Исаева // Вестн. ун-та рос. акад. образования. – М., 2017 г. – № 3. – С. 37–42.

В. С. Боголюбская (Гомель, БелГУТ)

ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТ-КАРТ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

В данной статье речь идет о возможностях и преимуществах использования интеллект-карт на занятиях по иностранному языку. Рассматриваются варианты использования интеллект-карт на занятиях. Описываются правила создания интеллект-карт. Делается вывод об актуальности применения данных эффективных инструментов для детального анализа информации.

К л ю ч е в ы е с л о в а: интеллект-карта; иностранный язык; обучающиеся; иноязычная коммуникативная компетенция; иноязычное образование.

This article deals with the possibilities and benefits of using mind maps in foreign language classes. Variants of using mind maps in the classroom are considered. The rules of 'mind mapping' are described. The conclusion is made about the relevance of using these effective tools for detailed analysis of information.

K e y w o r d s: mind-map; foreign language; students; foreign language communicative competence; foreign language education.

Необходимость преемственности между такими учреждениями, как школа, университет и предприятие, обуславливают потребность в поиске новых технологий, методов и приемов обучения, которые бы обеспечивали подготовку квалифицированного специалиста с учетом современных требований в выбранной профессиональной сфере. При этом они должны быть направлены на развитие индивидуальности обучающегося, помогать ему эффективно усваивать новый материал. Следует отметить также потребность в активизации умений поиска необходимой информации, ее анализа, обобщения, выстраивания логической последовательности своих высказываний. Для решения этих задач предлагается использовать интеллект-карты.

Интеллект-карта – это эффективный инструмент для детального анализа информации, ее структурирования с последующим графическим представлением. Отмечается возможность эффективного использования интеллект-карт как в учреждениях образования, так и в профессиональной деятельности. В данной статье рассматриваются возможности применения данного инструмента в образовательном процессе, в частности, в процессе иноязычного образования.

Идея использования интеллект-карт принадлежит британскому психологу Т. Бьюзену, который обратил внимание на преимущества радиального изображения информации по принципу нейронных связей перед линейным. В его исследованиях было доказано, что линейное отображение информации способно задействовать только левое полушарие головного мозга, радиальное – оба полушария. Также был сделан вывод о том, что в таком виде информация воспринимается и понимается наиболее успешно [1, с. 41–42].

Это говорит о преимуществах представления информации в виде интеллект-карт для развития креативности у обучающихся, а также более детального рассмотрения проблемы.

Среди достоинств использования интеллект-карт следует отметить представление информации в наиболее доступной для восприятия форме, что способствует лучшему его запоминанию и последующему воспроизведению. Их использование делает возможным быстрый поиск необходимой информации. Форма представления информации в интеллект-картах является лаконичной. Информация размещается на одном листе, что позволяет обратить внимание на связи между отдельными элементами, на спорные вопросы. Очевидным преимуществом является также возможность постоянного дополнения интеллект-карт по мере появления новой информации или идей. Поэтому такой способ можно считать эффективным в том числе для проектных работ, парных и групповых форм работы.

Очевидным преимуществом использования интеллект-карт является также одновременная активизация мышления, воображения, процессов запоминания, развитие креативности обучающихся, способности к анализу и выделению главного. Эффективность данной технологии представления информации подтверждена экспериментально. Согласно исследованиям, запоминание информации, представленной в виде интеллект-карты, выше на 30–35 % по сравнению с линейными способами представления данных [2, с. 310]. Следовательно, интеллект-карты помогают структурировать объемные пласты информации, задействовав при этом большое количество психологических процессов. Можно утверждать, что это позволит более легко и детально воспроизвести в дальнейшем информацию, заключенную в интеллект-картах.

Необходимо указать на то, что технология заполнения интеллект-карт имеет следующие цели: фиксация полученной информации, запоминание информации, легкий доступ к информации, а также анализ информации [2, с. 310]. Под *фиксацией информации* следует понимать то, что интеллект-карта представляет собой графическое отображение информации в лаконичной форме, позволяющее в последующем быстро ориентироваться в больших объемах информации. Графическое представление информации способствует более эффективному запоминанию. Сюда следует отнести также тот факт, что в процессе работы над составлением интеллект-карты обучающиеся основательно прорабатывают предлагаемую им информацию, структурируют ее, выделяют главное и второстепенное. Это помогает им запомнить необходимую информации еще на стадии работы с ней. Легкий доступ к информации обеспечивается за счет ее структуризации, выделения каждой идеи своим цветом, отображения ключевых моментов на одном листе по принципу «главное в центре, второстепенное по краям». Поэтому обучающимся легче найти необходимое, вспомнить существующие взаимосвязи между элементами карты. В процессе работы над интеллект-картами обучающиеся анализируют информацию с разных сторон, что делает возможным нахождение неявных связей, а также решений для выявленной проблемы в ходе исследования.

Техника заполнения интеллект-карт предполагает соблюдение простых правил: главная идея находится в центре и от нее отходят ветви-подтемы. Следовательно, второстепенная информация располагается ближе к краю листа. Линии обязательно должны быть изогнутыми по принципу нейронных связей. Каждая подтема имеет свой цвет, что позволяет легко ориентироваться и искать необходимую информацию на карте. Также это способствует активизации работы правого полушария головного мозга. Рекомендуется использование рисунков в процессе составления интеллект-карт, так как это стимулирует ассоциативное мышление и позволяет лучше запомнить и усвоить предлагаемую информацию.

В научных работах отмечается, что интеллект-карты способствуют реализации дифференцированного подхода в процессе изучения иностранного языка, так как в ходе их создания задействуются ассоциативное мышление, иерархическое мышление и визуальное мышление. Также указывается, что использование интеллект-карт имеет непосредственное влияние на развитие логического и творческого мышления, что позволяет более эффективно использовать интеллектуальные возможности обучающегося. Следует обратить внимание и на то преимущество, что использовать интеллект-карты обучающиеся могут одинаково эффективно вне зависимости от своего типа восприятия информации [3, с. 132]. Это говорит о том, что применение интеллект-карт в образовательном процессе стимулирует развитие личности обучающегося с учетом его индивидуальных особенностей.

Вариантов использования интеллект-карт на занятиях по иностранному языку большое количество: работа над лексикой, грамматикой, текстами, структурированием письменной речи [4, с. 137–138]. Обучающиеся могут применять интеллект-карты как на занятиях в классе/аудитории, так и в ходе самостоятельной работы над языковым материалом. Работа с интеллект-картами может быть организована совместно с педагогом, индивидуально, в парах или малых группах. На сегодняшний день возможным является как создание ментальных карт собственноручно, так и с использованием специальных программ, в том числе в онлайн-формате.

На занятиях по иностранному языку интеллект-карты могут применяться для работы как над лексическими единицами, так и над грамматическим материалом. Если рассматривать начальные этапы работы с лексикой, то здесь можно говорить о систематизации материала. Это поможет обучающимся увидеть взаимосвязь изучаемых слов и словосочетаний, будет способствовать более эффективному их запоминанию. Преимуществом является и то, что интеллект-карты можно постоянно дополнять в процессе работы над той или иной темой. Следует отметить также то, что изучаемый лексический материал представляется единым, взаимосвязанным и целым. Для этапа введения нового лексического материала, а также для контроля степени его усвоения возможно применение интеллект-карт. Одним из вариантов работы можно рассмотреть следующий: обучающимся необходимо заполнить или дополнить интеллект-карты по определенной теме, сгруппировав лексические единицы по предлагаемому принципу. При работе

над грамматическим материалом использование интеллект-карт позволяет систематизировать правило, изобразив его графически. При этом следует учитывать, что при составлении карты для того либо иного правила необходимо использовать только ключевые слова, рисунки и разные цвета. Это будет способствовать более легкому запоминанию материала, его осознанию и последующему применению.

Огромный потенциал интеллект-карты имеют при подготовке к пересказу текста или составлении монологического высказывания. Интеллект-карта в этом случае служит вербальной опорой, которая также является и основательно проработанным планом. Принцип ее построения при этом сохраняется: в центре располагается главная тема или идея, от которой отходят подтемы, отличающиеся друг от друга цветом. Обязательным условием является использование только ключевых слов или словосочетаний. Это позволяет структурировать свое высказывание, научиться выделять главное и второстепенное. Если обучающийся представил свое устное высказывание в виде интеллект-карты, то можно говорить о том, что он основательно продумал и систематизировал свой рассказ.

Популярным сейчас является также представление в виде интеллект-карты результатов проектной деятельности обучающихся, где показаны либо результаты исследовательской деятельности, либо непосредственно план проведения исследования.

Отдельным пунктом следует выделить преимущества использования интеллект-карт в процессе подготовки к выпускным экзаменам по иностранному языку. Они позволяют обучающимся осознанно подойти к подготовке, а также быстро и эффективно повторить пройденный материал непосредственно перед экзаменом.

Проведенные исследования показывают, что использование интеллект-карт в процессе изучения иностранного языка дает положительные результаты, так как стимулирует мотивацию к процессу овладения иноязычной коммуникативной компетенцией, позволяет развить творческие и интеллектуальные способности обучающихся, умение планировать свое устное или письменное высказывание [3, с. 134]. Следовательно, они позволяют наиболее эффективно использовать дифференцированный подход к процессу изучения иностранного языка.

Наряду с большим количеством положительных моментов использования интеллект-карт в процессе изучения иностранного языка необходимо указать и на недостатки данной технологии. Одним из таких отрицательных моментов является упрощенное отображение информации или ее необоснованное обобщение, что может повлечь за собой потерю важных деталей по причине невозможности включения их в иерархическую структуру. Следует обратить также внимание на индивидуальный характер графического отображения предлагаемой информации в интеллект-картах, присущий отдельно взятому обучающемуся или группе обучающихся. Именно поэтому понимание интеллект-карты, выполненной другим человеком или иной группой, может быть затруднительно. Необходимо также упомянуть о том, что на

начальных этапах работы с интеллект-картами на их составление может уходить большое количество времени [2, с. 311]. Это обосновывается тем, что нелинейное представление информации не является привычным для обучающихся. Для обучения приемам визуализации информации в виде интеллект-карт необходимо быть готовым потратить большее количество времени на их составление в рамках учебных занятий. Но с приобретением обучающимися данного навыка времени будет уходить гораздо меньше, чем в начале работы над ними.

В заключение необходимо еще раз подчеркнуть, что применение интеллект-карт на занятиях по иностранному языку позволяет обучающимся наиболее эффективно прорабатывать и запоминать предоставляемую информацию. Использование интеллект-карт способствует получению высоких результатов в процессе овладения иноязычной коммуникативной компетенцией, развивает интеллектуальный и творческий потенциал обучающихся, стимулирует осмысленный подход к изучению иностранного языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Груздилов, М. Г.* Майндмэппинг как один из инновационных приемов наглядного метода обучения / М. Г. Груздилов // Педагогика и инновации. – София, 2018. – №1. – С. 40–48.
2. *Ахмедова, Э. М.* Актуальные аспекты использования технологии интеллект-карт (mind-map) в педагогическом процессе / Э. М. Ахмедова // Мир науки, культуры, образования. – М., 2020. – № 2. – С. 310–312.
3. *Камышанская, Н. В.* Использование интеллект-карт в обучении иностранному языку студентов в неязыковом вузе / Н. В. Камышанская // Аграр. вестн. Верхневолжья. – 2016. – № 3. – С. 131–135.
4. *Злобина, Е. А.* Оптимизация процесса обучения магистрантов неязыковых направлений иностранным языкам с помощью техник визуализации мышления / Е. А. Злобина // Отечественная и зарубежная педагогика. – 2020. – Т. 1. – № 3 (68). – С. 133–149.

П. О. Кулакова, М. А. Одинокая (*Санкт-Петербург, ФГАОУ ВО СПбПУ*)

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ HOT LIST ПРИ ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ МНОГОПРОФИЛЬНОГО ВУЗА

В настоящей статье раскрывается сущность интерактивной технологии hot list. Рассматривается применение данной технологии на занятиях по иностранному языку в многопрофильном вузе. Предпринята попытка выявить преимущества и недостатки использования технологии hot list. Приводится пример из практики работы преподавателей многопрофильного вуза, предлагаются учебные интерактивные ресурсы, представленные в текстовом формате.

К л ю ч е в ы е с л о в а: технология hot list; студент; многопрофильный вуз; учебный ресурс; иностранный язык.

This article reveals the essence of the hot list interactive technology. The application of the hot list interactive technology in foreign language classes at a multidisciplinary university is

considered. An attempt has been made to identify the advantages and disadvantages of using the hot list technology in teaching students of a multidisciplinary university. An example from the practice of teachers of a multidisciplinary university is given, educational interactive resources presented in text format are offered.

Key words: hot list technology; student; multidisciplinary university; learning resource; foreign language.

Содержание обучения иностранному языку (ИЯ) неразрывно связано с содержанием профессиональной подготовки инженерных кадров. Данное положение находит свое отражение в углублении межпредметных связей ИЯ с другими дисциплинами профессиональной подготовки.

В настоящее время исследователи отмечают целесообразность использования интерактивных технологий (ИТ) в образовательной деятельности. Их применение на практических занятиях по ИЯ стало неотъемлемой частью современной действительности [1; 2; 3]. ИТ способствуют качественному изменению методов и организационных форм деятельности студентов, раскрытию их индивидуальности и т.д.

Вопросами использования ИТ в учебном процессе занимаются такие исследователи как Г. В. Абрамян [4; 5], А. М. Атаян [6], В. С. Аверьянов [7], Н. В. Жигadlo [8], В. Э. Жигadlo [9; 10], Э. Ф. Зеер [11], Т. А. Ивашкина [12] и др. Использование технологии **hot list** в преподавании дисциплин учебного цикла в высшей школе раскрывается в трудах таких исследователей, как Т. А. Артемова [13], Е. А. Воронова [14], И. Г. Карпова [15], П. В. Сысоева, М. Н. Евстигнеева [16], Т. Ф. Ермакова [17] и др. Осмысление научных трудов позволило нам заключить, что у каждого исследователя формируется свое представление об успешном взаимодействии с ИТ. Однако неизменным элементом этого взаимодействия остается человек.

ИТ способствуют включению студента в будущую профессию, осуществлению информатизированной деятельности [18; 19], порождению мотива для последней.

Вовлечение студентов в профессионально ориентированное общение является неотъемлемым условием развития иноязычной профессионально-коммуникативной компетенции (ИПК). В основе формирования ИПК должно находиться желание студентов применять ИЯ не только для обмена информацией, но и для полноценного общения с представителями иноязычных культур и представления родной культуры средствами изучаемого языка.

Культура отражает восприятие, понимание, статус моральной ответственности человека за себя и окружающую его среду и его проявление, ценности и их приоритет, нравственную сущность людей и находит уникальное отражение в языке – носителе культуры. Усвоение формы языка без учета культурного компонента может стать причиной недоразумений и непонимания.

Одной из успешных технологий при обучении студентов многопрофильного вуза может стать hot list ('полезный список'). Под *технологией hot list* мы понимаем процесс обучения, направленный на поиск, отбор, классификацию учебной информации, а также способствующий осуществле-

нию поиска и обработке необходимой учебной информации для решения поставленной задачи, трансляции учебной информации в понятной для собеседников форме.

Технология hot list представляет собой список полезных учебных интерактивных ресурсов по изучаемой теме, размещенных преподавателем на отдельной веб-странице, что дает возможность направлять учебную и поисковую деятельность студентов. Результатом работы со списком может быть представление проекта, доклада, эссе и т.д. Данный список можно дополнять и обновлять, и использовать для работы над различными учебными веб-проектами.

Данный вид работы направлен на формирование у студентов навыков работы с сетью Интернет, отбора учебной информации на ИЯ, работы с информацией в разных форматах от текстовых и мультимедийных учебных материалов (фотографии, аудио- и видеоклипы, графическая информация) до анимационных виртуальных 3D туров по изучаемой теме (фактический материал). В плане коммуникативной компетенции студенты работают с аутентичным материалом, развивают навыки и умения чтения.

Учебные интерактивные ресурсы по изучаемой теме могут иметь следующий вид в текстовом формате:

Hot list to write a scientific article:

<https://www.prepostseo.com/article-rewriter>
<https://masterclasses.nature.com/online-course-in-scientific-writing-and-publishing/16507840>
<http://www.columbia.edu/cu/biology/ug/research/paper.html>
<https://www.aresearchguide.com/1steps.html>
<https://www.coursera.org/learn/how-to-write-a-scientific-paper?action=enroll>
<https://resoomer.com/en/>
<https://www.wiley.com/network/researchers/preparing-your-article/how-to-write-a-scientific-abstract>
<https://twp.duke.edu/sites/twp.duke.edu/files/file-attachments/scientific-article-review.original.pdf>
<https://sites.middlebury.edu/middsciwriting/overview/>
<https://nordart.ru/scholastic-writing-a-scientific-analysis-article-2/>
<https://zen.yandex.ru/media/id/5a9fae4e610493249a27cb77/vyrajeniia-dlia-na-pisaniia-annotacii-na-angliiskom-iazyke-5b07004e9b403c8f040bb550>
<https://www.springer.com/gp/authors-editors/authorandreviewertutorials/writing-a-journal-manuscript/types-of-journal-articles/10285504>
https://www.training.nih.gov/assets/Reading_a_Scientific_Article_Transcript_-_508.pdf
<http://ozline.com/electraguide/thesis.php>
https://is.muni.cz/el/sci/jaro2011/ZD500/um/39424704/Science_Research_Writing_A_Guide_for_Non-Native_Speakers_of_English.pdf

При составлении «Полезного списка» используются аутентичные веб-ресурсы, что, в свою очередь, предполагает улучшение знаний грамматической стороны ИЯ, его лексических особенностей, культуры страны изучаемого ИЯ.

Приведем наиболее важные преимущества и недостатки использования данной технологии. По нашему мнению, неоспоримое преимущество использования технологии hot list состоит в том, что она имеет проблемно-поисковый компонент, то есть направлена на поиск решения поставленной учебной проблемы (ситуации), в ходе которой студент самостоятельно перемещается по сети Интернет, ищет ответ, сам создает новые знания, делает открытие, формулирует теоретические выводы.

Другим преимуществом является доступность учебного контента «Полезного списка» с любого компьютера по сети Интернет. Данное качество способствует приобщению все большего числа студентов к использованию технологии hot list.

Еще одним преимуществом использования технологии является то, что она способствует как командному взаимодействию студентов в учебной работе, так и самостоятельному качественному обучению и позволяет студенту выбирать траектории собственного развития, используя ресурсы и сервисы сети Интернет.

Важнейшим достоинством использования технологии hot list является свободный доступ к ней – не нужно инвестировать в покупку оборудования, программного обеспечения, настройку и техническую поддержку. «Полезный список» может расширяться в соответствии с учебными нуждами студента.

Недостатком данной технологии является то, что студент находится на начальном этапе своего профессионального становления и ему необходима помощь преподавателя, который может оказать квалифицированную помощь в подборе «Полезного списка» по изучаемой теме.

Таким образом, несмотря на то, что применение интерактивной технологии hot list в процессе обучения иностранному языку открывает большие возможности как для преподавателей, так и для студентов, еще не все преимущества и недостатки интерактивной технологии hot list изучены до конца. Ее внедрение зачастую ограничивается стадиями тестирования созданных специальных учебных hot list и заявлениями об их применении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Challenges and opportunities for Russian higher education amid COVID-19: Teachers' perspective / N. Almazova [et al.] // Education Sciences. – 2020. – Т. 10. – №. 12. – С. 368.
2. Problems of Mastering and Using Digital Learning Technology in the Context of a Pandemic / A. Rubtsova [et al.] // Knowledge in the Information Society. – Springer, Cham, 2020. – С. 324–337.
3. The impact of digital transformation process of the russian university / O. Ipatov [et al.] // Annals of DAAAM & Proceedings. – 2020. – №. 31(1). – С. 271–275.
4. Абрамян, Г. В. Системы и технологии электронного обучения как потенциальные объекты риска информационно-образовательной среды вузов и школ Российской Федерации / Г. В. Абрамян // Электронное обучение в ВУЗе и в школе. – 2014. – С. 17–20.

5. *Катасонова, Г. Р.* Технологии подготовки академических и прикладных бакалавров в условиях ФГОС ВО 3+ с учетом российских профессиональных стандартов / Г. Р. Катасонова, Г. В. Абрамян // Преподавание информационных технологий в Российской Федерации. – 2015. – С. 120–122.
6. *Атаян, А. М.* Облачные технологии как современный инструмент управления информационными ресурсами / А. М. Атаян // Бюллетень Владикавказского ин-та управл. – 2013. – № 42. – С. 314–321.
7. *Аверьянов, В. С.* Интерактивные технологии в обучении изобразительному искусству как средство развития навыков учащихся в области выполнения живописных работ / В. С. Аверьянов // Современный ученый. – 2021. – № 1. – С. 44–47.
8. *Жигадло, Н. В.* Роль информационных технологий в науке и образовании / Н. В. Жигадло // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. – 2019. – С. 410–412.
9. *Жигадло, В. Э.* О первоочередных задачах по реализации стратегии развития цифровой экономики в Санкт-Петербурге и Северо-Западном регионе / В. Э. Жигадло // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. – 2018. – С. 17–18.
10. *Жигадло, В. Э.* Основные задачи по реализации стратегии развития цифровой экономики в современных условиях / В. Э. Жигадло // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. – 2019. – С. 15–16.
11. *Зеер, Э. Ф.* Персонализированная учебная деятельность обучающихся как фактор их подготовки к профессиональному будущему / Э. Ф. Зеер // Профессиональное образование и рынок труда. – 2021. – № 1 (44). – С. 104–114.
12. *Ивашкина, Т. А.* Проблемы влияния цифровизации общества на высшее лингвистическое образование и образовательный потенциал цифровых технологий в полиязыковой подготовке студентов вузов / Т. А. Ивашкина // Мир науки, культуры, образования. – 2021. – № 1 (86). – С. 272–275.
13. *Артёмова, Т. А.* Применение информационно-коммуникативных технологий и интернет-ресурсов в повышении качества образования на учебных занятиях по иностранному языку на II и III ступенях общего среднего образования / Т. А. Артёмова // Теоретические и практические предпосылки подготовки полилингвальных специалистов в УВО. – 2020. – С. 6–9.
14. *Воронова, Е. А.* Использование инновационных технологий при формировании грамматического навыка обучающихся средней степени / Е. А. Воронова // Вестн. Воронеж. ин-та развития образования. – 2019. – №. 4. – С. 13–20.
15. *Карпова, И. Г.* Применение технологии NOT LIST в преподавании иностранных языков в вузе / И. Г. Карпова // Аграрное образование в условиях модернизации и инновационного развития АПК России. – 2020. – С. 156–159.
16. *Сысоев, П. В.* Использование современных учебных Интернет-ресурсов в обучении иностранному языку и культуре / П. В. Сысоев, М. Н. Евстигнеева // Язык и культура. – 2008. – № 2. – С. 100–110.
17. *Ермакова, Т. Ф.* Интернет-технологии в организации самостоятельной работы студентов (на примере английского языка) / Т. Ф. Ермакова // Инновации в профессиональном и профессионально-педагогическом образовании. – 2015. – С. 236–239.
18. *Лубкина, Е. И.* Использование информационно-коммуникационных технологий в современной образовательной среде / Е. И. Лубкина, И. Н. Шустова // Russian Linguistic Bulletin. – 2019. – № 1 (17) 2019. – С. 4–6.
19. *Бобровских, О. Н.* Использование веб-квестов в обучении (на примере английского языка) [Электронный ресурс] / О. Н. Бобровских // Интернет-журнал «Эйдос». – 2008. – 16 декабря. – Режим доступа : <http://www.eidos.ru/journal/2008/1216.htm>.

РОЛЬ ТЕХНОЛОГИИ HOT LIST В ДИСТАНЦИОННОМ ОБУЧЕНИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ШКОЛЕ

В данной статье раскрывается роль интерактивной технологии hot list в обучении студентов высшей школы, анализируются теоретические аспекты раскрытия грамотного умения отбора учебной информации в электронном виде. Актуальность данного исследования обусловлена все большей доступностью информации в сети Интернет, стремительно набирающей обороты после всеобъемлющего распространения электронных устройств в связи с постоянным обращением к новым технологиям. Представляется интересным рассмотрение роли технологии hot list ('полезный список') в дистанционном обучении в современной высшей школе.

К л ю ч е в ы е с л о в а: технология hot list; студент; дистанционное обучение; отбор учебного материала; высшая школа.

This article reveals the role of the hot list interactive technology in teaching high school students. Theoretical aspects of the ability to select educational information in electronic form are analyzed. The high relevance of this study is based on the increasing availability of information on the Internet and due to the widespread and usage of electronic devices. The role of the promising hot list technology ('useful list') in distance learning in modern higher education is revealed.

Key words: hot list technology; student; distance learning; selection of educational material; high school.

Современному преподавателю необходимо уметь грамотно отбирать учебную информацию для конкретного занятия по той или иной изучаемой учебной теме, в частности, информацию в электронном виде. Нет сомнений в том, что каждый преподаватель способствует созданию российской культуры, национальных ценностей как в духовной, так и в материальной сфере, постепенно формируя языковую картину мира студентов. «Дополненная реальность способствует повышению человеческой выносливости, усиливает восприятие и осведомленность, что, в свою очередь, является значимыми улучшениями естественных человеческих способностей» [1, с. 40].

Сеть Интернет предоставляет быстрый доступ к обширному коллективному знанию и коллективной памяти. В настоящее время в Интернете студент может легко и быстро найти информацию и содержимое согласно профессиональным потребностям.

Благодаря своему бесконечному потенциалу Всемирная сеть может сделать доступной и информацию, к содержимому которой студенты могут быть когнитивно и эмоционально не подготовлены и которая может являться возможным источником зависимости, беспокоить или даже травмировать психику студента. Переживания студентов могут отразиться на их здоровье и самочувствии, представляющих собой важные и значимые аспекты на пути профессионального становления студента.

Именно современные средства связи позволяют студентам находиться в непосредственном контакте с миром, свободно перемещаться и исследовать различные электронные ресурсы без всяких ограничений в любое время дня и ночи, получая доступ к содержимому, изображениям и идеям различ-

ного характера. Также контент, представленный на электронных ресурсах, может способствовать формированию определенных жизненных ценностей и восприятия жизни, далеких от адекватных.

На наш взгляд, необходимо, чтобы именно преподаватель в первую очередь чувствовал необходимость играть ведущую роль в плане предотвращения выбора некачественного электронного ресурса студентом.

Изучением роли преподавателя в учебном процессе занимаются такие исследователи как Ю. А. Кулагина, И. М. Морозова [2], Н. Е. Чеснокова [3], А. Д. Иоселиани [4], А. А. Яковлев [5] и др. Необходимость использования технологий в учебном процессе обосновывается в работах Г. В. Абрамян, Г. Р. Катасоновой [6; 7], Н. В. Жигadlo [8], В. Э. Жигadlo [9; 10], А. В. Рубцовой [11], Т. А. Ивашкиной [12] и др.

Одна из задач современного преподавателя состоит в том, чтобы регулировать, контролировать, сопровождать выбор студента в плане отбора учебных электронных ресурсов, ориентируя его на те, которые признаны профессорско-преподавательской общественностью [13; 14], предотвращая тем самым рискованные ситуации, в которые могут попасть обучающиеся, уметь предупредить события и, если необходимо, постараться грамотно справиться с рискованными ситуациями.

Основу учебного материала составляет предметный контент, представляющий собой систему научных, технических и технологических понятий, определенным образом сформулированных и структурированных.

В ходе нашего исследования мы придерживаемся основных критериев отбора учебного материала, следующих из принципов отбора учебного материала В. В. Краевского, а именно критерия выделения существенного, главного в содержании образования; критерия соответствия времени, выделенному на исследование определенного предмета; критерия соответствия содержания учебно-материальному оснащению высшей школы [15].

Одной из технологий, отражающих данные принципы может стать технология *hot list*, которая представляет собой своеобразный полезный список различных интернет-ресурсов, от текстовых и мультимедийных учебных материалов сети Интернет (фотографии, аудио- и видеоклипы, графическая информация) до анимационных виртуальных 3D туров по изучаемой учебной теме (фактический материал).

Под технологией *hot list* понимается процесс обучения, направленный на поиск, отбор, классификацию учебной информации, представленной в виде списка полезных учебных интерактивных ресурсов по изучаемой теме и размещенных преподавателем на отдельной веб-странице, что дает возможность направлять учебную и поисковую деятельность студентов. Результатом работы со списком может быть представление учебного проекта, доклада, эссе и т.д. Данный список можно дополнять и обновлять, а также использовать для работы над различными веб-проектами [16].

Необходимо отметить, что технология *hot list* ('полезный список') имеет строгие критерии отбора в отношении формы, оформления, информации, степени педагогической ценности, соответствия возрастным и личностным особенностям студентов [17; 18].

Отличительными чертами технологии hot list являются:

- доступ к текстовым сайтам, фотографиям, аудиофайлам, видеоклипам, графической информации, анимационным виртуальным 3D турам и др.;
- информация может быть скачана пользователем и в дальнейшем использована в качестве информационного и иллюстративного учебного материала при изучении определенной темы;
- преподаватель может, используя технологию hot list, направлять поисковую деятельность студентов;
- внимание студентов направлено на выражение и аргументирование собственного мнения по изучаемому дискуссионному вопросу.

Алгоритм технологии hot list с использованием учебных ресурсов сети Интернет может иметь следующую структуру:

- изначально вся группа студентов знакомится с общими сведениями по изучаемой учебной теме, тем самым погружается в проблему темы;
- преподаватель подбирает учебные ресурсы сети Интернет в соответствии с изучаемым аспектом учебной темы;
- проводится дискуссия по проблемному вопросу, в которой все участники дискуссии высказывают свое собственное мнение, приходят к консенсусу или делают выводы, прогнозируют дальнейший возможный ход действия (если это приемлемо). В ходе дискуссии через изучение материала и его обсуждение студентам необходимо ответить на один общий вопрос дискуссионного характера.

Технология hot list способствует умению отделять главную учебную информацию от второстепенной, высказывать и аргументировать свою точку зрения.

Фактически преподаватель создает для себя эталонный список полезных учебных интерактивных ресурсов, который позволит разъяснить, повторить трудно воспринимаемые студентом учебные элементы.

Исходя из полученных результатов, можно сделать вывод, что роль технологии hot list состоит в том, что она способствует устранению физических барьеров путем дистанционного обучения, ориентирована на профессиональное становление студента, направлена на помощь студентам в визуализации ранее незнакомого содержания в той форме, которая помогает им в обучении, помогает студентам «социализироваться» и «адаптироваться», способствует качественному улучшению эстетики занятия за счет грамотного подбора электронных ресурсов.

Педагогу следует находиться рядом со студентом, когда перед студентом встанет конкретный выбор и ему нужно будет принять решение, какой электронный ресурс выбрать. Важно, чтобы студент принял мнение, рекомендацию преподавателя во внимание перед принятием окончательного решения. Педагогу важно донести до студентов всю важность выбора того или иного электронного ресурса, расширив перспективу разговора, задав вопросы, которые помогут студенту взглянуть на возникший обостренный вопрос с разных точек зрения.

Преподавателю необходимо прививать студенту культурные и нравственные ценности, способствовать духовному становлению студента, его про-

фессиональной компетентности в отношении выбора электронных ресурсов. Это, в свою очередь, означает дать ему возможность приобрести определенную чувствительность и смотреть на контент электронных ресурсов независимым взглядом, формируя внутренний стержень, который поможет ему выработать способность грамотно выбирать тот или иной электронный ресурс, а также способность управлять и правильно реагировать на воздействие информации в том или ином электронном ресурсе.

ЛИТЕРАТУРА

1. Искусственный интеллект – надежды и опасения: [сборник: перевод с английского В. Желнинова] / под ред. Дж. Брокмана. – М. : АСТ, 2020. – 384 с.
2. Кулагина, Ю. А. Организация самостоятельной работы в условиях дистанционного обучения / Ю. А. Кулагина, И. М. Морозова // Междунар. научно-исслед. журнал. – 2021. – № 1–4 (103). – С. 136–139.
3. Чеснокова, Н. Е. Обучение письменной иноязычной речи студентов-бакалавров в неязыковом вузе / Н. Е. Чеснокова // Мир науки, культуры, образования. – 2021. – № 1 (86). – С. 49–51.
4. Иоселиани, А. Д. Виртуальная реальность и инновационная среда образования / А. Д. Иоселиани // Манускрипт. – 2021. – Т. 14. – № 1. – С. 122–125.
5. Яковлев, А. А. Системное описание языкового сознания студента: реальный образ преподавателя / А. А. Яковлев // Вестн. Новосибир. госуд. ун-та. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2021. – Т. 19. – № 1. – С. 53–66.
6. Абрамян, Г. В. Интеграция и использование электронных и традиционных форм обучения информатике и информационным технологиям в экономических вузах с использованием информационных технологий управления / Г. В. Абрамян, Г. Р. Катарасова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 5. – С. 1.
7. Абрамян, Г. В. Проектирование компонентов методической системы обучения студентов информатике и информационным технологиям в экономических вузах с использованием современных методологий на основе информационных технологий управления / Г. В. Абрамян, Г. Р. Катарасова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 4. – С. 49.
8. Жигadlo, Н. В. Роль информационных технологий в науке и образовании / Н. В. Жигadlo // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. – 2019. – С. 410–412.
9. Жигadlo, В. Э. О первоочередных задачах по реализации стратегии развития цифровой экономики в Санкт-Петербурге и Северо-Западном регионе / В. Э. Жигadlo // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. – 2018. – С. 17–18.
10. Жигadlo, В. Э. Основные задачи по реализации стратегии развития цифровой экономики в современных условиях // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. – 2019. – С. 15–16.
11. Problems of Mastering and Using Digital Learning Technology in the Context of a Pandemic / A. Rubtsova [et al.] // Knowledge in the Information Society. – Springer, Cham, 2020. – С. 324–337.

12. *Ивашкина, Т. А.* Проблемы влияния цифровизации общества на высшее лингвистическое образование и образовательный потенциал цифровых технологий в полиязыковой подготовке студентов вузов / Т. А. Ивашкина // Мир науки, культуры, образования. – 2021. – № 1 (86). – С. 272–275.
13. *Абрамян, Г. В.* Особенности организации дистанционного образования в вузах в условиях самоизоляции граждан при вирусной пандемии / Г. В. Абрамян, Г. Р. Катасонова // Современные проблемы науки и образования. – 2020. – № 3. – С. 41–41.
14. *Одинокая, М. А.* Самостоятельная работа студентов в системе высшего профессионального образования в России / М. А. Одинокая. – М, 2019. – С. 34–36.
15. *Краевский, В. В.* Предметное и общепредметное в образовательных стандартах / В. В. Краевский, А. В. Хуторской // Вестн. Ин-та образования человека. – 2011. – № 1. – С. 4.
16. *Карпова, И. Г.* Применение технологии HOT LIST в преподавании иностранных языков в вузе / И. Г. Карпова // Аграрное образование в условиях модернизации и инновационного развития АПК России. – 2020. – С. 156–159.
17. *Жигadlo, Н. В.* Роль информационных технологий в науке и образовании в России / Н. В. Жигadlo, М. А. Одинокая // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. – 2018. – С. 313–314.
18. *Жигadlo, Н. В.* Роль информационных технологий в науке и образовании / Н. В. Жигadlo // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. – 2019. – С. 410–412.

Ли Юньпэн, М. А. Одинокая (*Санкт-Петербург, ФГАОУ ВО СПбПУ*)

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРАКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ НЕЯЗЫКОВОГО ПРОФИЛЯ

В статье анализируются сходства и различия между традиционным и интерактивным обучением. В качестве интерактивной образовательной платформы для обучения студентов неязыкового профиля был выбран MS Teams, позволяющий не только сохранить некоторые преимущества традиционного обучения, но и расширить интерактивное пространство обучения.

К л ю ч е в ы е с л о в а: интерактивная технология; студенты неязыкового профиля; платформа Microsoft Teams.

The article analyzes the similarities and differences between traditional and interactive learning. MS Teams was chosen as an interactive educational platform for teaching non-language students, which allows not only preserving some of the advantages of traditional learning, but also expanding the interactive learning space.

Key words: interactive technology; non-linguistic students; Microsoft Teams platform.

Распространение коронавируса (COVID-19) повлекло изменения в привычном укладе жизни людей, в частности, в сфере образования, как в России, так и во всем мире. Внезапно обрушившаяся пандемия – лишь один из факторов глобальной нестабильности. Главным навыком в современном мире становится умение мириться с чем-то непредсказуемым, обходиться с чем-то неопределенным и постоянное изменение человека на ходу.

Одной из главных задач, стоящих перед человечеством в стремительно меняющемся мире является научиться таким навыкам и качествам, чтобы внешние катаклизмы, в частности, эпидемии, не могли разрушить человека, чтобы человек, столкнувшись с ним, готов был измениться в ответ – понять суть происходящих изменений, увидеть не ограничения, а возможности. Курс на цифровизацию, взятый нашим государством, ведет к возрастающей роли онлайн-коммуникации в разных формах в разных сферах человеческой деятельности, включая науку и образование [1]. В апреле 2020 г. Министерство образования и науки Российской Федерации обязало высшие учебные заведения в полной мере использовать интерактивные средства обучения с целью обеспечения непрерывности обучения во время сложной эпидемиологической обстановки. В этих условиях необходимо исследовать и развивать готовность студентов к позитивному конструктивному продуктивному онлайн-взаимодействию для решения учебных, личных и профессиональных задач [2].

Появляющиеся новые-онлайн формы и форматы общения и образования неизменно привлекают внимание современных исследователей разных направлений, изучающих особенности коммуникации в этих интернет-сообществах [3; 4; 5]. В условиях повсеместно происходящей цифровизации всех сфер жизнедеятельности человека, одной из важных функций современного преподавателя является способствование взаимодействию между участниками образовательного процесса как в аудитории, так и в онлайн-формате, используя интерактивные технологии обучения [6].

В рамках заявленной темы научной статьи нас в первую очередь интересовали исследования коммуникации на онлайн-платформах. Это связано с тем, что сегодня студенты все в большей степени социализируются в рамках цифровой среды для развлекательных и учебных целей. Все большую роль играют профессиональные интернет-сообщества, самоорганизующиеся в разных социальных сетях (Facebook, ResearchGate, VK и др.). Очевидно, готовность влиться в них и продуктивно участвовать в их жизни будет положительным фактором в будущей профессиональной жизни сегодняшних студентов.

Одной из платформ, позволяющих организовать онлайн-обучение студентов неязыкового профиля, является Microsoft Teams. Среди основных функций MS Teams можно условно выделить функцию организации взаимодействия в режиме онлайн, функцию связи в режиме онлайн (функция видеозвонка и отображения файлов), функцию регистрации, записи и хранения информации.

Представляется, что организация онлайн-взаимодействия может формироваться в рамках изучения разных дисциплин на онлайн-платформах, стимулирующих взаимодействие обучающихся через разные виды деятельности, например, выполнение проектного задания в группах, взаимооценивание выполненных работ (написанных эссе, составленных компьютерных программ, полученных результатов экспериментов и др.), обсуждение вопросов на форумах курсов и др. Согласно современным взглядам на обучение, коммуникация как вид интерактивного взаимодействия между преподава-

телем и студентом и между самими студентами является ключевой характеристикой, отвечающей за успешность обучения, в том числе и в электронных средах.

Термин *интерактивное обучение* впервые вошел в употребление с 1990-х гг. и изначально относился к компьютерным технологиям и электронному обучению. В настоящее время у данного термина более широкая коннотация. Под интерактивным обучением понимается специальная форма организации познавательной деятельности, важнейшей особенностью которой является способность взаимодействовать или находиться в режиме диалога с кем-либо (человеком) или чем-либо (компьютером) [7, с. 9].

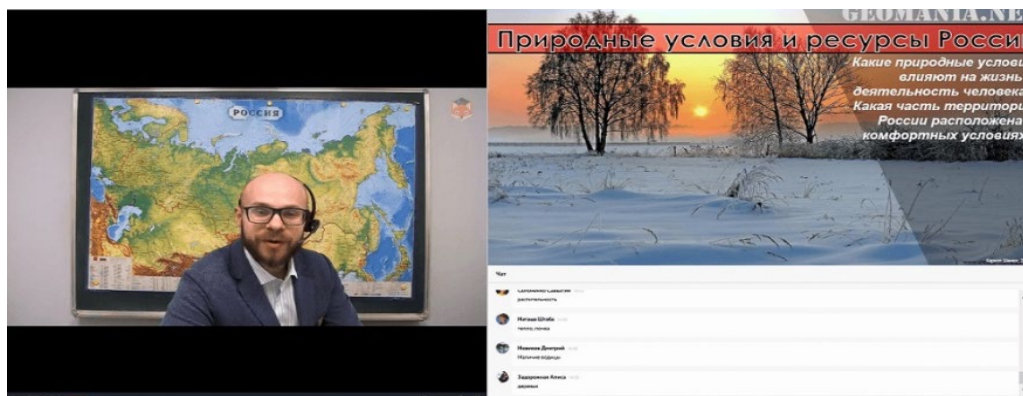
Интерактивное обучение может проводиться в двух форматах: очном (в аудитории) и сетевом (с помощью компьютера) через средства сети Интернет, в частности, платформу MS Teams.

Под *интерактивной технологией обучения* понимается процесс, основанный на системе правил организации взаимодействия обучающихся между собой и с преподавателем, обеспечивающий продуктивную устно-речевую деятельность обучающихся [7].

По сравнению с традиционным классным обучением, одним из основных преимуществ интерактивного обучения является доступность учебных ресурсов [8]. Так, студенты получают возможность выбрать комфортное время для прослушивания и просмотра онлайн-занятий в режиме ретрансляции. Студент может просматривать занятие до ощущения полного освоения определенной учебной темы.

В отличие от обучения в классе, формат интерактивного взаимодействия участников образовательного процесса требует определенной степени адаптации к нему, в частности, более осознанного отношения в плане их самодисциплины [9]. Если студенты присутствуют на онлайн-занятии формально (то есть присутствуют онлайн, а, по сути, занимаются делами, не относящимися к процессу обучения), то обучение будет малопродуктивным.

Принимая во внимание потенциальные трудности с самодисциплиной у студентов, которые могут возникнуть при работе в онлайн-режиме, функционал MS Teams позволяет отследить, формально присутствует студент на учебном занятии или нет. Данная платформа также позволяет как студенту, так и преподавателю записать вопросы в любое время в диалоговом окне, а также проводить опросы общественного мнения (рисунок).



Устный опрос на учебном занятии

Учебные занятия, проводимые в традиционном классном формате, несмотря на внедрение интерактивных технологий, все еще являются основным способом обучения студентов высших учебных заведений. Принимая во внимание широкое использование интерактивных технологий, полагаем, что в целом интерактивные технологии являются востребованным ресурсом, способствующим созданию условий для продуктивного освоения учебных дисциплин. Однако необходимо осознавать, что интерактивные технологии являются дополнительным средством обучения, их успешное использование зависит от восприятия их пользователем, а также от его навыков и знаний в использовании компьютера.

Сами по себе интерактивные технологии нейтральны, и именно от того, как сам пользователь лично воспринимает их, будет зависеть его отношение к интерактивным технологиям и будет выстраиваться его реакция на них, то есть последующие действия. Локус фокуса всегда находится в пользователе, а не в искусственном интеллекте, который становится все больше похожим на человеческий (технологическая «сингулярность») и все более мощным и способным к вычислениям.

Интерактивные технологии обучения требуют дальнейшего глубокого и всестороннего осмысления, изучения, обучения с акцентом на ответственное их использование, с максимальным контролем и обоснованием, выявляя реальные и потенциальные уязвимости их, включая разработку программного и методического сопровождения, а также обновления конфигурации посредством грамотного их педагогического использования в учебном процессе.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Windstein, E.* Integration of Massive Online Courses into the Curriculum of Regional Universities / E. Windstein, N. Almazova, M. S. Kogan // L. Gómez Chova, A. López Martínez, I. Candel Torres (Eds). INTEND 2018 Proceedings of 12th annual International Technology, Education and Development Conference. March 5th–7th, 2018 – Valencia : IATED Academy. pp. 4970 – 4978.
2. Interactive learning technology for overcoming academic adaptation barriers / N. Almazova [et al.] // Proceedings of the Conference “Integrating Engineering Education and Humanities for Global Intercultural Perspectives”. – Springer, Cham, 2020. – С. 786–794.
3. Interactive technology of pedagogical assistance as a means of adaptation of foreign first-year students / I. A. Karpovich [et al.] // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. – IOP Publishing, 2020. – Т. 940. – № 1. – С. 1213.
4. Development of Senior Students’ Writing Skills in Genres of Academic Discourse Using Massive Open Online Courses / S. Andreeva [et al.] // Anikina Z. (ed.) Integrating Engineering Education and Humanities for Global Intercultural Perspectives. IEEEHGIP 2020. Lecture Notes in Networks and Systems. Vol. 131. Springer, Cham. – 2020. – pp. 39–46.
5. Новые горизонты изучения технологий информационного общества / М. А. Бакаев [и др.] // Культура и технологии. –2018. – Т. 3. – № 3. – С. 65–75.

6. *Попова, Н. В.* Современные технологии интерактивного обучения в многопрофильном вузе / Н. В. Попова, М. А. Одинокая. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2016. – 258 с.
7. Интерактивные методы обучения в профессиональной подготовке будущих педагогов : учеб.-метод. пособие / сост. Т. С. Борисова. – Владимир: ВГТУ, 2010. – 124 с.
8. *Туманов, Д. О.* Самостоятельное обучение и контроль курсантов высшего учебного заведения войск национальной гвардии Российской Федерации с использованием современных технологий / Д. О. Туманов, Р. С. Агаев, А. Н. Богданов // Тенденции развития материально-технического обеспечения военной организации государства в современных условиях. – 2017. – С. 263–266.
9. *Пятницкий, А. Н.* Особенности электронной информационно-образовательной среды политехнического университета: интерпретационный и содержательный анализ / А. Н. Пятницкий, М. А. Одинокая // Современный ученый. – 2019. – № 1. – С. 137–142.

Ли Юньпэн, М. А. Одинокая (*Санкт-Петербург, ФГАОУ ВО СПбПУ*)

ТЕХНОЛОГИЯ «КРОССЕНС» КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ БУДУЩЕГО ИНЖЕНЕРА

В статье раскрывается сущность технологии «кроссенс», представлен алгоритм данной технологии. Особое внимание уделяется значению кроссенсов на учебных занятиях по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной деятельности». Предпринята попытка уточнить понятие технологии «кроссенс».

К л ю ч е в ы е с л о в а: технология «кроссенс»; иноязычная коммуникативная компетенция; инженер; студент; иностранный язык.

The article reveals the essence of the “crosssens” technology, presents the algorithm of this technology. Particular attention is paid to the importance of crosses in training sessions on the discipline “Foreign language in professional activity”. An attempt has been made to clarify the concept of “crosssens” technology.

Key words: “crosssens” technology; foreign language communicative competence; engineer; student; foreign language.

В связи с тотально происходящими процессами глобализации, развития искусственного интеллекта, владение иностранным языком (ИЯ) для современного инженера неоспоримо может считаться одним из ключевых факторов успеха в профессиональной сфере на фоне эйфории от открывающихся перспектив. Выпускник технического вуза не может состояться в современном обществе как профессионал без владения иностранным языком. Представителю данной социальной группы необходимо быть способным к профессиональному и межкультурному общению в иноязычной среде [1].

Дисциплиной в университетском образовании инженерной направленности, служащей средством формирования иноязычной коммуникативной компетентности (ИКК) будущего инженера, является «Иностранный язык в профессиональной деятельности», носящей коммуникативно-ориентированный и профессионально направленный характер.

Целью обучения ИЯ являются формирование и развитие профессиональной иноязычной компетенции, предполагающей совершенствование коммуникативных умений в четырех видах деятельности (говорении, чтении, письме, аудировании), что, в свою очередь, позволяет использовать иностранный язык в профессиональной деятельности.

Под *иноязычной коммуникативной компетентностью* нами понимаются знания и практические навыки использования ИЯ, позволяющие использовать его для построения коммуникативных связей, понимать высказывания на иностранном языке в различных контекстах. Наличие у индивида ИКК говорит о том, что он в совершенстве владеет иностранной речью и может ее продуктивно использовать в разнообразных речевых ситуациях.

В структуре иноязычной коммуникативной компетентности можно условно выделить следующие компоненты:

1. Лингвистический компонент. Данный компонент отражает владение индивидом лексической стороны ИЯ, знаниями в области фонетики и грамматики, возможности их правильного практического применения, а также знаниями языковых особенностей и закономерностей применения иностранной речи.

2. Речевой компонент. Данный компонент отражает навыки построения логически верного и полноценного высказывания и восприятия на слух речи собеседника, а также умения находить выход при возникновении коммуникативных затруднений при общении (например, недопонимания сказанного собеседником, неверно произнесенного слова или построенной фразы).

3. Социокультурный компонент. Предполагается, что в определенных социальных ситуациях, тех или иных формах социального взаимодействия используются определенные языковые формы. Поэтому необходимо владеть семантическими знаниями: уметь изменять слова и фразы, исходя из стиля и характера социального взаимодействия.

4. Профессиональный компонент. В данный компонент входят умения использовать ИЯ в профессиональной деятельности. Язык может стать средством реализации профессиональной деятельности владеющего им индивида.

На фоне стремительного развития цифровизации образования, получившей в современных условиях широкое распространение, преподавание любой дисциплины сопряжено с внедрением информационных технологий [2].

Вопросами использования информационных технологий в образовательном процессе занимаются такие исследователи, как Н. И. Алмазова [3], А. А. Андреева [4], Ю. В. Еремин [5], Д. О. Баринова [6], В. Э. Жигadlo [7], Н. В. Жигadlo [8], А. В. Рубцова [9], Е. А. Крылова [10], Н. Б. Смольская [11] и др. Вопросы эффективной организации и качественной методической поддержки обучения с помощью компьютерного инструментария являются одним из актуальных направлений исследований. Использование в образовательной сфере технологий интерактивного обучения может способствовать открытию новых возможностей, недоступных ранее студентам.

Одной из таких технологий может стать технология «кроссенс». Впервые термин *кроссенс* был предложен художником и философом, доктором

технических наук В. Бусленко и писателем, педагогом и математиком С. Фединым в 2002 г. в журнале «Наука и жизнь» [12]. Термин *кроссенс* означает «пересечение смыслов» и является аналогом слову *кроссворд*.

Под *технологией «кроссенс»* мы понимаем процесс, основанный на системе правил организации измеримого взаимодействия студентов, общающихся между собой и с преподавателем посредством компьютера, использующегося в качестве инструмента для решения учебных задач, для привлечения внимания студентов, способствования их вовлеченности.

Суть технологии «кроссенс» состоит в выполнении учебного задания, представленного в онлайн формате в виде кроссворда. Каждая из девяти ячеек таблицы кроссворда заполнена изображением. В центре таблицы находится пустой квадрат, в котором сконцентрирован смысл всех изображений одновременно.

Учебная задача использования технологии кроссенс – найти связь между элементами кроссенса, составить рассказа, ассоциативную цепочку посредством взаимосвязи изображений (рис.1, рис. 2).

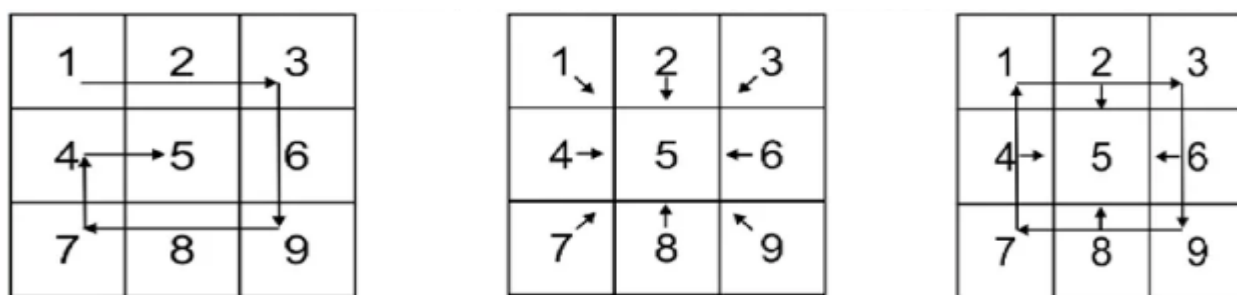


Рис. 1



Рис. 2

А л г о р и т м р а б о т ы с т е х н о л о г и е й «к р о с с е н с» с л е д у ю щ и й:

- 1) определить тематику, общую идею предложенных вниманию студента изображений;
- 2) найти связь между элементами;
- 3) определить последовательность, рассматривая изображения сверху вниз и слева направо, далее двигаться только вперед и заканчивать в цент-

ральном 9-м квадрате, так чтобы получилась цепочка, завернутая «улиткой»; начать рассматривать изображения можно как с первой, так и с любой узнаваемой картинки;

4) сконцентрировать смысл всех картинок в одном элементе (5-й квадрат);

5) выделить отличительные черты, особенности каждого элемента.

Технология «кроссенс» направлена на прогнозирование студентом лексического материала при построении собственных высказываний или при его восприятии в речи других. Технология «кроссенс» способствует насыщению высказывания лексическими единицами по заданной теме с акцентом на создание навыков правильного употребления слов. Результаты решения кроссенса могут показывать насколько студент владеет профессиональной лексикой по изучаемой теме.

ЛИТЕРАТУРА

1. Interactive learning technologies for overcoming academic barriers / N. Almazova [et al.] // *Lecture Notes in Networks and Systems*. – 2020. – Т. 131. – С. 786–794.
2. Жигadlo, В. Э. Использование технологии учебных подкастов при обучении языку хинди в техническом вузе как средства повышения качества дополнительного гуманитарного образования / В. Э. Жигadlo, М. А. Одинокaя // *Язык и культура*. – 2017. – № 38. – С. 207–226.
3. Challenges and opportunities for Russian higher education amid COVID-19: Teachers' perspective / N. Almazova [et al.] // *Education Sciences*. – 2020. – Т. 10. – № 12. – С. 368.
4. Андреева, А. А. Принципы разработки учебных дидактических материалов нового типа при иноязычной подготовке магистрантов инженерного профиля / А. А. Андреева, Д. О. Баринова, М. А. Одинокaя // *Азимут научных исследований: педагогика и психология*. – 2020. – Т. 9. – № 3 (32). – С. 197–200.
5. Технология применения электронных образовательных ресурсов при обучении иноязычной лексике в многопрофильном вузе / Ю. В. Еремин [и др.] // *Современное педагогическое образование*. – 2021. – № 2. – С. 78–84.
6. Баринова, Д. О. Дидактические аспекты использования технологии интегрирования электронных ресурсов в обучении семиотике / Д. О. Баринова // *Вопросы методики преподавания в вузе*. – 2017. – № 6 (23). – С. 22–28.
7. Жигadlo, В. Э. Основные задачи по реализации стратегии развития цифровой экономики в современных условиях / В. Э. Жигadlo // *Перспективные направления развития отечественных информационных технологий*. – 2019. – С. 15–16.
8. Жигadlo, Н. В. Особенности профессиональной и образовательной стандартизации в сфере безопасности информационных технологий в современной высшей школе / В. Э. Жигadlo // *Региональная информатика и информационная безопасность*. – 2017. – С. 300–301.
9. Problems of Mastering and Using Digital Learning Technology in the Context of a Pandemic / A. Rubtsova [et al.] // *Knowledge in the Information Society*. – Springer, Cham, 2020. – С. 324–337.
10. Constructive model of multilingual education management in higher school / E. Krulova [et al.] // *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*. – IOP Publishing, 2020. – Т. 940. – № 1. – С. 012132.

11. Смольская, Н. Б. Инфографика как средство повышения качества иноязычной подготовки студентов многопрофильного вуза / Н. Б. Смольская [и др.] // Современное педагогическое образование. – 2021. – № 1. – С. 67–72.
12. Канцур, А. Г. Технология «КРОССЕНС» как средство развития иноязычной коммуникативной компетенции / А. Г. Канцур, А. Д. Ширяева // Проблемы романогерманской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков. – 2020. – № 16. – С. 121–126.

О. В. Ковальчук (Минск, МГЛУ)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТА «ПОСТКРОССИНГ» В ФОРМИРОВАНИИ ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

В статье рассказывается о международном интернет-проекте «Посткроссинг», истории его создания, целях, структуре и особенностях. Рассматриваются возможности использования проекта на различных этапах занятий по английскому языку как в средней школе, так и в вузе. Описываются этапы участия в проекте, каждый из которых способствует развитию определенных навыков. Раскрывается понятие лингвострановедческой компетенции. Приводятся примеры того, каким образом посткроссинг может быть полезен при ее формировании.

К л ю ч е в ы е с л о в а: Интернет-проект; посткроссинг; лингвострановедческая компетенция; открытка; коммуникативные навыки.

The article is devoted to the international Internet project «Postcrossing», the history of its creation, its structure, goals and specific characteristics. It focuses on the opportunities it provides at the lessons of English. Special emphasis is made on the use of Postcrossing for linguistic and cultural competence formation.

Key words: Internet project; postcrossing; linguistic and cultural competence; postcard; communication skills.

В современной лингводидактике широко используется термин *компетенция*, а именно присущая человеку способность к выполнению определенной деятельности, круг вопросов, в которых личность обладает познанием, опытом.

Существует целый ряд компетенций:

1. **Коммуникативная** компетенция, предполагающая способность осуществлять коммуникативную деятельность средствами изучаемого языка согласно целям и ситуации общения в той или иной сфере деятельности. В ней заключается комплекс умений, которые позволяют участвовать в общении в его продуктивных и рецептивных видах. Коммуникативная компетенция основывается на ряде иных компетенций: лингвистической, социолингвистической (речевой), дискурсивной, социальной, социокультурной, стратегической, предметной, профессиональной.

2. **Лингвистическая** (языковая) компетенция. Этот вид компетенции определяется владением знаниями о системе языка, о правилах функционирования единиц языка в речи и способностью при помощи данной системы выражать собственное мнение в устной и письменной форме, а также понимать чужие мысли.

3. Речевая компетенция. Данный вид компетенции предполагает знание способов формирования и выражения мыслей с помощью языка, которые обеспечивают возможность организовать и осуществить речевое намерение.

4. Лингвострановедческая компетенция – знание национальных обычаев, традиций, реалий страны изучаемого языка, способность извлекать из единиц языка страноведческую информацию и пользоваться ею, добываясь полноценной коммуникации. Понятие, близкое к понятию *социокультурная компетенция*.

Современные учебные программы предусматривают активное использование страноведческого материала в преподавании иностранного языка. Тем самым подчеркивается важность усвоения студентами неязыковой информации, касающейся широкого спектра исторических, географических, социокультурных, политических реалий стран изучаемого языка, что является обязательной составляющей адекватного обучения и взаимопонимания на всех уровнях коммуникации [1, с. 125]. Нельзя быть компетентным в языке, если не знаешь культуру, которая его сформировала, из которой он черпает информацию и через призму которой коммуниканты соотносят свою культуру с другими культурами [2, с. 3]. Именно поэтому страноведческий материал изучается на протяжении всего периода обучения в системе практических занятий по английскому языку.

Важную роль в формировании лингвострановедческой компетенции учащихся играют информационно-коммуникационные технологии. Одним из популярных международных интернет-проектов является *посткроссинг*, который может активно использоваться на занятиях по иностранному языку с учащимися любого уровня.

Проект «Посткроссинг» был создан в 2005 г. для тех людей, которые любят получать и отправлять почту. Его цель – объединить людей всего мира с помощью открыток. Идея проста: за каждую отправленную открытку участник проекта получает открытку от случайного посткроссера. В основе принципа обмена открытками лежит единая база всех участников проекта, а также механизм выдачи адресов, направленный на то, чтобы разница между отправленными и полученными открытками у каждого участника была минимальной.

Как это работает? Участник запрашивает у системы случайный адрес другого участника и посылает ему открытку; когда открытка достигает адресата, тот регистрирует ее в системе при помощи идентификационного кода, который должен был указать отправитель; после того, как хотя бы одна открытка участника была зарегистрирована, его адрес выдается случайным образом на запрос другого участника. Также участники имеют возможность находить людей со схожими интересами и налаживать переписку, обмениваясь не только открытками, но и письмами, марками, монетами и другими вещами, представляющими ценность для коллекционеров. Уникальность этого проекта заключается в сочетании новейших средств общения (Интернет) с традиционными (почтовые открытки).

Чтобы стать участником проекта, необходимо зарегистрироваться на сайте postcrossing.com и создать свой профиль, где на английском языке можно рассказать о себе, своих хобби, интересах, целях и мечтах. Здесь же есть возможность поделиться своими предпочтениями в открытках, а также отметить темы для обсуждения, которые вам интересны. Именно основываясь на предоставленной вами информации, другие участники проекта будут подбирать и оформлять для вас открытки.

На сайте postcrossing.com есть различные рубрики, такие как *блог*, где наиболее активные участники проекта публикуют различные статьи; *форум*, дающий возможность обсудить интересные темы в формате онлайн общения; *справка*, осуществляющая помощь в работе с сайтом и дающая ответы на наиболее часто задаваемые вопросы. На сайте есть раздел *статистика*, где можно увидеть графическое изображение активности в течение месяца, а именно в какие страны были отправлены открытки, из каких стран получены. Данная информация предоставляется в виде графиков и диаграмм [3].

Таким образом, посткроссинг предоставляет возможность общаться с людьми из разных стран; путешествовать по миру, не выходя из дома; знакомиться с культурой других стран; помогает улучшить знание географии; дает шанс находить друзей по переписке. Но основная ценность данного интернет-проекта для преподавателей английского языка – это, безусловно, неограниченные возможности его использования на занятиях для развития и совершенствования лексических и грамматических навыков и умений, для обучения разным видам чтения, письменной речи, для формирования различных компетенций, включая лингвострановедческую.

Существует два основных способа использования данного проекта на уроках иностранного языка. Первый вариант предполагает продолжительное участие в проекте самого преподавателя и использование полученных им открыток в качестве учебного материала. Открытки тщательно отбираются в соответствии с содержанием занятий. Для формирования лингвострановедческой компетенции отлично подойдут те, которые посвящены таким темам, как:

- памятники архитектуры стран изучаемого языка;
- природа (флора, фауна, пейзажи);
- еда и напитки, характерные для той или иной страны;
- народные костюмы;
- обряды и традиции;
- известные люди: поэты и писатели, исторические деятели, актеры,
- музыканты;
- символы стран изучаемого языка;
- искусство.

Не только сама открытка, но и ее содержимое часто бывает очень познавательным. Участники проекта пишут о своей стране, ее достопримечательностях и характерных особенностях, популярных хобби и видах спорта. Посткроссеры любят делиться впечатлениями о прочитанных книгах и

просмотренных фильмах, обсуждать политические и социальные проблемы, волнующие общество. Данный вариант использования открыток подразумевает задания следующего характера:

- выпишите из текста открыток формулы приветствия и прощания, сравните британские и американские варианты;
- найдите в тексте открыток, чем занимаются их авторы в свободное время, сравните хобби пенсионеров, людей среднего возраста и молодежи, найдите сходства и различия;
- сложите разрезанные открытки и выпишите из текстов упомянутые в них блюда национальной кухни, расскажите о традиционной белорусской еде;
- проведите воображаемую экскурсию для туристов по достопримечательностям, которые изображены на открытках, с использованием предоставленной на них информации и др.

При отборе открыток нужно учитывать, что не все они написаны носителями английского языка, соответственно, многие могут содержать различного рода ошибки. Но даже такие открытки вполне могут быть полезными для развития, например, лексических и грамматических навыков, если предложить учащимся найти и исправить допущенные авторами ошибки.

Подобные задания могут выполняться как индивидуально, так и в парах и группах. Использование такого рода аутентичного материала не только способствует достижению поставленных на уроке целей, но и, безусловно, вносит разнообразие в ход занятия, значительно повышает мотивацию учащихся, ведь куда интереснее работать с открыткой, которую собственноручно написал человек из другой страны, чем с обычным текстом из учебного пособия.

При втором варианте использования интернет-проекта посткроссинг на занятиях по иностранному языку учащиеся сами становятся участниками проекта. Такой способ больше подходит для учеников средней школы, так как требует времени и постоянного контроля учителя, что в рамках ВУЗа было бы проблематично.

Участие в проекте способствует интенсивному развитию языковых и речевых компетенций и осуществляется в несколько этапов, на каждом из которых совершенствуются определенные навыки.

Первый этап – регистрация на сайте проекта <http://www.postcrossing.com>. Интересным и полезным опытом будет проведение урока в компьютерном классе с доступом в интернет. Учитель сможет познакомить учеников с навигацией сайта, помочь каждому создать свой профайл, написать несколько слов о себе, своих интересах и увлечениях. На этом этапе развиваются навыки письменной коммуникации, активизируется лексика пассивного словарного запаса, вводится новая, совершенствуются грамматические умения. Зарегистрировавшись на сайте, ученики получают несколько случайно выбранных системой адресов.

Второй этап - знакомство с профайлами адресатов. Ученики знакомятся с профайлами своих адресатов и рассказывают о некоторых из них. Подобное устное задание может стать речевой разминкой в начале каждого урока.

На этом этапе проекта развиваются навыки разных видов чтения (просмотрового, поискового, изучающего) и развиваются умения монологической речи.

Третий этап – отправление открыток. Самый творческий этап проекта – выбор открыток и марок с учетом интересов и пожеланий адресата и составление текста сообщения. На данном этапе происходит совершенствование умений письменной речи: ученики знакомятся с правилами оформления адреса получателя открытки, с речевыми клише, отрабатывают структуру разных типов вопросов и т.д.

Четвертый этап – отправление открыток. Отправив открытки, ученики должны запастись терпением на несколько недель, по прошествии которых они непременно обнаружат в своих почтовых ящиках долгожданные открытки со всех концов планеты.

Пятый этап – регистрация полученной открытки. Итак, открытка пришла. Теперь необходимо зарегистрировать ее на сайте. Для этого на каждой открытке имеется идентификационный код. Также необходимо поблагодарить приславшего открытку, что также можно сделать на сайте в процессе ее регистрации. В некоторых случаях между участниками проекта устанавливается прямая связь: они пишут друг другу письма по электронной почте и общаются онлайн.

В качестве дополнительного творческого задания через несколько месяцев после начала участия учеников в проекте можно провести круглый стол по его результатам: учащиеся подготовят сообщения о самых интересных открытках и их авторах, принесут и продемонстрируют друг другу свои коллекции открыток, расскажут об их тематике [4].

Таким образом, международный интернет-проект «Посткроссинг» может успешно использоваться на занятиях по английскому языку на всех этапах его изучения, способствуя повышению качества усвоения языкового и речевого иноязычного материала и формированию различных компетенций, включая лингвострановедческую.

ЛИТЕРАТУРА

1. Григоренко, С. И. О лингвострановедческом аспекте подготовки специалистов-филологов в контексте европеизации образования / С. И. Григоренко // Языковое образование в условиях перехода к новым государственным стандартам: цели, содержание, технологии: материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 15–16 дек. 2009 г.: В 2 ч. Ч. 2. / редкол.: Н. П. Баранова (отв. ред.) [и др.]. – Минск, МГЛУ, 2010. – 280 с.
2. Богова, М. Г. Формирование у студентов межкультурной компетенции в процессе обучения иностранному языку / М. Г. Богова // Тенденции развития языкового образования в современном мире – 2011 : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20–21 дек. 2011 г.: В 3 ч. Ч. 2. – Минск, МГЛУ, 2012. – 212 с.
3. Postcrossing [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.postcrossing.com>.
4. Колесниченко, Е. С. Проектная технология. Проект postcrossing / Е. С. Колесниченко // Педагогика: традиции и инновации: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, июнь 2014 г.). – Т.О. – Челябинск : Два комсомольца, 2014. – С. 4–7.

Д. В. Реут (Минск, БГУ)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭВРИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА В ОБУЧЕНИИ УБЕЖДЕНИЮ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

Настоящая публикация отражает результаты внедрения авторской методики с использованием эвристического подхода к обучению студентов факультета журналистики убеждению на иностранном языке. В статье описана суть методики, а также выводы по ее апробированию, сделанные в ходе наблюдения за процессом обучения и опроса студентов после изучения темы.

К л ю ч е в ы е с л о в а: методика; апробирование; убеждение; совершенствование навыков; убеждающая речь; эвристический подход.

The publication reflects the results of implementation of teaching methodology which involves a heuristic approach in teaching persuasion in English at the faculty of journalism. The article describes the core principles of the methodology and the conclusion made in the course of the supervision and the student poll conduction.

K e y w o r d s: methodology; implementation; persuasion; skills development; persuasive speech; heuristic approach.

Неотъемлемой чертой любого коммуникативного акта является намерение участников оказать друг на друга определенное воздействие. Это воздействие может быть оказано посредством использования механизмов убеждения. *Убеждение* – это процесс целенаправленного влияния, для которого свойственно логическое обоснование сообщения с целью достигнуть согласия собеседника или аудитории с выражаемой точкой зрения [1]. Данный процесс является одной из центральных категорий коммуникации. По этой причине «Убеждение» выбрано в качестве одной из тем для изучения иностранного языка на факультете журналистики. Более того, убеждение выступает важным аспектом массовой коммуникации и PR.

Основная цель занятий в рамках тематики – совершенствование навыков устной и письменной коммуникации на иностранном языке.

Помимо этого, нами обозначен ряд сопутствующих задач: развитие навыков убеждения на иностранном языке, применение полученных знаний и опыта в профессиональной деятельности, развитие навыков и умений анализа иноязычного текста и иноязычной речи на слух, расширение словарного запаса по теме «Убеждение», а также развитие логического, критического и творческого мышления.

Для решения поставленных задач была разработана следующая методика: студентам предлагаются материалы по изучению темы «Убеждение, организация обучающей речи», полученные знания закрепляются в процессе выполнения языковых и речевых упражнений, создания когнитивных и словарных карт, анализа образцов рекламы и убеждающей речи. Далее знания применяются на практике в дискуссиях, диалогах, коммуникативных ситуациях и творческих заданиях. Финальное задание – презентация убеждающей речи, цель которой – убедить абитуриентов выбрать специализацию «Информация и коммуникация». Предложенный вид работы позволяет студенту применить на практике теоретические знания по теме «Убеждение», навыки

убеждения, организации убеждающей речи, навыки обработки и анализа информации, создания презентации, письменной и устной иноязычной коммуникации, монологического высказывания на английском языке, навыки самостоятельной работы, логические способности учащихся, а также оставляет место творчеству и индивидуальной самореализации студента.

В рамках методики важная роль отводится использованию *эвристического подхода*, который предполагает индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлекссию собственной образовательной деятельности, а также творческую самореализацию в процессе создания учащимися собственного образовательного продукта – презентаций, эссе, исследований, конкурсов и т.д.

Цель применения эвристических методов состоит в том, чтобы студенты научились самостоятельно делать открытия, опираясь на полученные ранее знания и опыт. Использование эвристического подхода развивает у студентов самостоятельность, формирует умения и навыки самообразования, что является важным аспектом подготовки современного специалиста [2].

Эвристический подход находит свое отражение на определенных этапах занятий по организации убеждающей речи: индивидуальное целеполагание; презентация правил убеждения на основе коммуникативной ситуации: «Представьте, что вы PR-агенты и должны дать соответствующие рекомендации клиенту, которому предстоит публичное выступление на тему “Сбор средств на осуществление проектов по борьбе с глобальным потеплением”»; анализ предложенного образца убеждающей речи с целью разработки собственной структуры речи; поиск видео примеров выдающейся убеждающей речи и последующая дискуссия; коммуникативная ситуация «Собеседование», где индивидуальная цель каждого учащегося – показать свою профессиональную компетенцию, убедить работодателя нанять себя; коммуникативная ситуация «Выбираем спецкурс “Business Communication vs. Argumentation”», где учащиеся делятся на две группы, одна из которых должна убедить коллег проголосовать за «Business Communication». Часть группы получает задание использовать апелляции к эмоциям, другая часть – к логике. Вторая группа убеждает проголосовать за «Argumentation Course». Снова одна часть подгруппы получает задание использовать апелляции к эмоциям, вторая – к логике. В конце студенты голосуют за выбор курса. Кроме того, на занятиях применяются методы «mind-maps», метод учебной дискуссии, методы анализа иноязычной информации и т.д.

Предложенная методика была апробирована на занятиях со студентами 2-го курса специальности «Информация и коммуникация» факультета журналистики БГУ в рамках модуля «Persuasion». В результате наблюдения за учебным процессом, оценки финального задания и последующего опроса обучающихся был проведен анализ эффективности методики. На основе полученных данных были сделаны следующие выводы:

1. Использование аутентичных материалов, которые являются образцами живого современного английского языка, создает иллюзию среды повседневной жизни страны изучаемого языка, повышает мотивацию к обучению, развивает языковую догадку, положительно воздействует на личностно-эмоциональное состояние студентов.

2. В процессе апробации методики было выявлено, что упражнения на контроль понимания содержания материала и разбор новой лексики играют важную роль на занятии. Упражнения позволяют студентам с более низким уровнем владения языком разобраться в теме и исключить пробелы в знаниях, необходимых для формирования навыков. Многие обучающиеся находят материалы в учебнике сложными для понимания. Большую роль в процессе изучения темы играют дополнительные материалы и разработки.

3. По результатам опроса студентов было установлено, что использованные материалы (в частности, печатная реклама и примеры убеждающей речи), а также коммуникативные ситуации отвечали сфере их интересов и были связаны с их учебной или профессиональной деятельностью. В таких условиях занятия была зафиксирована большая вовлеченность в работу, нежели в процессе анализа текстового материала, так как анализ рекламы и коммуникативные ситуации позволяют почувствовать себя в реальной ситуации профессионального общения, применять полученные знания и совершенствовать речевые навыки.

4. В процессе занятий использовались различные формы работы – индивидуальная, парная и групповая. Разнообразие применяемых форм и методов делает учебный процесс более динамичным, вовлекает студентов в работу и стимулирует их познавательный интерес. Отметим, что в процессе парной или групповой работы обучающиеся обмениваются опытом и развивают навыки работы в команде и эффективного сотрудничества. В виду гибкой коммуникативной задачи у них появляется возможность выразить свою индивидуальность и найти свой собственный вариант разрешения коммуникативной ситуации.

5. Так как в процессе обучения использовался эвристический подход, большая роль отводилась самостоятельной работе. Например, студенты самостоятельно выстраивали структуру убеждающей речи с помощью видео образцов. Предварительно ознакомившись со стандартной структурой публичного выступления, каждый обучающийся составил собственный план организации своей речи. В результате такой индивидуализации студенты могли адаптировать материалы к собственному уровню владения языком. Также в процессе самостоятельного поиска образцов убеждающей речи были задействованы аналитические способности и критическое мышление обучающихся, что позволяло лучше запоминать материал и формировать модели речевого ситуативного общения. Свобода действий в процессе решения поставленных задач привела к большей творческой активности и возникновению познавательного интереса со стороны группы. В опросе большинство студентов указало, что им нравится выбранный формат заданий.

6. Финальное задание показывает степень усвоения темы и уровень сформированности навыков убеждения и говорения; демонстрирует словарный запас студента по данной теме; позволяет оценить, в какой степени реализована учебная цель; дает возможность студенту обобщить весь материал и применить полученные навыки, а также раскрыть свой творческий потенциал. На практике обучающиеся представили работы различного качества исполнения, пропорционально их вкладу в образовательный про-

цесс. Присутствовали оригинальные и яркие работы, отражающие различные апелляции и техники убеждения, характеризующиеся наличием всех структурных частей публичного выступления. Некоторые студенты также проявляли креативность в подаче своего выступления. Это в очередной раз свидетельствует о том, что применение эвристического подхода позволяет проявить студенту творческий потенциал и индивидуальность, а также найти свой собственный вариант реализации задачи.

7. Опрос обучающихся показал, что многие из них считают, что справились с финальным заданием и могут использовать изученные техники убеждения на практике. Большинство студентов отметили полезность изученного материала для их профессиональной деятельности.

8. В процессе освоения темы у некоторых обучающихся возникали трудности, которые были учтены в ходе корректировки методического плана занятия.

Наиболее частые сложности возникали в следующих ситуациях:

- узкий словарный запас заставлял многих обращаться к переводчикам в процессе выполнения финального задания;
- студенты с низким уровнем владения языком испытывали трудности в понимании материала учебного пособия, а также при построении устных высказываний, делая грамматические ошибки, нарушая порядок слов в английском предложении и неправильно сочетая слова. В результате была нарушена целостность высказывания и структура речи;
- обучающиеся с узким языковым кругозором пропускали формулы вежливости и модели публичного высказывания, такие как приветствие, благодарность за внимание, побуждение к обратной связи и т.д.;
- некоторые студенты отмечали, что они понимают техники убеждения и могут распознать в речи, однако испытывают сложности с их применением на практике.

Таким образом, был сделан вывод о том, что предлагаемая методика применима к студентам, чей уровень владения английским языком достигает «Intermediate» или хотя бы «Pre-intermediate». В альтернативном случае необходимо корректировать план занятия, используя методы дифференциации материалов, составляя дополнительные опорные материалы и внедряя промежуточные этапы, позволяющие уделить больше внимания контролю понимания содержания информации, подробному обсуждению структуры убеждающей речи, практике устной речи и практике использования техник убеждения. Однако на дополнительные этапы необходимо и большее количество часов, отведенное на тему.

Отметим, что после завершения апробации учебные цели были достигнуты в разной степени для разных обучающихся, однако, педагогическая ценность методики подтверждена практикой.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зимбардо, Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб. : Питер, 2001. – 448 с.

2. Ставецкая, С. В. Эвристическое обучение: его роль и место в изучении иностранных языков / С. В. Ставецкая // Идеи. Поиски. Решения: сб. статей и тезисов IX Междунар. науч. практ. конф., Минск, 25 ноября 2015 г. : в 6 ч. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: Н. Н. Нижнева (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2015. – Ч. 3. – С. 24–31.

Е. А. Кирмель (*Гродно, УО Гимназия № 7*)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДЕЛОВЫХ ИГР И ВЕБ-КВЕСТОВ НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

В данной статье рассматриваются два современных метода, которые используются при обучении иностранному языку: веб-квесты и деловая игра. Описывается их структура, компоненты и значимость в учебном процессе. Отмечая огромный дидактический потенциал веб-квестов, автор кратко останавливается на истории их возникновения и возможности их применения в обучении иностранному языку. Перечисляются основные компетенции, которые формируются благодаря применению данной технологии

К л ю ч е в ы е с л о в а: веб-квест; деловая игра; значимость; компоненты; структура; ситуация.

This article examines two modern methods of teaching a foreign language: web-quests and business games. Their structure, components, and significance in the educational process are described. Making special references to educational potential of web-quests the author tells about the history of web-quests origin and the possibilities of their application in foreign language teaching. The main competences to be formed through application of this technology are briefly described.

К e y w o r d s: web-quest; business game; significance; components; structure; situation.

Цели образования все больше заставляют выбирать учебные методы и формы организации работы на уроках иностранного языка, которые развивают умение учиться: использовать разнообразные информационные источники, находить необходимую, полезную информацию, запоминать, решать.

Одной из основных целей в современной системе обучения иностранному языку является формирование иноязычной коммуникативной компетенции учащихся. Это дает человеку возможность получать, анализировать, передавать информацию, а также получать ответ на многочисленные вопросы. В формировании иноязычной коммуникативной компетенции огромную роль играет применение информационно-коммуникационных технологий на уроках иностранного языка, так как образование XXI в. невозможно представить без компьютерных средств в эпоху информационного развития нашего общества.

Широкое разнообразие компьютерных учебных материалов позволяет внедрять информационно-коммуникационные технологии в различные формы обучения: дистанционную, комбинированную, аудиторную, а также внеаудиторную. Из года в год учащиеся все больше времени посвящают Интернету, следовательно, задача учителя (преподавателя) – использовать ресурсы Интернета для обучения иностранному языку.

Рассмотрим использование **веб-квестов** на уроках иностранного языка.

«Квест (Quest) – целенаправленный продолжительный поиск, который связан с игрой или определенными приключениями. Веб-квест (web-quest) – представляет задание с элементами определенной ролевой игры, для выполнения которого используются информационные ресурсы Интернета. Веб-квест может представлять собой мини-проект, который основан на поиске определенной информации в Интернете. Создателями веб-квеста могут быть как учитель, так и ученик в зависимости от целей, которые они желают достигнуть. Разработчиками веб-квеста как учебного задания являются Берни Додж и Том Марч» [1, с. 45].

Основными причинами использования веб-квестов на уроках иностранного языка являются легкий способ включения Интернета в сам учебный процесс, при этом не требуется особых технических знаний учащихся; сам квест может выполняться как индивидуально, так и в групповой форме работы.

При работе с веб-квестом развиваются такие компетенции, как:

- работа в команде (планирование, распределение ролей, взаимопомощь, взаимоконтроль);
- самообучение и самоорганизация;
- умение находить несколько способов решения проблемной ситуации, обосновывать свой выбор;
- навык публичных выступлений (проведение предзащиты и защиты проектов с выступлениями, дискуссиями);
- использование различных информационных технологий для решения поставленных профессиональных задач.

Веб-квест имеет определенную **с т р у к т у р у**.

1. **Введение** – описывается краткое содержание веб-квеста. Формулировка темы, описание главных ролей участников, составление плана. Цель данного этапа – подготовить и мотивировать учащихся.

2. **Задание** – формулируется задача и описывается, в какой форме представляется конечный результат квеста. Задание должно быть проблемным, четко сформулированным, иметь познавательную ценность.

3. **Порядок работы и необходимые ресурсы** – описываются правильная последовательность действий, ролей, ресурсов, которые необходимо для выполнения поставленных задач. Это ссылки на интернет-ресурсы, литературу, а также используемые вспомогательные материалы: инструкции, примеры, схемы, таблицы, которые позволяют более эффективно организовать работу над веб-квестами.

4. **Оценка** – описание критериев и параметров оценки выполнения квестов, которые обычно представляются в виде бланка оценки. Следует отметить, что сами критерии оценки зависят от учебных задач, которые решаются в ходе веб-квеста. Методической оценке подлежит адекватность представленных критериев типу задания, четкость описания критериев и параметров оценки, а также возможность изменения результатов работы.

5. **Заключение** – краткое описание того, чему учащиеся смогут научиться, выполнив определенный веб-квест. Здесь должна обязательно прослеживаться взаимосвязь с введением.

6. Используемые материалы – это указание ссылок на ресурсы, которые используются для создания веб-квеста.

7. Комментарии для преподавателя – методические рекомендации для преподавателей, которые будут использовать данный веб-квест [2, с. 67].

Данная структура веб-квеста является основной. Ее при необходимости можно изменить, но в каждом образовательном квесте должны обязательно присутствовать четыре элемента, а именно: введение, задание, выполнение и оценивание.

Интеграция веб-квестов в сам процесс обучения иностранному языку будет эффективна только в тех случаях, когда веб-квест является творческим заданием и подводит итоги изучения определенной темы.

Квесты способствуют развитию умений сравнивать, анализировать, развивают критическое мышление. Тем самым у учащихся повышается мотивация, они воспринимают определенное задание как полезное, что, в свою очередь, ведет к повышению эффективности самого процесса обучения.

Веб-квесты могут охватывать как отдельную проблему, учебный процесс, а также тему, так и быть межпредметными. В связи с этим Б. Додж выделяет три принципа классификации веб-квестов:

1. По длительности выполнения: краткосрочные и долгосрочные.
2. По предметному содержанию: монопроекты и межпредметные веб-квесты.
3. По типу заданий, которые выполняют учащиеся: пересказ, загадки, решение спорных проблем, творческие, самопознание.

Веб-квест это интерактивная учебная деятельность, которая включает в себя три элемента, которые отличают ее от простого поиска информации в Интернете:

1. Наличие проблемы, которую нужно решать.
2. Поиск информации по проблеме, который осуществляется в Интернете самой группой учащихся. Каждый из членов группы имеет четко определенную роль и вносит вклад в решение проблемы в соответствии со своей ролью.
3. Решение проблемы достигается путем ведения переговоров и достижения согласия всеми участниками проекта [3].

Так как веб-квест является комплексным заданием, то оценка его выполнения должна в первую очередь основываться на критериях, которые ориентированы на тип проблемного задания, а также форму представления результата.

Создатель метода веб-квеста Б. Додж рекомендует использовать от четырех до восьми критериев, которые могут включать оценку устного выступления; навыков работы в микрогруппе; мультимедийной презентации; письменного текста; оригинальности работы.

Тематика веб-квестов может быть разнообразной, задания могут отличаться степенью сложности: от простого к сложному. Б. Додж выделяет следующие виды заданий для веб-квестов:

- *аналитическая задача* – это поиск и систематизация определенной информации;

- *творческие задания* – выполнение творческой работы в определенном жанре: сочинение стихотворения, пьесы, песни и др.;
- *научные исследования* – изучение различных явлений, фактов, открытий;
- *пересказ* – демонстрация понимания самой темы: создание презентации, рассказа, плаката.

Таким образом, данный вид работы способствует качественному повышению эффективности самого процесса обучения, формированию информационно-коммуникативной компетенции учащихся, умения проектировать, а также анализировать свою собственную деятельность и нести ответственность за выполненную работу, развивает умение работать самостоятельно и в группах.

Рассмотрим еще один метод повышения коммуникативной активности учащихся. **Деловая игра** является одним из современных методов обучения иностранному языку для активизации навыков говорения. При использовании данного метода на уроке сам процесс обучения происходит в одном ключе активного взаимодействия учащихся. При этом каждый учащийся принимает на себя определенные роли и функции в соответствии с поставленной задачей.

Целью деловой игры является обучение детей создавать последовательные, монологические высказывания с опорой на предложенные образцы, а на последующем этапе (без использования опоры) – для активизации навыков говорения. Также деловая игра помогает:

- снять языковой барьер учащихся при коммуникации;
- овладеть иностранным языком как средством профессионального общения;
- активизировать навыки свободного говорения на иностранном языке;
- изучить разнообразные аспекты профессиональной деятельности, путем моделирования ситуации с помощью использования правил поведения самих учащихся.

Деловая игра, а также ее элементы в процессе овладения учебным материалом и его закрепления позволяют более осознанно и точно усвоить специфику его использования в речи учащихся. Именно в процессе игры осуществляется произвольное запоминание информации. Деловые игры развивают и совершенствуют у учащихся речемыслительную деятельность. Они способствуют появлению желания общаться на иностранном языке не только на уроках, но и во внеурочное время. Таким образом, при использовании деловой игры у учащихся формируется внутренний мотив к изучению и совершенствованию навыков владения иностранным языком. Деловая игра также помогает решать ряд воспитательных задач: принятие альтернативных точек зрения, освоение профессионально ориентированных социальных ролей. Деловые игры выполняют следующие методические задачи: создание психологической готовности учащихся к речевому общению; тренировка учащихся в выборе необходимой деятельности на уроке.

В деловой игре выделяют три основных к о м п о н е н т а:

1. Действующими лицами являются учащиеся, которые организуют одну или несколько команд и выполняют индивидуальные или командные роли. Подбор ролей должен быть организован таким образом, чтобы формировать у учащихся активную жизненную позицию, а также самые лучшие человеческие качества.

2. Исходная ситуация представляет собой сам способ организации игры. При создании ситуации в первую очередь необходимо учитывать обстоятельства как реальной действительности, так и сами взаимоотношения участников в процессе общения. Следует выделить компоненты самой ситуации: 1) субъект; 2) объект (предмет разговора); 3) отношение субъекта к предмету разговора; 4) условия речевого акта.

3. Ролевые действия, которые выполняют учащиеся, исполняя роль. Следует отметить, что ролевые действия тесно связаны с ролью, которая определяет различие интересов участников деловой игры и их побудительных стимулов, а также составляют основную, неделимую единицу деловой игры.

Выделяют основные т р е б о в а н и я, которые предъявляют к деловой игре:

1. Необходимость постоянно стимулировать мотивацию к учению, вызывать у учащихся интерес и желание отлично выполнить задание; стараться проводить игру на основе ситуации, которая будет соответствовать реальной ситуации общения.

2. Необходимость качественной подготовки содержания и формы деловой игры.

3. Создавать творческую, доброжелательную атмосферу, которая вызывает у школьников чувство радости и удовлетворения.

4. Активно использовать языковой материал, который необходимо отработать в процессе деловой игры.

5. Умение учителя установить контакт с учащимися. Не следует прерывать их в процессе игры. Исправления ошибок необходимо делать в конце урока.

Деловая игра – это метод и форма обучения, в которой моделируется предметный и социальный аспекты содержания профессиональной деятельности. Деловая игра всегда предназначена для обработки учащимися профессиональных умений и навыков.

Следует отметить, что деловая игра и веб-квесты – это активные методы обучения, которые способствуют активизации мышления и поведения, обеспечивающих высокую степень вовлеченности обучаемых в учебный процесс, и обязательно предполагают взаимодействие учащихся между собой. Данные технологии способствуют раскрытию творческого потенциала не только учащихся, но и учителя, побуждая его совершенствовать свое педагогическое мастерство, создавать свой неповторимый, индивидуальный стиль работы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Подласый, И. П. Продуктивная педагогика : книга для учителя / И. П. Подласый. – М. : Народное образование, 2003. – 494 с.
2. Щукин, А. Н. Современные интенсивные методы и технологии обучения иностранным языкам : учеб. пособие / А. Н. Щукин. – М. : Филоматис, 2010. – 188 с.
3. Введение в технологию веб-квест [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.surviki.ru/wiki/index.php>. – Date of access : 15.09.2019.

Е. С. Хотюн, Е. А. Крылова (*Санкт-Петербург, СПбПУ*)

ОБУЧЕНИЕ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ В ВУЗЕ ПРИ ПОМОЩИ ТЕХНОЛОГИИ EDUTAINMENT

В статье рассматривается новая прогрессивная технология в обучении иностранным языкам – *edutainment*. Эта технология направлена на развитие иноязычных навыков и компетенций. Проведя анализ ряда работ по теме, авторы пришли к выводу, что многие исследователи видят необходимость и преимущества использования данной технологии на уроке иностранного языка. Студенты XXI в. принадлежат клиповой культуре. Необходимы интерактивные методы обучения для их развития.

К л ю ч е в ы е с л о в а : эдьютейнмент; клиповая культура; мотивация; интерактивные средства обучения; инновация.

This article touches upon a new progressive educational technology – *edutainment*. This technology is directed towards the improvement of students' skills and competence. Analyzing several works on this subject, the authors have come to a conclusion that a lot of researchers see the importance of this instrument on foreign language lessons. Students of the 21st century belong to clip culture. Interactive methods of teaching are necessary for their development.

Key words: edutainment; clip culture; motivation; interactive means of teaching; innovation.

В настоящее время глобализация оказывает значительное влияние на все сферы жизни людей. Необходимость в изучении как можно большего количества иностранных языков становится очевидной. Несмотря на сложную эпидемиологическую ситуацию, закрытие границ и невозможность посещать образовательные учреждения, студенты по всему миру продолжают проявлять интерес к получению образования. Владение иностранным языком – это не только возможность иметь высокооплачиваемую работу, но и способность общаться с людьми по всему миру. С быстрым развитием сети Интернет люди получили доступ к интернациональной коммуникации, что повысило у них мотивацию к изучению иностранных языков.

Поколение студентов XXI в. принадлежит *клиповой культуре* (англ. *clip culture*). Данный термин был введен Э. Тоффлером. Клиповая культура характеризуется им как явление, свойственное информационному обществу [2, с. 171]. Клиповое мышление становится основной формой восприятия информации. Оно характеризуется фрагментарностью и кратковременностью. Студенты, обладающие данным типом мышления, неспособны фокусировать внимание в течение долгого времени, что говорит о необходимости использования в обучении постоянно сменяющихся картинок, иначе

информация не будет усвоена учащимися. Интерактив играет важную роль в современном образовании, так как, вовлекая учащихся в процесс обучения, он повышает их мотивацию. Согласно работам И. А. Зимней и А. А. Леонтьева [3, с. 63], устойчивая мотивация у школьников и студентов возникает только в том случае, если изучаемый на занятии материал соответствует их интересам. В связи с этим индивидуализация иноязычного учебного процесса теснейшим образом связана с его эффективностью.

В настоящее время методисты уделяют большое внимание достижению оптимизации и интенсификации процесса обучения. Теория и практика современной педагогики нацелена на личность, что объясняет использование на занятиях различных технологий, учитывающих особенности учащихся [4, с. 17]

Использование инновационных технологий при обучении русскому языку как иностранному необходимо, так как они расширяют возможности познания резервов личности, развития ее речевого потенциала и коммуникативной компетенции [1, с. 222].

Edutainment является современной образовательной технологией, представляющей собой форму подачи информации в развлекательном формате. Цель учителя, использующего данную технологию в процессе обучения, – повышение интереса учащихся к предлагаемому материалу, а также воздействие на их эмоции [4, с. 18]. Педагогические особенности edutainment – создание развлекательно-образовательной среды, в условиях которой возможна реализация всех задач современного образования. Данная технология направлена на преодоление психологических барьеров учащихся, а также на создание комфортной среды для обучения, что является большим преимуществом edutainment.

Способами применения технологии edutainment на уроке русского как иностранного являются: телевидение, образовательные сайты, учебные компьютерные игры и другие.

Технология edutainment дает возможность для реализации следующих дидактических функций:

1) коммуникативная (подразумевается обеспечение на занятиях среды для иноязычного общения);

2) обучающая (создание условий, которые максимально приближены к условиям реальной коммуникации, обеспечение возможности многократного повторения речевого образца);

3) воспитательная (edutainment учит работать и взаимодействовать в команде, нести ответственность друг за друга);

4) развивающая (предполагает развитие качеств личности, способствует улучшению памяти, а также концентрации внимания);

5) мотивационная (технология edutainment также предполагает создание комфортной атмосферы для обучения, что способствует повышению мотивации);

6) психотерапевтическая (технология edutainment за счет своего развлекательного потенциала снимает эмоциональное напряжение учащихся);

7) эмоциональная (выработка гормона серотонина во время просмотра интересных обучающих видео или же во время игры благоприятно воздействует на состояние студентов) [4, с. 52–53].

Существует большое количество приложений и образовательных сайтов, которые могут использоваться на уроках русского языка как иностранного в вузе. На примере изучения темы «Семья» рассмотрим возможные их варианты:

1. YouTube. Данный сайт дает возможность учащимся смотреть видео любого уровня сложности и любой направленности. Также у большинства видео есть опция включения субтитров, что может помочь студентам начального уровня в обучении русскому языку как иностранному. При помощи видео на этапе снятия трудностей учащиеся могут познакомиться с лексикой по теме «Семья» (рис. 1).

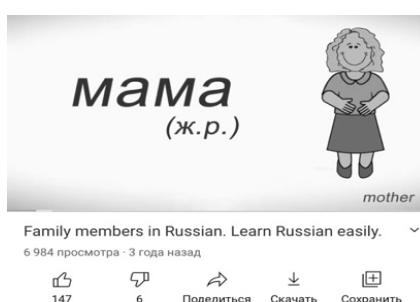


Рис. 1. Знакомство с лексикой по теме «Семья»

2. Duolingo. Приложение для развития фонетических, лексических и грамматических навыков. Важно то, что на учащихся воздействует аудио-визуальная наглядность, а упражнения, представленные в приложении, обеспечивают многократное повторение материала (рис. 2).

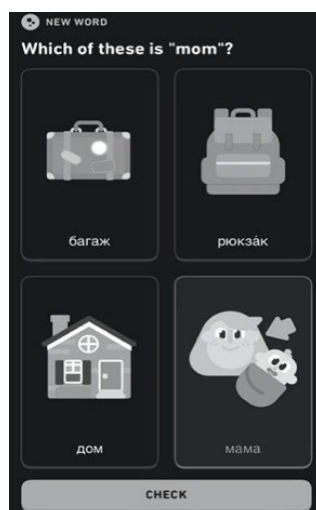


Рис. 2. Упражнение на соотнесение картинки со словом

3. Quizlet. Данное приложение поможет студентам изучить лексику и сгруппировать ее по темам. Оно также может выступать в качестве контроля (проверка знания новых слов и выражений по теме «Семья») (рис. 3).

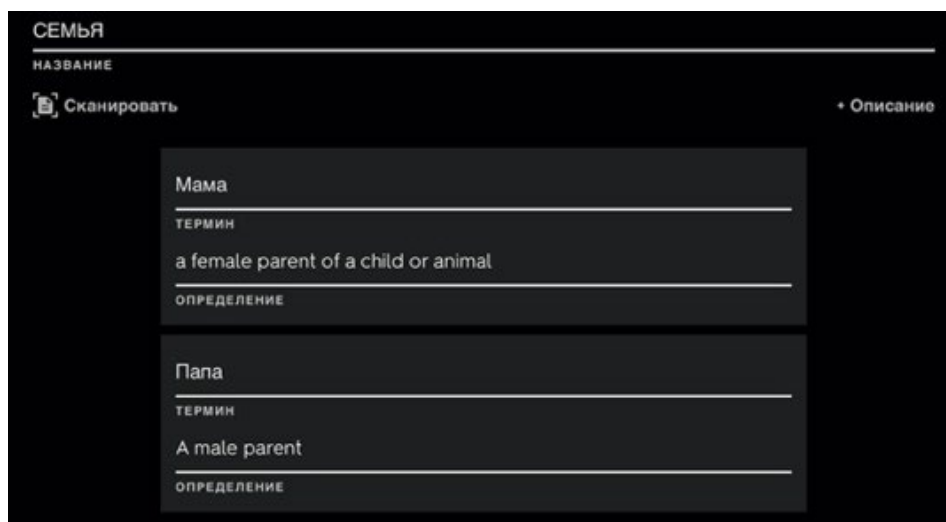


Рис. 3. Пример создания учителем задания в Quizlet

Таким образом, технология Edutainment дает учителям русского как иностранного множество возможностей в организации занятий и их активизации. Приложения и образовательные платформы гарантируют эффективность процесса обучения, а также обеспечивают учащихся устойчивой мотивацией к изучению предмета.

ЛИТЕРАТУРА

1. Русский язык как иностранный. Методика обучения русскому языку: учеб. пособие для высш. учеб. заведений / Г. М. Васильева [и др.]; под ред. И. П. Лысаковой. – М. : Гуманитар. изд. Центр ВЛАДОС, 2004. – 270 с.
2. Докука, С. В. Клиповое мышление как феномен информационного общества / С. В. Докука // Общественные науки и современность. – 2013. – № 2. – С.169 – 176.
3. Зимняя, И. А. Психология обучения иностранным языкам в школе / И. А. Зимняя. – М. : Просвещение, 1991. – 222 с.
4. Савочкина, И. В. Технология эдьютейнмент в практике преподавания русского языка как иностранного в условиях летней языковой школы: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / И. В. Савочкина. – Белгород, 2020. – 210 с.

В. В. Адамович (Минск, МГЛУ)

ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ РЕСУРСОВ EDMODO, QUIZLET, YOUTUBE

Современный период развития общества характеризуется значительным влиянием на него информационных технологий. Это коснулось каждой сферы человеческой деятельности, включая образование. Постепенная его компьютеризация влечет за собой некоторые изменения в учебном процессе. Предметом исследования в данной статье являются положительные стороны использования различных информационных технологий в процессе обучения, а также возможности ресурсов Edmodo, Quizlet, YouTube при обучении иностранным языкам.

К л ю ч е в ы е с л о в а: информационные технологии; обучение иностранному языку; платформа; приложение; виртуальная среда обучения.

The current stage of society's development is characterized by a significant influence of information technologies on it. This has affected every sphere of human activity, including education. Its gradual computerization entails some changes in the educational process. The article investigates the positive aspects of the using of various information technologies in the learning process. The author describes the possibilities of Edmodo, Quizlet, YouTube resources for teaching foreign languages.

К л ю ч е в ы е с л о в а: information technology; foreign language teaching; platform; application; virtual learning environment

В связи с быстрым темпом развития информационных технологий каждая сфера человеческой деятельности претерпевает определенные изменения. Модернизация коснулась и формата обучения иностранным языкам; традиционные дидактические методы преподавания подвергаются некоторым преобразованиям. В настоящее время актуальной становится разработка сочетания активных методов обучения с интерактивной обучающей средой и компьютерно-опосредованной коммуникацией, например, веб, телеконференции, видеоконференции, чат [1]. Из-за определенной специфики обучения, внедрение информационных технологий в процесс образования все еще является довольно трудоемким и сложным процессом. Однако использование информационных технологий значительно облегчает процесс преподавания, так как обучающемуся предоставляется возможность задействовать свои творческие способности и найти собственный, уникальный, а главное, наиболее эффективный для него способ изучения иностранного языка. Это не только помогает в усвоении материала, но и способствует большему его охвату.

Информационные технологии способны облегчить процесс изучения не только непосредственно обучающемуся, но и преподавателю; так, например, компьютеризированное тестирование позволяет быстрее и точнее оценить знания, нежели индивидуальное аудиторное проведение теста. Кроме того, так представляется возможность гораздо проще и эффективнее определить не только слабые и сильные места отдельного ученика, но и динамику усвоения знаний сразу у всех тестируемых. В данном примере исключается возможность вариативности: компьютер не способен оценить критическое мышление студента, поэтому некоторые задания, которые требуют не только механического определения «правильно» или «неправильно», могут быть засчитаны неверно или вообще не засчитаны. В противовес сказанному ранее такой тип тестирования исключает какое-либо субъективное мнение и личностные симпатии, так как оценка производится не человеком, а машиной и таким образом повышается качество тестирования. Подобные технологии способствуют более быстрому и качественному усвоению знаний, поскольку уже заведомо выполненная структуризация информации, заложенная в компьютер, позволяет обучающемуся не тратить время на организацию учебного материала. Это значит, что: «внедрение ИКТ способствует достижению основной цели модернизации образования – улучшению качества обучения, увеличению доступности образования, обеспечению гармоничного развития личности, ориентирующейся в инфор-

мационном пространстве, приобщенной к информационно-коммуникационным возможностям современных технологий и обладающей информационной культурой» [2].

На данный момент существует огромное количество различных способов обучения иностранным языкам при помощи информационных технологий. Однако для начала стоит обозначить, что именно представляют из себя эти «информационные технологии», когда речь заходит о процессе обучения. Прежде всего это такие технические средства, как видео, текст, аудио и Интернет. Их использование в процессе обучения иностранным языкам становится все более релевантным. Мультимедийные презентации, вырезки из фильмов, аудио или видео на YouTube на интересующую тему, использование презентаций PowerPoint на уроке давно являются обыденностью. Они не только делают изучение предмета более простым, но и помогают студенту оставаться вовлеченным, так как это позволяет принять непосредственное участие в процессе. В современных реалиях такая технология, как «машинный перевод» является неотъемлемой частью обучения каждого студента, так или иначе имеющего отношение к изучению иностранных языков. Машинный перевод значительно облегчает поиск новых слов и учит более логичному и краткому выражению своих мыслей.

Существуют платформы и приложения, которые в последнее время набирают популярность в сфере изучения иностранных языков благодаря удобству их использования, простому интерфейсу и, прежде всего, потому что обучение может происходить как с учителем, так и без него. Некоторые из них имеют открытую систему доступа, поэтому студент может сам структурировать учебный материал и приступать к его изучению в любое удобное для него время.

В современном мире видеоплатформа **YouTube** уже давно укоренилась как информационное пространство, где в основном предоставляется доступ к развлекательному контенту. Помимо развлекательной составляющей данная платформа содержит в себе огромное количество видеоконтента, который позволяет улучшить свои знания иностранного языка. Самым распространенным способом предоставления информации, помимо обучающих видео, остаются *подкасты* – видео- или аудиопередачи, которые имеют определенную тематику. Такой формат нередко задействуется при обучении иностранным языкам, так как у студента есть возможность услышать максимально приближенную к действительности речь носителя, помогает привыкнуть к изучаемому языку и таким образом улучшить навыки аудирования.

Помимо подкастов, на платформе представлено большое количество видеоматериалов на иностранных языках. Поэтому нередко педагоги используют материалы с YouTube в процессе обучения, так как это не только способствует сокращению времени на систематизацию знаний, но и позволяет разнообразить процесс обучения. Платформа дает возможность студентам самостоятельно изучить какую-либо тему, так как на YouTube много обучающих видео с совершенно разными преподавателями и различными подходами к обучению иностранным языкам. Таким образом ученик имеет

больше шансов найти наиболее комфортный и понятный для себя способ ознакомления с материалом. Благодаря видеосоставляющей формируется наглядное представление о том, как одеваются, как жестикулируют представители других стран, то есть появляется понимание того, как именно выглядит языковая действительность и культура страны изучаемого языка.

Платформа значительно облегчает работу преподавателя прежде всего потому, что вместо самоличной систематизации информации он может воспользоваться уже существующей. К тому же, некоторые преподаватели предпочитают выкладывать свой собственный метод преподавания на YouTube. Это позволяет ученикам иметь постоянный доступ к объяснению материала. Использование данной видеоплатформы хорошо и тем, что здесь происходит задействование аудиовизуальной памяти, это способствует более быстрому и эффективному запоминанию информации. YouTube способен не только обеспечить обучающегося необходимой информацией для изучения иностранного языка, но также облегчить работу преподавателя и разнообразить учебный процесс.

Второй стремительно развивающейся платформой для рассмотрения является **Edmodo**. Она позволяет преподавателям проводить обучение в дистанционном режиме; такой формат является доступным не только для отдельных преподавателей, но и также даже для целых школ. Данная платформа позволяет смоделировать виртуальную среду обучения, где преподаватели, студенты и родители имеют доступ к материалам, по которым проходит обучение. Главным плюсом, помимо того, что она бесплатная, является то, что прямой доступ к данным материалам имеют право получить только обучающиеся, для которых они были подготовлены. Подключиться в Edmodo к определенному классу можно только при наличии специального кода, который создается преподавателем, т.е., иными словами, здесь очень маловероятен риск несанкционированного доступа к материалам обучающей программы.

Помимо возможности присоединяться к группам, что в свою очередь обеспечивает конфиденциальность, данная платформа позволяет выполнять домашнее задание, опубликовывать комментарии, вопросы (такая возможность есть не только у преподавателя, но и ученика, что позволяет ученику почувствовать себя полноценным участником образовательного процесса), отмечать экзамены и проверочные работы в календаре и многое другое. Сам интерфейс очень легкий в использовании, поэтому не вызывает трудностей у учеников и преподавателей. Платформа имеет разноязычные интерфейсы. Это является несомненным преимуществом для тех, кто предпочитает организовывать свою виртуальную среду обучения на изучаемом языке. Edmodo позволяет преподавателям взаимодействовать не только с учениками или их родителями, но и с коллегами, что делает возможным проведение совместных уроков, а также мастер-классов.

Данную платформу возможно использовать не только в качестве полной замены очных занятий, но и в качестве дополнения к ним. При помощи Edmodo преподаватель может структурировать свой материал и предоставить доступ к нему для своих студентов, чтобы те имели возможность ознако-

мится с ним в любое время, как в качестве изучения нового материала, так и для закрепления того, что проходило во время очных занятий. Такая платформа будет полезна не только для изучения иностранных языков, но и для организации дистанционного обучения по любой другой дисциплине.

Приложение, которое также заслуживает внимания – **Quizlet**. Оно широко применяется в учебном процессе из-за удобства в использовании, а также благодаря возможности структурировать материал так, как хочет обучающийся или преподаватель. Здесь предоставляется возможность составлять сеты слов из абсолютно разных языков. Так, например, преподаватель может составить приблизительно такую формулу: *лексическая единица на английском + перевод этой лексической единицы на русский или объяснение лексической единицы на английском + картинка*. Преподаватель, или любой другой человек, составляющий этот сет, может добавлять слова для изучения в любое время, закрывать модуль для других людей, т.е. ограничивать доступ к материалам, и организовывать структуру так, как ему это будет удобно. Приложение Quizlet позволяет преподавателям не только следить за успехами своих студентов, но и также самим обучающимся видеть свои ошибки и возможность их исправить. Приложение предоставляет возможность использовать разные режимы в процессе обучения, так обучающийся может выбрать наиболее эффективный для себя. Это может быть сопоставление английского слова с русским переводом, прохождение теста с вариантами ответов, а также заучивание по карточкам. Quizlet является актуальным и удобным приложением для тех, кто преподает или изучает иностранный язык, так как имеет варианты режимы, тем самым позволяя обучающемуся задействовать все виды своей памяти, включая визуальную, аудиальную и кинестетическую. Кроме того, составление модулей производится очень быстро (есть возможность конвертировать слова из Word или Excel).

Был проведен опрос среди учащихся, которые изучают иностранные языки, какие из приложений они используют, находят самыми удобными и используют ли вообще. Из 15 опрошенных учеников все используют те или иные приложения: *YouTube* – 7/15, *Edmodo* – 3/15, *Quizlet* – 13/15. Таким образом, каждое из трех приложений так или иначе знакомо или используется учениками. Это лишний раз доказывает актуальность вопроса использования различных приложений и платформ в процессе обучения иностранным языкам. Платформы и приложения способны сократить количество времени, которое уходит на структуризацию обучающего материала, а также помочь студентам в самостоятельном изучении иностранного языка.

В настоящее время обучение становится больше предметом ответственности самого учащегося, нежели преподавателя, поэтому обеспечение студента удобными средствами изучения и запоминания информации является одной из важных задач. Использование различных платформ и приложений способствует его вовлечению в процесс обучения, стимулирует к творческому самовыражению, а также к самостоятельному структурированию материала. Информационные технологии дают множество возможностей учащимся и преподавателям лучше организовать процесс обучения, а также сделать его заметно проще и качественнее.

ЛИТЕРАТУРА

1. Минькова, Е. Н. Интеграция инфокоммуникационных технологий и традиционных подходов в обучении гуманитарным дисциплинам студентов ВУЗов [Электронный ресурс] / Е. Н. Минькова. – Режим доступа : <http://www.dslib.net/prof-obrazovanie/integracija-infokommunikacionnyh-tehnologij-i-tradicionnyh-podhodov-v-obuchenii.html>. – Дата доступа : 21.03.2021.
2. Абилдаева, А. Х. Использование информационно-коммуникационных технологий в процессе обучения [Электронный ресурс] / А. Х. Абилдаева. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-informatsionno-kommunikatsionnyh-tehnologiy-v-protseste-obucheniya/viewer> – Дата доступа : 23.03.2021.

Подсекция № 3

А. А. Захарова (Минск, МГЛУ)

ПУТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ РКИ С ПРИВЛЕЧЕНИЕМ РЕЧЕВОГО МАТЕРИАЛА С ЯВЛЕНИЯМИ ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ

Изучение прецедентных феноменов играет важную роль в формировании социокультурной компетенции, поскольку студенты учатся использовать их в своей речи, знакомятся с культурой страны изучаемого языка, тем самым совершенствуя коммуникативные умения и навыки. Все это способствует тому, что студенты-инофоны смогут выйти на более высокий уровень общения, приблизиться к уровню коммуникации носителей изучаемого языка в естественных речевых условиях.

К л ю ч е в ы е с л о в а: прецедентные феномены; социокультурная компетенция; студенты-инофоны; русский язык как иностранный; комплекс упражнений.

The study of precedent phenomena plays an important role in the formation of socio-cultural competence, since students learn to use them in speech, get acquainted with the culture of the country of the language studied, thereby improving communication skills and abilities. All this contributes to the fact that foreign students will be able to reach a higher level of communication, approach the level of communication of native speakers of the target language in natural speech conditions.

Key words: precedent phenomena; socio-cultural competence; foreign students; Russian as a foreign language; a set of exercises.

В процессе обучения русскому языку как иностранному прецедентные тексты, ситуации и имена рассматриваются как одно из важнейших средств для формирования языковой и социокультурной грамотности иностранных студентов. Принадлежность человека к определенной культуре, включающей национальные особенности, специфику поведения, традиции, историю, искусство, указывает на необходимость для иностранных студентов получать знания о том, как носители изучаемого языка смотрят на окружающий мир [1, с. 79].

Преподаватели зачастую обращаются к публицистическим текстам, которые являются отражением социальной и культурной сторон жизни общества. Во многих текстах и статьях феномены прецедентности отражают культурный код страны изучаемого языка. При работе с публицистическим

стилем речи студентам предлагаются тексты из средств массовой информации. Происходит актуализация прецедентных имен, которые в настоящее время часто можно встретить не только в самих статьях, но и в заголовках газет, журналов, что обуславливается их способностью привлекать внимание читателей. Кроме того, прецедентные имена в печатных СМИ зачастую определяют тему и идею статьи, обобщают написанное.

Умение считывать информацию прецедентных феноменов является важнейшим принципом развития социокультурной и коммуникативной компетенций. Нами был разработан комплекс упражнений для демонстрации и осмысления явлений прецедентности.

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ ИЗ ОБЛАСТИ ИСКУССТВА

1. Прочитайте фразы и обсудите в мини-группах. Как вы думаете, в какой ситуации можно так сказать?

2. Обратите внимание на выделенные слова. Предположите, какое значение имеют эти имена в данном контексте.



3. Подумайте:

- как чаще всего употребляются данные прецедентные имена:
а) с оттенком одобрения; б) с оттенком неодобрения; в) нейтрально;

• в какой ситуации их можно услышать: а) в неофициальном разговоре с друзьями; б) в официальной речи; в) в любой ситуации.

Обсудите ваши предположения в парах. Сравните ответы.

4. Скажите: есть ли эквивалентные прецедентные имена в вашем родном языке? Какие имена у вас ассоциируются со смелостью (гениальностью, заботливостью, хорошей фантазией и др.)? Приведите примеры.

Сравните прецедентные имена на занятии и прецедентные имена родного языка. Определите их сходства и различия. Поделитесь информацией с преподавателем и группой.

5. Вставьте подходящие по смыслу слова. Определите, где имена собственные, а где прецедентные имена. Обратите внимание на ситуации их употребления.

1	А. _____ родился в 1452 году недалеко от Флоренции. Б. Николая не просто так называют настоящим _____: он прекрасно рисует, сочиняет стихи, пишет музыку. В. Картины _____ можно найти в лучших музеях мира.
2	А. Его няня была женщиной чересчур строгой и серьезной. В остальном же она была образцовой _____. Б. Невозможно было смотреть на _____ и не слушаться. Было в ней что-то странное и необыкновенное, от чего делалось и страшно, и весело! (П.Трэверс. Мэри Поппинс. Часть первая. Дом № 17. Глава первая. Восточный ветер) В. Если _____ не получит, чего хочет, она не останется здесь больше ни минуты. (П.Трэверс. Мэри Поппинс. Глава вторая. Выходной)
3	А. Бесстрашный герой, шпион и любовник _____ способен в одиночку спасти весь мир. Б. Он почувствовал себя настоящим _____, когда смог найти решение той сложной задачи. В. После войны Ян Флеминг опубликовал роман «Казино “Рояль”», в котором впервые появился смелый и обаятельный _____.
4	А. Всегда и в любой стране найдется человек, который мечтает стать новым _____. Б. _____ является режиссером таких картин, как «Челюсти», «Спасти рядового Райана», «Линкольн», а также серии фильмов об Индиане Джонсе. В. Больше всего мне нравится фильм _____ «Терминал» с Томом Хэнксом в главной роли.
5	А. Я вошла в зал, в конце которого, отдельно от всех остальных картин, висела «Сикстинская _____». Б. Это была женщина лет тридцати — я бы сказал, что у неё внешность _____. (А Кристи, Занавес: Последнее дело Пуаро, 1975) В. Она смотрела на своего ребенка спокойными любящими глазами, словно _____.
6	А. Константин Сергеевич _____ — это русский театральный режиссер, актер и педагог. Б. _____ говорил: «Люди делятся на тех, кто любит себя в искусстве, и тех, кто любит искусство в себе». В. Я почувствовал себя _____, когда меня попросили оценить выступление одного из актеров.

6. Продолжите предложения с прецедентными именами из занятия (Леонардо да Винчи, Спилберг, Скорсезе, Мадонна, Мэри Поппинс, Станиславский, Джеймс Бонд), сравните ваши идеи в паре.

- 1) Я почувствовал себя настоящим _____, когда...
- 2) Я бы назвал своего друга _____, потому что....
- 3) Мою маму можно назвать второй _____, потому что...
- 4) Когда я снимаю видео на телефон, чувствую себя вторым _____, потому что...

7. В паре расскажите друг другу о ваших друзьях (опишите характер, внешность, род деятельности), используя прецедентные имена.

8. Разыграйте в паре ситуацию, где вы обсуждаете вашего общего знакомого.

Студент А	Студент Б
Вы считаете, что ваш знакомый был бы хорошим режиссером. Аргументируйте свой выбор. Используйте прецедентные имена из занятия № 1. Решите с вашим другом, кем лучше быть вашему знакомому: актером или режиссером.	Вы не согласны с тем, что ваш знакомый был бы хорошим режиссером. Вы считаете, что из него получился бы хороший актер. Аргументируйте свой выбор. Используйте прецедентные имена из занятия № 1. Решите с вашим другом, кем лучше быть вашему знакомому: актером или режиссером.

В процессе отбора материала для изучения студентами-инофонами феноменов прецедентности следует отдавать предпочтение аутентичным материалам, отражающим стиль общения носителей изучаемого языка. Аутентичные материалы как средство обучения способствуют построению общения, близкого к реальной коммуникации, поскольку в них отражаются лингвокультурные и социокультурные особенности изучаемого языка. Таким образом, публицистические тексты из периодических изданий способствуют освоению студентами-инофонами лингвистических особенностей изучаемого языка, а также социальных и культурных особенностей страны изучаемого языка, тем самым помогая обучающимся прочувствовать языковое своеобразие и лучше понять носителей данного языка.

Стоит отметить, что на ранних этапах обучения (на подготовительном отделении) работа с прецедентными именами не представляется возможной, поскольку студенты не владеют необходимой базой знаний, чтобы работать с публицистическими аутентичными текстами. На первом курсе работу с прецедентными именами также лучше свести к минимуму. Основная работа с рассматриваемыми феноменами проводится на более продвинутых уровнях, поскольку знания, умения и навыки студентов 2–4 курсов позволяют работать с прецедентными именами: на данном этапе зачастую отсутствуют трудности, связанные с восприятием и пониманием лексики и грамматики изучаемого языка.

Необходимость изучения прецедентных феноменов обуславливается активным употреблением данных феноменов в публицистических текстах и средствах массовой информации, а также наличием в них компонентов,

отражающих социально-культурные особенности стран изучаемого языка. Данные упражнения способствуют тому, что студенты учатся находить прецедентные феномены в тексте, определять их значение и использовать явления прецедентности в своей речи.

Формирование социокультурной компетенции у студентов-инофонов позволяет лучше понять особенности мировосприятия народа изучаемого языка, что способствует скорейшей адаптации к новым традициям, культуре и обществу, определению наиболее подходящей тактики речевого и невербального общения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рубаник, Т. Н. Методические подходы к изучению прецедентных феноменов на занятиях по РКИ / Т. Н. Рубаник, П. Синь // Белорусско-китайский культурный и образовательный диалог: история, современное состояние, перспективы: сб. научн. статей / под научн. ред. Н. Н. Хмельницкого— Минск : РИВШ, 2017. — С. 79–85.

А. А. Метель (*Санкт-Петербург, СпбПУ*)

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ

В статье рассматриваются современные подходы к использованию компьютерных технологий в обучении русскому языку как иностранному в условиях цифровизации образования. Охарактеризованы различные типы электронных ресурсов и дидактических материалов нового типа. Рассматриваются инновационные ресурсы и методические приемы при обучении русскому языку.

К л ю ч е в ы е с л о в а: русский язык как иностранный; интернет; компьютерные технологии; процесс обучения; электронные ресурсы.

The article discusses modern approaches to the use of computer technologies in teaching Russian as a foreign language in the context of digitalization of education. Various types of electronic resources and didactic materials of a new type are characterized. The article considers innovative resources and methodological techniques in teaching the Russian language.

Key words: Russian as a foreign language; Internet; computer technology; study process; digital resources.

Развитие информационных технологий и интернета оказало влияние на большинство сфер нашей жизни. Данные изменения не обошли стороной и систему образования. Преподавателям пришлось осваивать компьютер как инструмент профессиональной деятельности. Говоря о методике преподавания иностранных языков, в том числе русского как иностранного (РКИ), информационные технологии вводились не сразу, так как первостепенной задачей методистов было изучить их лингводидактический потенциал, спрогнозировать возможные психолого-педагогические проблемы и только после этого внедрять их в сам процесс обучения [1].

Ввиду появления новых возможностей компьютерных технологий (ИКТ), их роль для общества заметно возросла. С изменением отношения

к ним встал вопрос о том, как правильно нужно пользоваться такими ресурсами. Так появилось понятие *компьютерной грамотности*, под которой понимается наличие минимальных знаний и навыков работы с ИКТ [2].

В наше время владение навыками работы с компьютером является обязательным при приеме на востребованные и хорошо оплачиваемые специальности. В этой среде сфера образования должна быстро подстраиваться под постоянные изменения в мире и отвечать современным требованиям. Несмотря на доступность разнообразных обучающих материалов, значительная часть преподавателей, в том числе и преподавателей русского языка как иностранного, все еще не в полной мере владеют данными навыками, тогда как подавляющее большинство учащихся постоянно используют ИКТ в повседневной жизни. Тем самым мы приходим к тому, что использование современных ИКТ является одним из важных элементов профессиональной деятельности преподавателей иностранного языка. Так, в 2001 г. в западной литературе даже появились специальные термины *digital native* (т.е. человек, родившийся в цифровой среде) и *digital immigrants* (это люди, которые родились до начала цифровой эпохи) [3]. Каждый из этих видов отличается способом восприятия информации, количеством выполнения заданий одновременно и навыками поиска и отбора информации.

Сегодня обширный методический цифровой контент позволяет преподавателям РКИ повышать свою квалификацию, вести персональные сайты и делиться опытом с коллегами. Доступ к учебному материалу предоставлен не только преподавателям, но и обычным пользователям интернета, желающим выучить русский язык, исходя из собственных предпочтений и текущего уровня владения.

Такие виды ИКТ, как электронные библиотеки и периодические издания, онлайн-переводчики/словари/учебники, интерактивные обучающие тренажеры, виртуальные среды (классы, музеи, путешествия), аудио- и видеотеки компьютерные презентации, различные универсальные обучающие среды и инструменты для создания учебных материалов активно применяются в обучении иностранным языкам, в том числе РКИ. Они заметно упрощают работу для преподавателя и делают учебный процесс интереснее для самих учащихся.

25 октября 2016 г. Правительством Российской Федерации был представлен проект под названием «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации», согласно которому цифровой контент должен быть включен в процесс образования или, другими словами, должен быть осуществлен переход к «цифровизации» образования [4]. В 2021 г. такой переход уже не требует сложных инфраструктурных решений и трудоемких программ для внедрения. В цифровых реалиях в русистике стали появляться новые направления исследований, связанных с разработкой и внедрением инновационных средств обучения РКИ, созданных на основе интернет- и смарт-технологий [5]. Современные исследователи сконцентрированы не только на таких тенденциях развития современного иноязычного образования, как мультимедийность, персонализация, интерактивность,

геймификация и мобильность, но и технология смешанного обучения, «перевернутый класс», применение смарт-устройств, виртуальных голосовых помощников и виртуальных педагогических агентов для организации учебной деятельности в электронной среде [6]. Такого рода исследования могут дать информацию о том, как работать с новым поколением иностранных студентов, на какие поведенческие особенности стоит опираться при постановке методических акцентов и в каком направлении в целом будет двигаться и развиваться обучение.

Данные изменения не могли не затронуть и традиционные бумажные учебники по РКИ. В новых изданиях начали появляться QR-коды, сопровождающие упражнения на аудирование. Такая технология позволяет с книжной страницы получить доступ к аудио или видеофрагменту. Примерами таких учебников являются «Поехали», «По-русски — легко!», «Дорога в Россию» и т.д. В 2019 г. вышел вводный фонетико-грамматический курс под авторством О. И. Руденко-Моргун, который включал в себя раздел «Разговоры с Алисой», голосовым помощником [7]. Интересными являются попытки разработать учебные ресурсы на основе дополненной реальности. Примером такой работы может служить диссертация Жильцова В. А. «Компьютерное моделирование языковой среды в дистанционном обучении РКИ (уровни А2–В1)», в которой он на практике рассматривает вопросы формирования искусственной языковой среды в условиях виртуальных миров и использование геймификации и квеста как формы организации самостоятельной и групповой работы [8]. Упомянутый заслуживает также информационный портал «Образование на русском», разработанный Государственным институтом русского языка имени А. С. Пушкина для подготовительных факультетов. В их курсах применяются такие технологии, как виртуальный лингвфонный кабинет, интерактивный практикум и построение индивидуальной траектории обучения [9]. Таким образом, мы становимся свидетелями того, как дидактические материалы развиваются и совершенствуются под влиянием новых технологий и становятся привычными для преподавателей и учащихся.

В последнее время большую популярность в Интернете стали набирать социальные сети. В России «ВКонтакте», «Одноклассники», Instagram и Twitter используются не только в личных целях, но и для ведения профессиональной деятельности: обучающие курсы, мастер-классы, марафоны и т.д. Социальные сети также способны симитировать языковую среду для обучающихся через письменную и устную практику с носителями, без необходимости нахождения в стране изучаемого языка.

Благодаря современным интернет-технологиям мы можем не только пользоваться готовыми ресурсами, но и создавать собственные учебные материалы. Например, сайт **Webquest** (<https://webquest.org/>). Он позволяет провести занятие с использованием такой технологии, как «веб-квест». Учащимся предлагается проблема, которую они должны решить в группе, каждой группе даются ссылки на разные аспекты проблемы, тем самым каждая группа видит проблему только с одной стороны. Далее один представитель

группы переходит в другую и рассказывает им о другом аспекте проблемы. Таким образом, у групп начинает сформировываться представление о проблеме, отличное от первоначального. В конце группы совместно с преподавателем формулируют определенные выводы и публикуют это в сети.

Используя данный ресурс на занятиях, мы развиваем у учащихся навыки грамотного поиска и отбора информации:

- отбор текста по заданным параметрам;
- поиск ключевой идеи;
- разграничение основной информации от второстепенной;
- переработка полученной информации с постановкой собственных выводов.

С помощью ресурсов Интернета также можно разрабатывать полноценные учебные интерактивные тренажеры. Такие системы еще называют авторскими или «программами-оболочками». Они позволяют преподавателям самостоятельно создавать интерактивные задания на основе специальных заготовок [10]. Данные программы хоть и созданы с использованием языков программирования, но от пользователей не требуется знания этих языков, так как разработана пошаговая инструкция для потребителей. Примером такой программы является **Hot Potatoes**. Она включает в себя такие виды упражнений как:

- заполнение пропусков;
- установление соответствий;
- кроссворд;
- вопросы с множественным выбором;
- восстановление последовательности.

Единственным минусом этой программы может быть ее установка и первичные настройки для преподавателя.

Quizlet (quizlet.com) – программа, которая заметно облегчает работу преподавателя при работе с новой лексикой. Одним из наиболее эффективных методов запоминания слов остается создание карточек, только теперь процесс стал намного удобнее: преподаватель создает учебный модуль, состоящий из цифровых карточек, на которых представлено само слово, его дефиниция, сопровождающая картинка и проговаривание. Особенность данной программы заключается в том, что преподаватель может делиться ссылкой на модуль с учащимися, которые, в свою очередь, могут дополнять его самостоятельно. А также можно пользоваться готовыми модулями других преподавателей по интересующей вас теме.

Еще одной программой для создания интерактивных упражнений является **Spellmaster** (spellmaster.com). Она имеет следующий набор типов упражнений:

- найти соответствие между словом и выражением (доступно несколько языков);
- соотнести рисунки и толкования для проверки понимания значения слов и выражений;
- проверка орфографии слов;
- игровые задания.

Очевидно, что в Интернете представлен огромный выбор программ, позволяющих преподавателям разнообразить свои уроки. В свою очередь, учащиеся приобретают навыки работы с ИКТ и с интересом выполняют игровые задания. В зависимости от целей, которых хочет достичь преподаватель, он может ограничиться созданием упражнений и карточек, а может пойти дальше и создать свой полноценный учебный веб-сайт. Разместить такие сайты не составит труда, так как это можно сделать в поисковых системах как платно, так и бесплатно.

В заключение можно сказать, что ИКТ открывают большие возможности в сфере преподавания иностранных языков. Нет сомнения, что данное направление является ключевым и будет развиваться в ближайшем будущем. На наш взгляд, наиболее интересными программами на сегодняшний день являются программы-оболочки, позволяющие создавать учебные ресурсы самостоятельно. Стоит также отметить, что печатные учебники тоже не теряют своей актуальности, а меняются в ногу со временем, стараясь отвечать современным требованиям.

На сегодняшний день функции Интернета уже не ограничены хранением большого объема информации и ее передачей на большие расстояния. Цифровое пространство продолжает активно развиваться, предоставляя все больше полезных инструментов для обучения иностранным языкам. Например, уже ставшие для нас привычными электронные учебники, онлайн-курсы, тесты, цифровые библиотеки и виртуальные туры. На этом возможности сети не ограничиваются, каждый день появляются новые технологии, такие как искусственный интеллект, виртуальная реальность и машинное обучение, которые пока не используются в общеобразовательном процессе повсюду, но обладают большим потенциалом, чтобы вывести процесс образования на абсолютно новый уровень.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Барина, Д. О.* Принципы разработки учебных дидактических материалов нового типа при иноязычной подготовке магистрантов инженерного профиля / Д. О. Барина, М. А. Одинокая, А. А. Андреева // Азимут научных исследований: педагогика и психология 2020. – № 3. – С. 197–200.
2. *Никулина, Т. В.* Информатизация и цифровизация образования: понятия, технологии, управление / Т. В. Никулина, Е. Б. Стариченко // Педагогическое образование в России. – 2018. – № 8. – С. 100–110.
3. *Азимов, Э. Г.* Европейская система повышения квалификации преподавателей иностранных языков / Э. Г. Азимов // Русский язык за рубежом. 2009. – № 5. – С. 150–168.
4. Современная образовательная среда [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://neorusedu.ru/about/>. – Дата доступа : 11.03.2021.
5. *Андреева, А. А.* Новые подходы к обучению IT специалистов условиях дистанционного обучения [Электронный ресурс] / А. А. Андреева, Д. О. Барина // Тезисы докладов. Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. Материалы круглых столов: тезисы докладов (Севастополь, 22–26 сентября 2020 года). – Режим доступа : <http://pnroit.code-bit.com/>. – Дата доступа : 11.03.2021.

6. The Impact of Digital Transformation Process of the Russian University [Electronic resource] / ed. B. Katalinic. – Vienna, 2020. – Mode of access : https://www.researchgate.net/profile/Darina-Barinova/publication/347383677_The_Impact_of_Digital_Transformation_Process_of_the_Russian_University/links/5fef4708a6fdccdb81edb80/The-Impact-of-Digital-Transformation-Process-of-the-Russian-University.pdf. – Date of access : 14.03.2021.
7. Руденко-Моргун, О. И. Учим русский самостоятельно и на уроке. Первые шаги: Вводный фонетико-грамматический курс / О. И. Руденко-Моргун, А. Л. Архангельская, А. Н. Аль-Кайси. – М., 2019.
8. Жильцов, В. А. Компьютерное моделирование языковой среды в дистанционном обучении РКИ (уровни А2–В1) / В. А. Жильцов. – М., 2019.
9. Образование на русском [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://pushkininstitute.ru/learn>. – Дата доступа : 05.03.2021.
10. Никулина, Т. В. Информатизация и цифровизация образования: понятия, технологии, управление / Т. В. Никулина, Е. Б. Стариченко // Педагогическое образование в России. – 2018. – № 8. – С. 40–42.

Д. А. Потрохова, А. В. Рубцова (*Санкт-Петербург, СПбПУ*)

ДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭЛЕКТРОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПЛАТФОРМ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

В статье рассматривается смешанное обучение и его реализация на электронных образовательных платформах, на которых возможно размещение авторских курсов по обучению иностранным языкам, созданных как частными репетиторами, так и учебными заведениями. Проведя сравнительный анализ платформ по представленным критериям эффективности, авторы пришли к выводу, что наиболее оптимальным сервисом для преподавания иностранных языков является лингвистическая онлайн-платформа Progressme.

К л ю ч е в ы е с л о в а : смешанное обучение; онлайн-платформа; веб-аудитория; Мудл; Гугл класс; Прогрессми.

The article touches upon blended learning and its implementation on electronic educational platforms where it is possible to place author's courses on teaching foreign languages created by both private tutors and educational institutions. Having analyzed several platforms according to the presented performance criteria, the authors have come to a conclusion that the linguistic online platform Progressme is the most optimal service for teaching foreign languages.

K e y w o r d s : blended learning; online platform; web class; Moodle; Google class; Progressme.

Спрос рождает предложение. Современный рынок требует от будущего специалиста ряд новых компетенций, относящихся к сравнительно новой экосистеме цифровой среды. Все это является результатом запущенного во второй половине XX в. процесса цифровизации, который привел к глубоким и качественным изменениям во всех сферах жизни общества. Образование, как основной инструмент в подготовке будущих специалистов, больше не может опираться на старые принципы и игнорировать современные тенденции.

При обучении современного специалиста важно соблюдать золотое правило дидактики – принцип наглядности. Если мы определим две степени

процесса познания, первая будет заключаться в ощущениях, получаемых от внешнего мира, а вторая – в приобретении знаний об общих правилах, законах и понятиях. Таким образом, мы видим, что принцип наглядности необходим для формирования объективного осознания действительности. Процесс познания формирует образы, процесс обучения их предоставляет. Несмотря на значимость и важность этого принципа, долгое время эту область педагогики можно было считать недостаточно разработанной, однако, современные реалии и технический потенциал компьютерных технологий позволяют нам достичь большего результата от применения принципа наглядности. Особенно актуальным это представляется для обучения иностранным языкам. «Особая роль принципа наглядности в обучении иностранным языкам обусловлена спецификой самого предмета. Язык – это абстрактная знаковая система, отражающая все многообразие реального мира. Принцип наглядности обучения предполагает создание таких условий, в которых овладение знаковой системой языка и формирование умений использовать эту систему происходит с наибольшей эффективностью в результате опоры на ощущения» [1]. Говоря о самих инструментах, дидактический потенциал которых ушел далеко вперед в сравнении с классной доской, можно перечислить виды компьютерных проекций: презентации, видео, диаграммы, интерактивные приложения с выводением на экран и т.д.

Прогресс, цифровизация, рынок задали новый вектор развития и совершенствования системе образования. Новые технические возможности в осуществлении принципа наглядности и интерактивного взаимодействия запустили процесс сочетания с традиционными методами обучения элементов электронного обучения. Это привело к появлению новых моделей обучения: электронное обучение, дистанционное обучение, смешанное обучение [2].

Смешанное обучение – образовательный подход, который совмещает обучение с участием учителя (лицом к лицу) и онлайн обучение [3, с. 806–813]. Смешанное обучение предполагает элементы самостоятельного контроля учеником образовательного маршрута, времени, места и темпа обучения, а также интеграцию опыта обучения с учителем и онлайн [4, с. 25].

Учитель играет важную роль в технологии смешанного обучения, он является примером для учеников в поведении, моделях мышления и способах построения взаимоотношений. Онлайн-среда, как уравнивающий знаменатель, дает учащимся возможность самим контролировать темп, время, образовательный маршрут и место обучения. Все это положительно сказывается на развитии самостоятельности, автономности в обучении и выполнении задач, формировании навыков планирования и контроля. Смешанное обучение не сводится к образовательному процессу, но и готовит будущего специалиста к реальным условиям рынка [5, с. 814–825].

Данное определение указывает на то, что для реализации смешанного обучения необходима физическая аудитория и онлайн-среда. Однако термин *физическая аудитория* не является актуальным с конца 2019 г. с начала пандемии COVID-19. Перед мировым сообществом остро встал вопрос о цифровизации образования.

В целях реализации образовательного процесса на период пандемии были задействованы различные сервисы для организации видеоконференций, такие как: Zoom, Microsoft Teams, Skype и т.д. Данные площадки, функционал которых позволяет всем участникам видеоконференции одновременно задействовать свои веб-камеры и микрофоны, являют собой такое новое явление как *веб-аудитории*.

Веб-аудитории уникальны и просты в использовании. Они не лишают участников образовательного процесса общения в режиме реального времени. В конференциях Zoom и Skype, например, преподаватель может создавать отдельные комнаты внутри одной конференции, тем самым организовывая работу в парах.

Таким образом, мы наблюдаем смену парадигмы. Все необходимые условия для применения технологии смешанного обучения сохраняются, меняются лишь требования к аудитории, в условиях современных реалий она может быть виртуальной.

В рамках обучения иностранным языкам появляется спрос на образовательные онлайн-платформы для преподавания.

Необходимо обозначить критерии успешных образовательных онлайн-платформ:

1. Адаптивная верстка – это способ оформления страниц сайта, при котором ширина макета трансформируется под ширину устройства, что обеспечивает успешное восприятие на различных устройствах [6, с. 9]. Это условие необходимое для любого успешного онлайн-проекта в наши дни. Одним из плюсов смешанного обучения является его технологическая доступность, которая реализуется в адаптивной верстке образовательных онлайн-платформ.

2. Широкий функционал – это набор функций, возможностей, предоставляемых компьютерной программой, библиотекой функций и т.п. [7, с. 20]. Сконцентрированность данных положительно влияет на продуктивность и мотивацию обучающихся. Отпадает нужда в использовании сторонних ресурсов и дополнительных временных затратах. В контексте лингвистических платформ это означает, что обучающийся может использовать специализированный сайт для работы на уроке, выполнения домашнего задания, работы со словарем, заметками и т.п.

3. Геймификация – применение для прикладного программного обеспечения и веб-сайтов подходов, характерных для компьютерных игр, в неигровых процессах с целью привлечения пользователей и потребителей, повышения их вовлеченности в решение прикладных задач, использование продуктов, услуг [8]. Онлайн-упражнений, в которых нужно вписать правильный ответ, недостаточно для эффективной в обучении лингвистической онлайн-платформы нового поколения.

4. Уникальность знаний – возможность создания авторских курсов, тестов и мониторинга по специальным критериям оценивания. Доступность на платформе курсов общего пользования, составленных квалифицированными зарубежными преподавателями. Обмен материалами, идеями и стратегиями обучения положительно сказывается на качестве образования. Нет

нужды ехать в большой город или другую страну, чтобы послушать лекции конкретного преподавателя. Все есть на платформе, все доступно в любое время и на любом устройстве.

5. Легкость использования – современный IT-рынок доказал, что ключом к успеху у продуктов, предназначенных для массовой эксплуатации, является интуитивность в использовании. Приветливый и минималистичный интерфейс может расположить к себе пользователя и предотвратить рассеивание его внимания.

Рассмотрим три самых известных на территории России и СНГ онлайн-платформы для образования.

Moodle – система управления курсами, также известная как виртуальная обучающая среда. Moodle может использоваться для разработки и отдельных электронных курсов, и целых образовательных сайтов [9, с. 146; 10, с. 292]. При создании отдельных сайтов такие критерии, как адаптивная верстка и легкость использования будут зависеть от разработчиков сайта. Moodle-продукт 2002 г., существует мнение о том, что дизайн и интерфейс во многом устарели, однако Moodle неизменно остается одним из самых популярных ресурсов для размещения авторских курсов.

Google Classroom – веб-сервис который призван упростить создание, распространение и оценку заданий безбумажным способом. Основная цель Google Класс – упростить процесс обмена файлами между учителями и учениками [11]. Google Classroom является сочетанием разных инструментов Google, таких как Google Disk, Forms, Slides и т.д.

Progressme – узконаправленная лингвистическая платформа для онлайн-преподавания. Виртуальные классы с интерактивными упражнениями разработаны специально для каждого из аспектов языка: аудирования, чтения, письма и говорения. Платформа имеет интуитивный современный интерфейс и является одной из самых популярных для обучения языкам на территории России и СНГ.

Все из перечисленных выше платформ доступны для пользования как образовательным организациям, так и частным репетиторам. Moodle и Google Classroom являются бесплатными сервисами, в то время как Progressme имеет свои тарифы.

Результаты сравнения платформ по описанным критериям представлены в таблице.

Результаты сравнительного анализа эффективности образовательных онлайн-платформ

	Moodle	Google Classroom	Progressme
Адаптивная верстка	✓	✓	✓
Широкий функционал	✗	✓	✓
Геймификация	✗	✗	✓
Уникальность знаний	✓	✓	✓
Легкость использования	✗	✓	✓

В рамках исследования было установлено, что платформа Progressme отвечает всем заявленным критериям эффективности образовательной онлайн-платформы. Это делает ее актуальным сервисом для обучения иностранным языкам. Важно понимать, что рынок непрерывно растет, его новые продукты способны изменять или создавать новые критерии. Это положительная тенденция, так как интеграция большего количества электронных ресурсов в обучение необходима современной системе образования.

Progressme является качественным продуктом, ее текущий статус востребованной лингвистической онлайн-платформы создает потребность изучить ее более детально в рамках дальнейших исследований.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Кочергин, И. В.* Методологические основы и проблемы применения принципа наглядности в обучении китайскому языку [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.asiology.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=168:teachingchinese&catid=92:newreceived&Itemid=29. – Дата доступа : 10.02.2021.
2. *Петухова, Е. И.* Информационные технологии в образовании / Е. И. Петухова // Успехи современного естествознания. – 2013. – № 10. – С.41–49.
3. Blended learning as the basis for software design / N. Almazova [et al.] // Annals of DAAAM and Proceedings of the International DAAAM Symposium. – 2019. – 30(1). – С. 806–813.
4. *Андреева, Н. В.* Шаг школы в смешанное обучение / Н. В. Андреева, Л. В. Рождественская, Б. Б. Ярмахов. – М., 2016 – 25 с.
5. Blended learning model in the innovative electronic basis of technical engineers training / N. Almazova [et al.] // Annals of DAAAM and Proceedings of the International DAAAM Symposium, 2019, 30(1), с. 814–825.
6. *Shah, M. K.* Responsive web development using the twitter bootstrap framework/ М. К. Shah. – Турку, 2015. – 9 с.
7. *Рузанова, Н. С.* Информационная система обеспечения организационной деятельности динамично развивающегося университета / Н. С. Рузанова // Информационные технологии. – 2003 г. – 20 с.
8. *Popkin, H.* FarmVille invades the real world, MSNBC [Электронный ресурс] / Н. Popkin. – Режим доступа : http://www.msnbc.msn.com/id/37451547/ns/technology_and_science-tech_and_gadgets/. – Дата доступа : 01.02.2021.
9. *Андреев, А. В.* Практика электронного обучения с использованием Moodle [Текст] / А. В. Андреев, С. В. Андреева, И. Б. Доценко. – Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2008. – 146 с.
10. *Анисимов, А. М.* Работа в системе дистанционного обучения Moodle : учеб. пособие [Текст] / А. М. Анисимов. – 2-е изд., испр. и доп. – Харьков : Изд-во ХНАГХ, 2009. – 292 с.
11. Classroom HELP, Google Groups. [productforums.google.com](https://support.google.com/edu/classroom). – Режим доступа : <https://support.google.com/edu/classroom>. – Дата доступа : 11.02.2021.

А. С. Газова, А. Д. Михайлова, Е. А. Крылова (Санкт-Петербург, СПбПУ)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ ПРИЕМОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ДИАЛОГОВОЙ РЕЧИ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА КАК ИНОСТРАННОГО

Статья посвящена интерактивным приемам обучения, а также целесообразности их использования при обучении диалоговой речи. К ознакомлению предлагаются основные характеристики интерактивного обучения иностранным языкам, необходимые условия его реализации. Дается определение диалогической речи. Рассматриваются наиболее часто используемые интерактивные приемы. Среди них выделяются приемы, более эффективно справляющиеся с отработкой навыков диалогической речи.

К л ю ч е в ы е с л о в а: диалоговая речь; интерактивные приемы; интерактивное обучение; говорение; иноязычная коммуникация.

The article is devoted to interactive methods and the efficiency of their usage in teaching dialogical speech. The paper considers the main characteristics of interactive teaching of foreign languages and the necessary conditions of their implementation. The definition of dialogical speech is defined. The most frequently applied interactive techniques are listed alongside with the most effective methods of development of dialogical speech skills.

Key words: dialogical speech; interactive methods; interactive teaching; speech development; foreign language communication.

Главная цель любого урока иностранного языка в целом и русского языка как иностранного в частности – это овладение учениками иноязычной коммуникацией. В этой связи говорение играет не последнюю роль в образовательном процессе, так как является одним из важнейших аспектов развития иноязычной коммуникативной компетенции. Система образования находится в постоянном поиске все новых методов и приемов, создающих более динамичные и нестандартные условия для отработки говорения. К таким приемам относится и интерактивное обучение, призванное активизировать иноязычный образовательный процесс и повысить мотивацию студентов.

Целью работы является исследование основных интерактивных приемов, а также их продуктивности при обучении диалоговой речи на уроках русского языка как иностранного.

Актуальность исследования состоит в том, что интерактивные приемы – это современный, постоянно развивающийся сегмент методики, успешно применяемый в рамках занятий по иностранному языку. Более детальное рассмотрение всех граней данных приемов применительно к обучению диалоговой речи позволит выявить наиболее полезные и целесообразные упражнения, а также, возможно, улучшить их в рамках обучения.

Существует несколько точек зрения на понятие *интерактивные приемы*. С одной стороны, это приемы, вовлекающие в учебный процесс непрерывное взаимодействие учащихся друг с другом, а также с преподавателем [1]. С другой стороны, некоторыми исследователями интерактивные приемы приравниваются к современным технологиям, включающим в себя исполь-

зование компьютера, электронных ресурсов, аудио- и видеоматериалов и т.д. [2]. В данном исследовании мы, прежде всего, будем опираться на определение интерактивных приемов как особой формы организации образовательного процесса, которая, безусловно, может включать различные электронные средства, однако не требует их обязательного использования.

Стоит отметить, что главная особенность интерактивных приемов – индивидуализация учебного процесса, которая дает возможность полного, непрерывного и всестороннего развития личности студентов во время обучения. Также интересно и распределение ролей при использовании интерактивных приемов: учителю отводится не руководящая и контролирующая функция, а созидательная и организационная роль: он несет ответственность за то, каким образом будет построена коммуникация между учащимися, какие действия необходимо выполнить для того, чтобы она успешно состоялась и имела эффективный, и в то же время творческий результат [3].

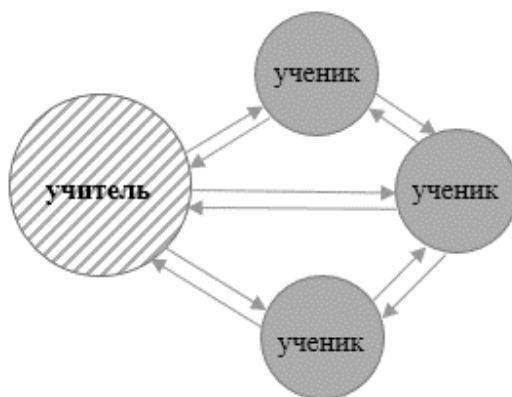
Студенты, напротив, получают больше свободы взаимодействия, в результате которого происходит взаимное обучение, иначе говоря, передача знаний друг другу [4]. В идеальной системе такое взаимодействие студентов не только приводит к умственному и коммуникативному развитию, но также учит их систематизировать полученные знания и впоследствии обучаться уже самостоятельно.

Немаловажный аспект интерактивного обучения состоит в том, что такая форма организации урока активизирует вовлеченность учащихся в учебный процесс, повышает их мотивацию к дальнейшему развитию, что играет огромную роль в успешности запоминания материала. Вместе с интересом к предмету (в нашем случае это русский язык как иностранный) повышается и конкуренция среди студентов, что в свою очередь вновь подключает дополнительные механизмы мотивации [1]. Более того, несмотря на увеличение конкуренции, интерактивные приемы предусматривают сохранение равенства и уважительных отношений в классе или группе, так как учащиеся не просто передают друг другу знания – интерактивное обучение основывается также и на вовлечении личного опыта каждого из участников коммуникации, их мыслей, мнения на тот или иной счет. Конечно, подобные условия могут создавать некоторые противоречия или споры на занятиях, однако это еще один повод установить доверительные отношения между участниками коммуникации и подтолкнуть их к тому, что способность взаимодействовать друг с другом – это немаловажный аспект, которому также необходимо научиться для использования этих навыков в реальной жизни [5].

Анализ отечественных исследований (А. В. Ковалева, С. С. Кашлев, Н. А. Суворова и др.), а также вышеупомянутые положения позволили нам выделить ключевые характеристики интерактивного обучения, оказывающие существенное влияние на активизацию учебного процесса: 1) коммуникация должна осуществляться не только между учителем и учеником, но и между учениками; 2) на занятии должна быть создана доброжелательная атмосфера, а между преподавателем и студентами – доверительные отношения; 3) в процессе общения упор делается не только

на обмен информацией, но и на равномерное распределение обязанностей, а также на передачу опыта каждого из участников коммуникации [6]. Все эти элементы необходимы для успешной организации интерактивного обучения.

Сущность интерактивного обучения можно наглядно представить на следующем рисунке:



Прежде, чем обратиться непосредственно к интерактивным приемам в обучении русскому языку как иностранному, необходимо также затронуть и само говорение как вид речевой деятельности. Как уже было упомянуто ранее, в данной работе будет рассматриваться именно диалогическая речь как форма говорения.

Диалогическая речь включает в себя взаимодействие двух или более лиц, что очень тесно перекликается с самой идеей интерактивного обучения. Она состоит из четырех фаз: 1) побудительно-мотивационной (наличие цели и побуждения, мотивирующих человека высказаться); 2) аналитико-синтетической (процесс внутреннего оформления высказывания); 3) исполнительной (воспроизведение высказывания вслух); 4) контролирующей (осуществление контроля ошибок и неточностей высказывания) [7]. Далее цикл фаз повторяется уже у другого участника коммуникации, и таким образом ведется диалог.

Диалоговая речь – один из важнейших аспектов для развития иноязычной коммуникативной компетенции, и в силу своей специфики интерактивные приемы развивают его как нельзя лучше. Рассмотрим основные приемы, которые выделяют различные исследователи в рамках интерактивного обучения. Среди них можно отметить следующие: 1) задания творческого характера; 2) задания на групповую работу; 3) ролевые игры; 4) проектная деятельность; 5) дискуссия; 6) дебаты; 7) анализ кейсов; 8) мозговой штурм; 9) кластер; 10) аквариум; 11) снежный ком и другие [8]. Однако не все из этих приемов могут использоваться в процессе обучения говорению, в особенности диалоговой речи. Такие исследователи, как Т. С. Панина, вообще ограничивают этот список дискуссионными и игровыми методами [9]. С нашей же точки зрения, перечень приемов может быть значительно увеличен. Ознакомимся с наиболее подходящими для развития диалоговой речи интерактивными приемами подробнее.

В первую очередь рассмотрим такую интересную форму, как творческие задания. Это прием организации образовательного процесса, имеющий наиболее сильный мотивационный отклик со стороны учащихся. Творческие

задания на уроках иностранного языка действительно повышают интерес к предмету и активизируют речевые способности студентов, однако есть некоторые сомнения относительно того, насколько данная форма подходит для реализации и оттачивания именно диалога, так как сама цель подобных упражнений – не речевой навык, а проявление нестандартного мышления и креативности. Кроме того, стоит отметить, что на основе творческого задания более целесообразно тренировать монологическую речь.

То же можно сказать и про проектную деятельность. Безусловно, в процессе подготовки проекта на определенную тему студенты будут непрерывно взаимодействовать между собой, готовить материал, советоваться друг с другом, подбирать необходимую информацию и обсуждать возможные варианты ее представления. Однако результатом такой работы все равно выступит презентация готовой работы, в процессе которой большее внимание будет уделяться именно монологической речи.

Задания на *групповую работу* – наиболее популярная форма организации интерактивного обучения на данный момент. Она не требует огромного количества дополнительных ресурсов и технологий, реализуется достаточно просто и при этом задействует говорение на уроке [4]. С точки зрения тренировки диалоговой речи подобный прием может работать, если групповое задание представлено в устной форме и при этом направлено на обсуждение определенной тематики. Здесь стоит отметить, что тематическое групповое задание напоминает более подходящие для обучения говорению дискуссии и мозговые штурмы. Познакомимся с этими приемами ближе.

Учебная дискуссия – организованное обсуждение конкретной темы или проблематики на занятии. Важно обратить внимание на то, что данный прием довольно непросто в плане реализации: куда бы не зашло обсуждение учеников, у дискуссии должен быть конкретный, определенный преподавателем вывод, результат. Иначе говоря, проводя занятие в таком формате, учителю необходимо быть особенно внимательным, управлять коммуникацией и направлять ее в нужное русло, где это необходимо. Что касается непосредственно нашего исследования, дискуссия прекрасно подходит для тренировки диалогической речи, так как охватывает всех участников коммуникации и заставляет каждого высказать свою точку зрения на тот или иной счет.

Похожим образом работают и такие приемы, как дебаты и мозговой штурм. И тот, и другой прием делают упор на диалогическую речь, кроме того, и в том, и в другом случае существует некая тематика, которая повышает мотивацию учащихся, привлекает их интерес и заставляет поделиться своим опытом и мыслями с остальными. Различие данных приемов заключается в том, что *дебаты* включают в себя противостояние двух противоположных точек зрения. Обычно в рамках дебатов одна группа высказывает свои аргументы за какое-либо высказывание, другая – против нее. Безусловно, здесь задействуется и монологическая речь, однако в процессе подбора аргументов за или против внутри групп происходит то самое необходимое для развития навыков диалогической речи взаимодействие, которое впоследствии презентуется одним из участников в уже форме монолога.

Мозговой штурм представляет собой обсуждение решения какой-либо проблемы. Здесь, в отличие от двух предыдущих приемов, отработка диалогической речи происходит моментально – как такового подготовительного этапа в рамках этого приема не предполагается. Иными словами, дискуссия начинается сразу, и участники коммуникации должны предложить свои идеи для решения той или иной проблемы и выбрать наиболее эффективные из представленных. Мозговой штурм также чем-то напоминает разбор кейсов, только в этом случае на обсуждение выносятся уже не четко сформулированная проблема, а ситуация, проблематику которой сначала необходимо отыскать.

Ролевые игры – еще один невероятно популярный интерактивный прием, который чаще всего используется преподавателями иностранного языка на своих занятиях. Ролевые игры очень легко применять, при этом они положительно влияют на множество аспектов образовательного процесса. Во-первых, ролевая игра идеально подходит для обучения диалогу практически по любой тематике. Ученики получают определенную функцию, социальную роль, согласно которой им необходимо действовать. Во-вторых, ролевые игры могут использоваться как на основе речевого образца или шаблона, так и в свободной форме – здесь все зависит лишь от задачи конкретного упражнения, темы урока и уровня учащихся. В-третьих, несмотря на то, что студенты несколько ограничены своей ролью, это не сдерживает их творческий потенциал, а наоборот, позволяет свободнее чувствовать себя внутри выдуманного характера, использовать различные клише, задействовать юмор, свой личный опыт и даже актерские способности.

Кластер и *снежный ком* также чем-то напоминают мозговой штурм. Первый прием предполагает поиск и обсуждение ключевых слов, моментов и проблем по определенной теме. Успешность его реализации в рамках тренировки диалоговой речи в данном случае зависит от преподавателя и того, каким образом он организует кластер. Диалоговая речь будет отработана в том случае, если данный прием по форме будет ближе к уже упомянутому выше мозговому штурму для того, чтобы задействовать в обсуждении всех учеников. Второй прием заключается в поиске уже не проблем, а подтем и ассоциаций, а также их последующее обсуждение.

Для отработки диалоговой речи целесообразно использовать «*аквариум*». Он предполагает организацию деловой игры, в рамках которой несколько участников обыгрывают ситуацию, а остальные наблюдают за ней, а в последствии анализируют ее. Данный прием совмещает в себе черты ролевой игры и различных форм дискуссии и успешно активизирует диалоговую речь на уроке.

На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы: во-первых, интерактивные приемы отлично подходят для обучения такому важному аспекту речи, как говорение, так как повышают интерес учащихся к предмету, увеличивают мотивацию к учебе, индивидуализируют учебный процесс и развивают не только иноязычную коммуникативную компетенцию, но и внимательность, самостоятельность и общительность

учащихся. Во-вторых, для более успешного и эффективного развития навыков диалогической речи целесообразно использовать следующие интерактивные приемы обучения: ролевая игра, групповая работа, дебаты, дискуссия, мозговой штурм и аквариум.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ковалева, А. В. Интерактивные педагогические технологии при обучении иностранных учащихся лексике русского языка : автореф. дис. ... канд. пед. наук : А. В. Ковалева ; Госуд. ин-т русского языка им. А. С. Пушкина. – М., 2015. – 24 с.
2. Харханова, Г. С. Интерактивные методы обучения как средство формирования мотивации конфликта у школьников : автореф. дис. ... канд. пед. наук : Г. С. Харханова. – Калининград, 1999. – 21 с.
3. Кашлев, С. С. Технология интерактивного обучения / С. С. Кашлев. – Минск : Белорусский верасень, 2015. – 176 с.
4. Мамонова, Л. Ю. Использование интерактивного подхода к обучению говорению на уроках английского языка в средней школе / Л. Ю. Мамонова // Молодой ученый. – 2016. – № 7.5 (111.5). – С. 57–58.
5. Мясоед, Т. А. Интерактивные технологии обучения: спец. семинар для учителей / Т. А. Мясоед. – М. : ВЛАДОС, 2004. – 82 с.
6. Суворова, Н. А. Интерактивное обучение: новые подходы / Н. А. Суворова. – М. : Академия, 2015. – 167 с.
7. Лаухина, Е. В. Интерактивные методы обучения говорению на уроках английского языка в основной школе / Е. В. Лаухина // Стратегии интернационализации в иноязычном образовании : материалы и доклады междунар. конф. – Самара : Изд-во Самарского ун-та, 2017. – С. 90–95.
8. Харлова, Н. М. Использование интерактивных технологий при обучении русскому языку как иностранному / Н. М. Харлова // Вестн. Шадрин. госуд. пед. ун-та. – 2017. – С. 95–98.
9. Вавилова, Л. Н. Современные способы активизации обучения / Л. Н. Вавилова. – М. : Издат. центр «Академия», 2008. – 176 с.

А. В. Макаrchук (Санкт-Петербург, СПбПУ)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО КЕЙСА ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ РУССКОМУ ЯЗЫКУ (направление подготовки «Лингвистика»)

Статья посвящена особенностям внедрения исследовательского кейс-метода при обучении иностранных студентов русскому языку как иностранному. В работе представлены модели кейса на примере дисциплины «Теория и методика обучения РКИ», которые выступают эффективным средством повышения продуктивности учащихся и развития коммуникативной, лингвометодической, а также универсальных компетенций.

К л ю ч е в ы е с л о в а : кейс-технология; РКИ; проблемная ситуация; исследовательский кейс; методика обучения; иностранные студенты.

The article is devoted to the peculiarities of using the research case method when teaching foreign students Russian as a foreign language. The following work presents case models

developed on the base of the discipline “Theory and methodology of teaching RCTs”. They are considered to be the effective means of increasing the productivity of students and the development of communicative, linguistic, and methodological, as well as universal competencies.

Key words: case method; RCT; problem situation; research case; methods of teaching; foreign students.

В современной методике преподавания русского языка как иностранного (далее РКИ) основополагающее место занимает развитие коммуникативной компетенции учащихся, которая заключается в умении говорить и слушать в различных коммуникативных ситуациях. Также в процессе речевой деятельности происходит развитие свободного мышления, долговременной памяти и иных психических процессов, которые активизируют когнитивную деятельность учащегося. В рамках российского образования для развития необходимых навыков и умений, раскрытия способностей и совершенствования коммуникативной компетенции наиболее актуальными и эффективными представляются *интерактивные методы обучения* (круглый стол, деловая игра, тренинги, компьютерное моделирование, кейс-технологии и др.). Внедрение таких методических приемов считается продуктивным, поскольку они способствуют реализации на практике *проблемно-ситуативного обучения*, позволяющего формировать у бакалавров и магистров гуманитарных направлений ключевые универсальные и общепрофессиональные компетенции. Среди них выделяются: развитие лидерских качеств и организаторских способностей, системного и критического мышления, способностей к разработке собственных проектов, формирование межкультурной компетенции [1, с. 93].

Наименее изученным и наиболее перспективным методом компетентностного подхода считается использование **кейс-технологий** (англ. case study ‘исследование, анализ случая’), которая была впервые использована в Гарвардском университете и на данный момент применяется во многих вузах США и постепенно внедряется в гуманитарную и естественно-научную сферы [2]. В рамках методики преподавания РКИ использование кейс-технологий придает обучению проблемный характер и позволяет формировать не только личностные, но и профессиональные навыки студентов и педагогов с учетом выбранного направления подготовки, интересов, стиля поведения и индивидуально-психологических особенностей. Их особенностью является развитие *междисциплинарных умений*, требующих знаний в разных научных областях, а для успешного решения проблемной ситуации необходимо сформировать высокий уровень владения *soft skills* (социальные, психологические, эмоциональные и другие навыки, которыми человек пользуется для решения разных проблем). Также в ходе работы над кейс-технологиями реализуются основы *продуктивного подхода* в обучении иностранному языку (например, развитие продуктивной образовательной деятельности иностранных студентов, нацеленность на создание личностного образовательного продукта, использование в учебном процессе продуктивных лингводидактических технологий) [3].

Основываясь на существующих подходах к определению понятия *кейс-технология*, можно охарактеризовать данный метод как «форму, в основе которой лежит изучение, анализ, всестороннее рассмотрение проблемы, которая является актуальной для данной группы обучающихся» [4, с. 26]. В процессе изучения проблемной ситуации учащиеся пытаются найти оптимальное решение в контексте быденно-житейской или профессиональной сфер, опираясь на личностный опыт, ценности, кругозор и профессиональные навыки. В процессе активной творческой и познавательной деятельности иностранные студенты лучше усваивают не только языковые аспекты языка, но и все виды речевой деятельности, а также умение мыслить на иностранном языке. К ключевым преимуществам и особенностям применения метода кейс-технологий можно отнести: активное участие учеников в процессе обучения; создание проблемной ситуации, приближенной к реальной жизни; многоальтернативность решений (реализация творческого потенциала студентов); практическая значимость результатов (дальнейшее использование в профессиональной деятельности). Именно эти свойства технологии делают ее особенно продуктивной при обучении иностранных студентов русскому языку как иностранному [5].

В зависимости от цели, объема материала и методической части выделяются несколько разновидностей кейс-технологий, среди которых можно отметить: 1) вопросный кейс и кейс-задание; 2) краткий, средний и объемный кейсы; 3) учебные и исследовательские кейсы. Использование учебного кейса предполагает описание реальных событий с целью детального обсуждения и изучения аспектов и положений конкретной дисциплины. В отличие от него исследовательские кейс-технологии предназначены для более глубокого дескриптивного анализа ситуации, в результате которого студенты подтверждают существующие гипотезы либо предлагают собственный вариант решения. Данная разновидность кейса является более эффективной и трудоемкой, так как подразумевает совершенствование общих познавательных умений (анализ, установление причинно-следственных связей, выстраивание логической цепочки) равно как и формирование профессиональной компетенции и академической грамотности. Обучая иностранных студентов русскому языку, в систему кейса включаются ситуации, которые приближены к тематике дисциплины и включают в себя совершенствование языковых, речевых умений, а также формирование педагогических навыков (в рамках дисциплины «Теория и методика преподавания русского как иностранного»).

Использование кейс-технологии в обучении иностранных учащихся русскому как иностранному предполагает наличие следующих этапов ее реализации:

1. Знакомство с конкретным случаем (проблемной ситуацией, возникающей в ходе рассмотрения теоретических и практических вопросов методики преподавания).

2. Сбор необходимой информации (поиск решения проблемы, обработка и оценка информации, умение работать с научной и методической литературой в рамках направления «Лингвистика»).

3. Обсуждение возможных альтернативных решений (решение поставленной задачи в ходе дискуссии, обмена мнениями, а также развитие творческого мышления) [5].

Для более успешного выполнения исследовательского кейса и повышения мотивации иностранных учащихся необходимо тщательно продумать материал кейса. Во-первых, он должен быть профессионально-ориентированным, позволяя студентам внести свой вклад в рассмотрение данного вопроса. Интересный и полезный материал стимулирует участие в общей дискуссии и развивает профессиональные навыки (в данном случае, навыки эффективного преподавания РКИ). Во-вторых, исследовательский кейс должен включать в себя пассивное овладение основными грамматическими конструкциями, идиомами, терминами, синтаксическими структурами, которые являются актуальными и обязательными к усвоению согласно учебно-методическому плану и требованиям к изучаемой дисциплине. В-третьих, на последнем этапе анализа проблемной ситуации следует провести дискуссию в формате выступлений каждой группы учащихся (либо индивидуально) с целью демонстрации полученных результатов. Таким образом, иностранные студенты совершенствуют навыки грамматической и смысловой связей высказывания на иностранном языке (*когезия*) и учатся обосновывать собственную точку зрения.

Приведем примеры исследовательских кейсов, которые требуют от иностранных студентов знаний специфики профессиональной сферы (методики преподавания РКИ) и достаточно высокого уровня владения русским языком (рис. 1, 2). Разработанные кейсы основываются на заданиях, расположенных в практикуме по методике преподавания РКИ Н. В. Боронниковой [6].

Тема: “Обучение фонетике”, “Фонетические процессы”

Кейс: “Фонетические ошибки в речи иностранных студентов”

Ситуации:

А) В речи англичанина, плохо говорящего по-русски, слышится примерно следующее: [мэ́н]já зову́т боб].

В) Узбеки на начальном этапе часто произносят, дуружба вместо дружба, туворческий вместо творческий, верема вместо время, геде вместо где, отпуска вместо отпуск, жизин (или жиз) вместо жизнь, и т.п.

Ключевые задания:

1. Какие фонетические законы нарушаются иностранцами?
2. Какие артикуляционные рекомендации Вы могли бы дать (примеры фонетических упражнений)?
3. Каким образом узбеки прочитают слова птица, свобода?
4. Каковы причины возникновения фонетических трудностей у носителей английского и узбекского языков?
5. Приведите сопоставительную характеристику фонетических систем а) английского и русского б) узбекского и русского языков.

Глоссарий:

Рассмотреть основные понятия:

фонетика, фонема, фонетический навык, артикуляционный уклад, фонетический минимум.

Изучить: **принципы обучения фонетике, основные фонетические группы (3), фонетические упражнения, этапы формирования фонетического навыка.**

Справочная литература:

1. Практическая методика (Л.С. Крючкова, Н.В. Мошинская)
2. Русский язык как иностранный: фонетика (Н.Б. Битехтина, В.Н. Климов)
3. Современный русский язык. Фонетика (М.В. Панов)

Рис. 1. Кейс в обучении фонетике

Представленный кейс на рис. 1 состоит из двух проблемных ситуаций, к которым разработаны ключевые задания, направленные на исследование и глубокий анализ фонетического аспекта системы русского языка. Также, для успешного выполнения кейса и его последующей дискуссии предлагаются для рассмотрения и изучения основополагающие термины и принципы, которые стимулируют развитие профессиональной компетенции иностранных студентов и расширяют знания методики преподавания РКИ. В дополнение к кейсу предлагаются практикумы по обучению фонетике, в которых содержится необходимая информация для анализа и составления рекомендаций и фонетических упражнений.

Тема: “Обучение говорению” (монологическая и диалогическая речь)

Кейс: “Упражнения для инициирования говорения”

Ситуации:	Глоссарий:
А) Ты на почте. Стоит очередь, а ты спешишь. Убеди пропустить тебя без очереди. В) Согласитесь или поспорьте. Приведите аргументы. 1) В семье должно быть много детей. С) Прочитайте текст. Задайте вопросы друг другу и ответьте на них: <u>Где</u> живут родители Павла? В каком доме они раньше жили? ... А где вы <u>живёте</u>?.. Ключевые задания: 1. Какие из перечисленных установок наиболее продуктивны? Почему? 2. Определите, к какому типу речевых ситуаций относится каждый пример. В какой сфере общения применяются данные речевые образцы? 3. Сравните приведенные выше установки на развитие коммуникативных навыков (достоинства и недостатки). Составьте языковые упражнения, которые бы мотивировали использование подобных речевых образцов.	Рассмотреть основные понятия: говорение, диалогическая речь, монологическая речь, речевая ситуация и ее разновидности, речевой минимум, речевой образец, тематика общения (сфера), коммуникативные навыки. Изучить: принципы диалогической и монологической речи, основные этапы и методы работы над говорением, основные виды упражнений по говорению. Справочная литература: 1. Практическая методика (Л.С. Крючкова, Н.В. <u>Мошинская</u>) 2. Основы коммуникативной методики обучения иноязычному общению (Е.И. Пассов) 3. Обучение устной речи на иностранном языке (<u>И.В. Рахманов</u>)

Рис. 2. Кейс в обучении говорению

Следующий кейс, представленный на рис. 2, разработан с целью развития у иностранных студентов навыков говорения, а также способов мотивации учащихся к осуществлению продуктивной речевой деятельности. В качестве проблемных ситуаций предлагаются упражнения для инициирования диалогической и монологической речи. В рамках исследовательской части работы размещены вопросы и задания, которые требуют знаний основных терминов, видов речевых ситуаций, упражнений по говорению, а также тематики и сферы общения (рис. 2). Таким образом, иностранные студенты развивают навыки сопоставительного анализа, учатся разрабатывать упражнения для развития коммуникативных навыков, используя необходимую терминологию и демонстрируя научно-исследовательский потенциал.

Вышеперечисленные исследовательские кейсы тематически связаны с планом учебной дисциплины и позволяют в процессе исследования и анализа проблемной ситуации сформировать у студентов методическую компетенцию, овладеть терминологической базой, развить коммуникативные навыки, а также сформировать критическое мышление. В связи с высокими временными затратами и повышенными требованиями как к педагогу, так и к иностранным студентам, данная разновидность кейса предполагает наличие не только сформированной языковой и методической баз знаний, но и дополнительных внеаудиторных часов для самостоятельного изучения и подготовки выступления с целью демонстрации полученных результатов.

Таким образом, кейс-технология в обучении иностранных студентов становится эффективным средством развития универсальных и узкоспециализированных компетенций в процессе обучения русскому как иностранному. Она повышает мотивацию учащихся, расширяет кругозор и развивает критическое мышление, а также реализует на практике компетентностный подход. Благодаря данному педагогическому методу студенты могут не только продемонстрировать результаты исследования, но и выявить существующие проблемы и ошибки языкового и профессионального характера. В ходе разработки кейсов необходимо учитывать не только уровень владения языком, но и возможность применения полученных знаний и результатов в профессиональной и научно-исследовательской деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рубцова, А. В. Методическая модель продуктивного иноязычного образования: реновация академических ресурсов / А. В. Рубцова, Н. И. Алмазова, Ю. В. Еремин // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. – 2018. – № 3. – С. 87–99.
2. Абдурахманова, Э. Ю. Использование метода case-study при преподавании русского языка как иностранного / Э. Ю. Абдурахманова // Экология языка и коммуникативная практика. – 2017. – № 3. – С. 146–151.
3. Рубцова, А. В. Продуктивное обучение русскому языку как иностранному в высшей школе: практическая реализация и перспективы развития / А. В. Рубцова // Иностранный язык и культура в контексте образования для устойчивого развития ПГУ. – 2019. – С. 97–102.
4. Шутяк, М. Кейс-метод на уроках русского языка как иностранного и неродного / М. Шутяк // Сб. научн. ст. молодых ученых АГПУ. – 2017. – С. 25–29.
5. Федяева, Е. В. Методические рекомендации по использованию кейс-технологии на занятиях по русскому языку как иностранному (на примере кейса «Путешествие мечты») / Е. В. Федяева // Инновационная образование и экономика. – 2015. – № 18. – С. 35–37.
6. Боронникова, Н. В. Практикум по методике преподавания русского языка как иностранного: методические рекомендации и задания / Н. В. Боронникова. – Пермь : Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2019. – 55 с.

S. A. Rubtsova (*Санкт-Петербург, СПбПУ*)

PRODUCTIVE LINGUODIDACTIC TECHNOLOGY AS THE BASIS OF FOREIGN LANGUAGES EDUCATION IN MULTIDISCIPLINARY UNIVERSITY

В статье определяются сущностные характеристики продуктивной лингводидактической технологии развития иноязычной речи студентов в условиях высшего профессионально-ориентированного иноязычного образования в многопрофильном вузе. Рассматриваются принципы, целевые установки, компоненты и содержание обучения иноязычной коммуникации студентов на основе продуктивной лингводидактической технологии.

К л ю ч е в ы е с л о в а: продуктивная лингводидактическая технология; коммуникация; речь; профессионально ориентированное иноязычное образование; методология; высшее образование.

The article examines the essential characteristics of the productive linguodidactic technology developing students' skills of communication in a foreign language in the context of higher professionally oriented foreign language education in multidisciplinary university. The principles, target settings, components and content of teaching foreign language communication on the basis of productive linguodidactic technology are considered.

Key words: productive linguodidactic technology; communication; speech; professionally oriented foreign language education; methodology; higher education.

Implementation of the productive approach in the process of foreign language education in higher school determines, in the opinion of many scientists, the development of its technological component, which is the main aspect of the methodology of productive foreign language learning [1].

The developed and theoretically substantiated concept of the productive linguodidactic technology within the framework of the productive approach requires, in our opinion, further improvement and its practical implementation in the system of professionally oriented foreign language education.

Productive linguodidactic technology (PLT) is a systemic organization of the educational process, a form of upbringing professionally oriented foreign language education, carried out by a student in autonomous form. Foreign language acquisition within the productive linguodidactic technology is based on the creative activity of the individual and reflexive self-esteem during the foreign language text production and is an effective means of professional and personal growth of a student [2, с. 5].

The main positions of teaching foreign language within the framework of PLT include the principle of the development of autonomous educational activity of the student and modular form of learning, which in general serves the personal development of students, their self-determination and self-realization that are the key criteria for the productivity of the educational process [3, с. 5].

Thus, the principle of modularity reflects the conceptual ideas of modular learning. In relation to foreign language education at a university, it is associated with the use of training modules in the learning process of the foreign language as the main effective means of the foreign language acquisition. In addition, this principle ensures individualization of the educational process, since it

reflects the factor of variability of the content of the foreign language training and the methods of its acquisition, depending on the level of the student's language proficiency, implementing in the model of an individual educational trajectory.

In this regard, it should be emphasized that the principal goal of PLT is the trend of individualization in the foreign language methodology at a university and creation the most comfortable conditions for the student's personality development. This aim can be achieved by the variability and flexibility of the learning content, adaptation of the linguodidactic system to the individual needs of students and to the level of their basic language proficiency by developing individual training programs implemented in autonomous form.

We note that, in the context of the productive approach, foreign language acquisition is a consecutive design of the productive foreign language educational activity of students learning a foreign language and their independent movement through the main stages of this process [4, P. 25]. In order to assist the student to master this methodology of foreign language learning, it is necessary, from our point of view, to design an appropriate educational situation when the student trains the language without direct guidance from the teacher in an autonomous mode. In the conditions of autonomous language learning, the personal positions of the student as a subject of educational activity are realized to the greatest extent: the position of training activity, "I am a teacher", the position "I am a reflexive user of the foreign language".

From this point of view, the methodological basis of PLT is the development of the student's ability to independently manage personal educational activity from setting a goal and specific educational task to self-control and self-assessment of the result and ways to achieve it. In this regard, the autonomous self-directed educational activity of the student is simultaneously a form of organizing the process of studying a foreign language and culture and a means of productive development of communication in a foreign language, which in general provides the student with the opportunity to independently and effectively use the foreign language.

During the development of students' communicative skills on the basis of PLT, the educational process is carried out through the expanded structuring of the content of education. It is also necessary to consider the choice of adequate methods and techniques for mastering the foreign language, means and forms of education, taking into account the priority of students' independent plan of learning the language. At the same time, the process of foreign language acquisition is implemented in the context of the individual educational trajectory, which, in general, ensures the productive nature of the integral educational process.

Thus, it is necessary to highlight the conceptual components of the productive linguodidactic technology as the basis for the development of students' communication in a foreign language.

1. Productive target component determines:

- establishment of a comprehensive linguodidactic goal and the title of the modular program;
- designation of integrating goals and titles of corresponding training modules;

- designing the structure of a modular curriculum;
 - the structure of private goals as part of each integrating linguodidactic goal;
 - modeling a specific module based on the structure of private goals.
2. Structural elements of the content of training modules in PLT include:
- linguodidactic goals as a form of a targeted action program for a student;
 - educational material, structured into educational elements, and methodological support for its development;
 - methods of control, self-control, forms and methods of the foreign language improvement.

At the same time, the functional orientation of a personal foreign language communicative product in the course of teaching communication based on PLT is associated with the accumulation of educational experience in the real use of the target language in various communicative situations and the presentation of personal experience in different foreign language speech products.

Hence, from the perspective of a student foreign language learning, the development of communication in a foreign language within the framework of the PLT will be based on:

- goal setting, including the motivational aspect;
- determination of the means and methods of the productive foreign language acquisition;
- modeling a personal foreign language text product;
- reflexive self-assessment of the result/product and methods of the productive foreign language acquisition;
- self-support of the language proficiency, including correction.

It is necessary to emphasize that *self-esteem* in the process of communicative skills development within the PLT, is a universal ability, which functions at all stages of the productive foreign language educational activity, including goal-setting, the choice of means and methods of studying foreign language. At the same time, the stage of self-control and self-assessment of the result of productive foreign language speech activity is especially highlighted: the correlation of the accumulated language, speech, communication and learning experience, the qualitative assessment of the material in foreign language speech product from the point of view of the educational task and the accepted criteria of the effective foreign language acquisition. Assessment criteria are determined in cooperation with the teacher or are based on standard requirements in the process of setting goals and learning objectives as a specific “learning contract”.

Self-support in the process of communicative skills development within the framework of the PLT include correction and a complete learning element in accordance with the self-assessment of the result and the methods of used educational activity. This aspect is mandatory, since it completes the full training cycle and ensures the stabilization of the achieved level of knowledge of the foreign language [5].

In addition, it is necessary to highlight the main features of the productivity of the educational process, carried out on the basis of PLT, aimed at the development of communication in a foreign language:

- the cognitive problem, expressed, for example, in the meaning and form of a word, syntactic and communicative intentions, reflected in a foreign language text, expression and interpretation of the meaning of a word, phrase, etc., as well as in the problem of adequate interpretation of linguistic, cultural, philological and background information, etc.;

- the principal role of autonomous foreign language acquisition, reasoned by the research activities of students with the help of productive methods and techniques for solving a cognitive task (for example, self-formulation of a communicative problem, determination of productive ways of organizing foreign language speech material, solving a linguistic problem, preparing language means for various purposes of foreign language learning, etc.);

- predictability/planning of foreign language communication activity;
- reflection of personal communication activity;
- implementation of the empathic component of foreign language communication activity.

So, the productive linguodidactic technology of the development of communication in a foreign language in the interdisciplinary university in general is characterized by such criteria as consistency, controllability and integrity, which, first of all, are ensured by the fact that self-organization and self-management of the student in the process of foreign language acquisition based on the functional system of productive foreign language educational activity and the system of personal qualities (positions) and abilities (competencies) of the student as an autonomous subject of this process.

PLT effectiveness is supported by the special methodological way. Actualization and implementation of the student's personal positions as an autonomous and prior subject of the educational process ("I am a teacher", "I am a creative researcher", "I am a reflexive user of a foreign language") provides freedom and creativity of the individual conditions for complex development of student's personality.

From the point of view of reproducibility, this linguodidactic technology can be used as a model for organizing a student's independent learning in the traditional system of the educational process, including basic and additional education, and in the conditions of distance learning, as well as in the course of training a student in the educational resource center in the process of self-learning activities.

Thus, the content and structure of the PLT provide real conditions for self-determination and self-development of a student in the educational communicative environment, as well as fostering personal responsibility in students for their success in the field of studying foreign language, which, in general, has a productive effect on the comprehensive development of the internal potential of students.

REFERENCES

1. Experience of intra-university cooperation in the process of creating professionally-oriented foreign language textbooks / N. I. Almazova [et al.] // *Vysshee Obrazovanie v Rossii*. – 2020. – 29(7). – P. 32–42.

2. Integrative Multifunctional Model Of Bilingual Teacher Education / N. I. Almazova [et al.] // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. International Scientific Conference Digital Transformation on Manufacturing, Infrastructure and Service, 2020. DOI: 10.1088/1757-899X/940/1/012134
3. *Rubtsova A.* Socio-Linguistic Innovations In Education: Productive Implementation Of Intercultural Communication / A. Rubtsova // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 2019. 2nd International Scientific Conference on Digital Transformation on Manufacturing, Infrastructure and Service, DTMIS 2018. – Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University DOI: 10.1088/1757-899X/497/1/012059.
4. *Brown, H. D.* Principles of Language Learning and Teaching. / H. D. Brown. – The USA: Prentice Hall Regents. 1994. P. 25.
5. *Almazova N. I.* Basic Models And Modifications In Secondary Text Production / N. I. Almazova, N. B. Smolskaya // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. 2018. 1787–1796 p.

А. А. Савинич (Минск, МГЛУ)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Актуальность исследования обусловлена внедрением новых технологий в процесс изучения иностранного языка, а также повышением требований к качеству освоения китайского языка студентами высших учебных заведений. Целью представленной работы является выявление наиболее популярных современных электронных образовательных ресурсов, способных облегчить изучение китайского языка и поддерживающих у студентов интерес к освоению материала. В статье приводятся описания современных электронных образовательных ресурсов, часто используемых студентами. Основные результаты исследования заключаются в систематизации ключевых факторов, оказывающих влияние на выбор электронного образовательного ресурса для изучения китайского языка. В статье не представлена систематизация факторов, только описание ресурсов.

К л ю ч е в ы е с л о в а: языки; китайский язык; мобильное приложение; электронные образовательные ресурсы; словарь.

The relevance of the study is determined by the introduction of new technologies in the process of learning a foreign language, as well as stepping up the requirements for the quality of mastering the Chinese language by students of higher educational institutions. The aim of the presented work is to identify the most popular modern electronic educational resources that can facilitate the study of the Chinese language and maintain students' interest in mastering the material. The article provides descriptions of modern electronic educational resources often used by students. The main results of the study are represented by the classification of the key factors that influence the choice of an electronic educational resource for learning the Chinese language. The article provides only the description of the sources.

Key words: languages; Chinese language; mobile app; electronic educational resources; vocabulary.

В последние десятилетия мир стремительно развивается, новейшие технологии быстро становятся частью нашей повседневной жизни. Изменения затрагивают и сферу образования. Студенты и школьники все чаще используют электронные ресурсы в качестве альтернативы бумажным учебникам и словарям. Технологии облегчают поиск необходимой текстовой, аудио-

и видеоинформации. Быстрые темпы развития компьютерных и коммуникационных технологий привели к широкому внедрению в образовательный процесс технических и аудиовизуальных средств обучения. В настоящее время возрастает роль информационно-социальных технологий в образовании, которые обеспечивают всеобщую компьютеризацию студентов и преподавателей [1]. Повседневностью стали занятия с использованием программы Skype и платформы для проведения онлайн-конференций Zoom, когда преподаватель и учащийся, находясь в разных местах, видят и слышат друг друга, а сигнал передается через Интернет. Подобная модель проведения уроков делают образование более доступным для людей во всех уголках планеты. Многим знаком Google Translate в качестве удобного и доступного онлайн-словаря для перевода текстов на многие языки мира. Но для некоторых языков он может работать не так хорошо. Поэтому создаются веб-сайты и приложения, направленные на помощь в изучении конкретного языка.

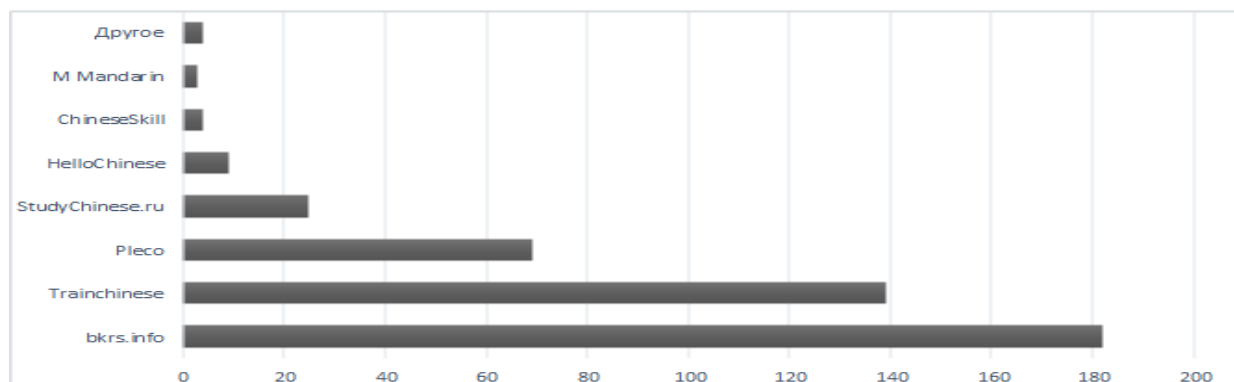
В связи со стремительным ростом экономики Китая наблюдается рост интереса к изучению китайского языка [2]. Вместе с тем необходимо отметить, что освоение китайского языка русскоязычными слушателями сопряжено с некоторыми трудностями. Сложности в изучении китайского языка как иностранного связаны с необходимостью освоения иероглифической письменности (отсутствие алфавита, большое количество иероглифов, необходимость заучивания порядка черт и т.д.) и особенностями фонетической структуры языка, такими как наличие специфических звуков, тонов у слогов. В связи с этим студентам приходится много работать с иноязычным материалом самостоятельно.

Каллиграфия является неотъемлемой частью традиционной китайской культуры. В соответствующих пособиях по китайскому языку не всегда указан порядок написания черт в иероглифе, а шрифт иногда не отображает особенности написания иероглифов. В таком случае уместно использование соответствующих программ или сайтов, где четко можно проследить не только порядок черт, но и направление движения руки при написании иероглифа. Таким образом учащиеся могут не только овладеть техникой письма, но и получить возможность понять и оценить эстетическую сторону рукописного иероглифа.

Учащиеся активно интересуются языком и письменностью и даже еще до начала обучения ищут некоторые иероглифы и выражения в Интернете. Уже на начальном этапе изучения китайского языка многие студенты самостоятельно знакомятся с системой компьютерного ввода иероглифов. Можно порекомендовать студентам две следующие системы ввода: по звучанию, т.е. с использованием пиньиня (汉语拼音) – системы романизации путунхуа, или же рукописный ввод 手写.

С целью изучения использования современных информационных технологий молодыми людьми, изучающими китайский язык, был проведен опрос. Респондентами стали 210 студентов факультета китайского языка и культуры и факультета межкультурных коммуникаций МГЛУ. В рамках исследования студентам было предложено ответить на вопрос: «Какими

сайтами и мобильными приложениями вы пользуетесь для изучения китайского языка?» В процессе анализа результатов опроса было выявлено, что 100 % респондентов пользуются веб-сайтами и мобильными приложениями в процессе изучения китайского языка. Это может быть связано с большой ролью современных информационных технологий в жизни молодежи.



Наиболее популярным среди респондентов оказался сайт bkrs.info, которым пользуются 86,67 % опрошенных (рис.). Портал является бесплатной онлайн-версией «Большого китайско-русского словаря» И. М. Ошанина, включающего около 250 тыс. слов и выражений [3]. Преимущество словаря состоит в своевременном обновлении базы, актуальных переводах, наличии слов и выражений, которые еще не успели попасть в бумажные словари, множество сочетаний из живого, разговорного языка. Причина этого в том, что любой зарегистрировавшийся на сайте пользователь может обновлять данный словарь, добавлять дополнительные значения слов и сочетаний, и после того, как значение будет одобрено коллективом постоянных администраторов, оно выдается онлайн-словарем при поиске соответствующего слова.

Вторым по популярности среди респондентов стал сервис Trainchinese — словарь с мультимедийными карточками, набравший 66,19 % голосов. Есть возможность пользоваться как сайтом, так и мобильным приложением. Можно выбрать отображение упрощенных иероглифов, используемых на материковом Китае и Сингапуре, или традиционных, не вышедших из употребления в Гонконге и на Тайване. На сайте www.trainchinese.com или в соответствующем приложении можно узнать счетное слово для нужного существительного, а также увидеть анимацию порядка написания черт в иероглифе. По данным проведенного исследования, респонденты выбирают этот словарь за его удобство, но отмечают некоторую неточность в переводе или указанных в словаре тонах.

32,86 % респондентов используют словарь Pleco. Это бесплатный в базовом наполнении словарь-приложение для телефонов и планшетов на платформах Android и iOS. Доступна только англоязычная версия приложения. Некоторые респонденты предпочитают китайско-английские и англо-китайские словари, считая их точнее и современнее. Возможно, это связано с тем, что большинство китайцев стремятся в первую очередь изучать английский и сами чаще делают качественные переводы на этот язык. Есть встроенная

функция рукописного ввода 手写, позволяющая найти иероглиф, не зная его чтения. В словаре даются примеры употребления слов, каждое существительное китайского языка представлено с соответствующими ему счетными словами. Есть возможность загрузить текст в нескольких форматах и создавать словарные карточки.

StudyChinese.ru – активно развивающийся сайт о китайском языке, которым пользуются 11,9 % участвовавших в опросе. Сайт посвящен изучению не только китайского языка, но также истории и культуры Китая. Бесплатно и без регистрации можно получить доступ к урокам, упражнениям, тестам, статьям, аудиозаписям и другим полезным материалам, необходимым для самостоятельного изучения китайского языка. На сайте так же есть онлайн-словарь, в котором можно искать отдельные слова на китайском, русском и пиньине.

Пользователями приложения «Учим китайский – HelloChinese» являются 4,29 % респондентов. Приложение позволяет проводить всестороннюю тренировку: в нем есть задания на отработку иероглифики, грамматики, произношения и аудирования. В данном приложении имеется курс пиньиня для начинающих, а функция распознавания речи поможет самостоятельно работать над фонетикой. Поддерживается как традиционное, так и упрощенное написание иероглифов. Отображение китайского в иероглифах или пиньинем, что делает приложение удобным даже для начинающих. Возможно использовать его офлайн, скачав все нужные материалы заранее. Как преимущество данного приложения студенты выделяли видеоролики, записанные китайцами, что позволяет тренировать произношение.

1,9 % респондентов используют приложение «Учитесь китайскому языку – ChineseSkill». Данное приложение содержит много увлекательных уроков, которые помогут начинающим проверить свои способности в аудировании, говорении, чтении и письме на китайском языке.

В приложении «M Mandarin 漫中文», которым пользуются 1,43 % респондентов, учиться китайскому языку можно путем чтения карикатур. Нажав на каждый иероглиф на китайском языке в карикатуре, вы увидите его перевод и пиньинь. Студенты, использующие данный сервис отмечали его удобство и оригинальность как важное преимущество приложения, выделяли наличие озвучки каждого комикса и возможность добавить новые слова в словарь.

Отдельные студенты используют словарь-приложение для iOS «Китайский язык с Лаоши» и приложение HSK Online, созданное специально для подготовки к международному квалификационному экзамену по китайскому языку HSK (汉语水平考试).

Таким образом, в процессе исследования было выяснено, что студенты активно используют электронные словари и приложения для изучения китайского языка. Как главную причину преимущества электронных образовательных ресурсов над бумажными респонденты выделяли удобство и мобильность, что делает процесс обучения более интересным и результативным. Современных инструментов для обучения китайскому языку довольно много. Благодаря использованию смартфона доступ к приложениям

и сайтам можно получить в любой момент. Ни один из используемых респондентами электронных образовательных ресурсов не является универсальным, следовательно, их можно рекомендовать лишь как дополнительные способы освоения материала. Основными в обучении по-прежнему остаются учебник и традиционные виды работы под руководством преподавателя.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Костин, Л. Ю.* Современные информационные технологии в образовании [Электронный ресурс] / Л. Ю. Костин // Гаудеамус. 2010. – № 16. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-informatsionnye-tehnologii-v-obrazovanii-3>. – Дата доступа : 09.03.2021.).
2. *Moloney, R.* Transitioning beliefs in teachers of Chinese as a foreign language: An Australian case study [Electronic resource] / R. Moloney, Hui Ling Xu // Cogent Education, 2015. – Mode of access : <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/2331186X.2015.1024960> – Date of access : 05.03.2021.
3. *Ошанин, И. М.* Большой китайско-русский словарь / И. М. Ошанин. – М. : Наука, 1983/1984 г. – 350.

И. В. Цыварев, М. А. Одинокая (Санкт-Петербург, ФГАОУ ВО СПбПУ)

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ИНЖЕНЕРНОГО ПРОФИЛЯ

В данной статье предпринята попытка проанализировать, как интерактивные технологии влияют на результативность обучения студентов инженерного профиля. Сделан вывод о том, что в целом применение интерактивных технологий в практике вузовского обучения представляется весьма перспективным, особенно если учесть необходимость их устойчивого развития в современном образовательном пространстве. Использование достижений ИКТ с упрощением технически сложных аспектов представляется естественным дополнением к работе преподавателя вуза, ориентированного на интерактивное обучение по своей дисциплине.

К л ю ч е в ы е с л о в а : интерактивная технология; результативность обучения; студент; компетентность; инженерный профиль.

This article attempts to analyze how interactive technologies affect the learning outcomes of engineering students. It is concluded that, in general, the use of interactive technologies in the practice of university education seems to be very promising, especially if we take into account the need for their sustainable development in the modern educational space. The use of ICT achievements with the simplification of technically complex aspects seems to be the most obvious additional work of a tutor focused on interactive learning in their discipline.

Key words: interactive technology; teaching effectiveness; student; competence; engineering.

В современном быстро меняющемся мире традиционные технологии обучения не могут в полной мере обеспечить развитие необходимых качеств, требующихся от инженера, поэтому проблема подготовки инженеров с использованием интерактивных методов сейчас особенно актуальна [1]. Основными факторами, влияющими на успеваемость студентов, являются личные черты, психосоциальное развитие, мотивация, подход студента к обучению и стратегии саморегулирования учебного процесса, а также личност-

ная и практическая ориентированность содержания и процесса обучения. Интерактивные технологии обучения могут способствовать повышению этих параметров, что, в свою очередь, может сказаться на результативности обучения.

Компетентность специалиста проявляется в процессе деятельности. Поэтому реализация компетентного подхода рассматривается в интеграции с системно-деятельностным, ориентированным на готовность самостоятельно действовать в различных ситуациях, и личностно ориентированным, нацеленным на то, что каждый человек будет решать проблемы профессиональной деятельности, соотносясь со своими личностными качествами, в том числе и со своей компетентностью.

Личностное развитие студентов в процессе обучения в вузе становится возможным благодаря проявлению самостоятельности и личной активности по овладению компетенциями со стороны обучающихся. Деятельностный подход помогает специалисту после окончания вуза быть ответственным, творческим и способным к взаимодействию с другими людьми. Получить необходимые знания и навыки в деятельности проще в процессе взаимодействия студентов не только с преподавателем, но и между собой. Такие отношения во время учебного процесса дают возможность симулировать трудовое сотрудничество, подталкивая студента к поиску способов коммуникации со всеми одноклассниками, высказыванию и отстаиванию своей точки зрения, ответу на вопросы, оценке результатов своей деятельности и деятельности других студентов.

«Под интерактивной технологией обучения понимается процесс, в основе которого лежит система правил осуществления взаимодействия студентов между собой и с преподавателем, обеспечивающий коммуникативную деятельность обучающихся» [2].

В основе идеи применения *интерактивных технологий* в обучении лежат концепции деятельностного, личностно-ориентированного, коммуникативного, контекстного подходов и информатизации. Компетенции специалиста формируются в результате деятельности, именно в деятельностном подходе роль деятельности абсолютизируется. Личностно-ориентированный подход определяет приоритет личностных факторов в образовательном процессе; развитие индивидуальности. Коммуникативный подход позволяет установить взаимодействие участников учебного процесса с целью достижения оптимального результата.

С помощью контекстного подхода можно проанализировать учебную деятельность студентов, выявить ее контексты, определить содержание, ориентированное на будущую профессиональную деятельность. Использование информационных и компьютерных ресурсов расширяет возможности для взаимодействия преподавателя и студента, позволяет продуктивнее решать поставленные задачи. Возможности вышеперечисленных подходов лежат в основе интерактивных форм и методов обучения, к которым относятся дискуссионные, игровые и тренинговые технологии, включающие в себя различные методы и их интеграцию.

Интерактивные технологии обучения увеличивают степень взаимодействия между студентами и преподавателем, сохраняя конечную цель и содержание дисциплины, но предусматривают в себе иные способы ведения учебных занятий. В отличие от активных методов, интерактивные методы направлены на более интенсивное взаимодействие студентов не только с преподавателем, но и между собой, что позволяет студентам обмениваться идеями и способами решения сложных технических и технологических задач, а также развивает навык командной работы.

Применение интерактивных технологий также меняет роль преподавателя, основной задачей которого становится организация подходящей среды для проявления и реализации образовательной инициативы со стороны обучающихся. Преподаватель не передает знания, а выступает в роли организатора и наставника [3]. Для него важно создать в группе студентов позитивную и оживленную среду для максимального вовлечения обучающихся в учебный процесс и создания чувства важности материала, который они изучают. Так же необходимо выстроить доверительные, дружеские отношения между преподавателем и студентами для максимальной эффективности интерактивного обучения.

Деятельность преподавателя должна быть основана на точном планировании учебного занятия путем построения его модели. В процессе подготовки к занятию важно учесть индивидуальные особенности каждого студента для успешного включения его в образовательный процесс и развития его личностных характеристик. Тогда в результате активизации познавательной деятельности студент проделывает умственную или физическую работу, приобретая необходимые знания, умения и навыки. У студента появляется интерес к предмету, развивается самостоятельность.

Организуя интерактивную форму работы, преподаватель должен быть готов к получению обратной связи от студентов. Иногда высказываются негативные отзывы о занятии, недостаточной помощи преподавателя, неактуальности материала.

Введение интерактивных технологий в образовательный процесс предполагает новую логику обучения: не от теории к практике, а от получения нового опыта к его теоретическому осознанию через применение [4].

Основные задачи реализации интерактивных технологий в процессе обучения техническим дисциплинам:

- повышение интереса и мотивации к изучению предмета;
- углубление теоретических знаний и формирование готовности к их практическому применению, формирование навыка командной работы;
- развитие навыков работы с современными программными средствами;
- развитие способности действовать самостоятельно.

Лекции являются одним из основных типов занятий в вузе. Интерактивными формами лекций являются проблемная лекция, лекция-визуализация, лекция-консультация, лекция-диалог, в основе которых лежат принципы контекстного обучения. В образовательной практике реализуются такие методы интерактивного обучения, как мозговой штурм, образовательные Web-квесты, самопрезентации, портфолио, кейс-метод.

Мозговой штурм – это оперативный метод решения задачи с применением творческой активности, при котором участники образовательного процесса высказывают как можно больше вариантов решения поставленной задачи, из которых в дальнейшем составляется наиболее результативное решение.

Образовательный Web-квест – это проблемное задание с элементами деловой игры, для выполнения которого предлагается использовать интернет-ресурсы.

Технология самопрезентаций дает возможность студенту приобрести опыт составления резюме, представления своих достижений, а также навыки подготовки и презентации докладов и отчетов, требующих от студента в ограниченное время отобрать главную идею, сформулировать ее и донести до аудитории.

Концепция *портфолио* направлена на создание пакета работ студента, который связывает отдельные аспекты его деятельности в более полную картину, что позволяет фиксировать и оценивать достижения в определенный период деятельности. Интерактивные методы обучения позволяют вовлечь студентов в процесс познания, а усвоение знаний происходит на основе личного опыта.

Мозговой штурм и кейс-метод являются наиболее часто применяемыми технологиями в процессе изучения технических дисциплин. При их реализации студенты проявляют большую мотивацию к познавательной деятельности, чем при классических формах занятий, таких как лекция или семинар [5].

Значимую роль в образовательном процессе с использованием интерактивных методов обучения играет работа студентов в группах. Она может быть полезна в случаях, когда требуется решить проблему, с которой трудно справиться индивидуально. Чтобы достичь наибольшей эффективности использования этого метода, в каждой группе должно быть не больше десяти студентов.

Также важно учитывать уровень подготовки каждого студента: в группу необходимо включать обучающихся с низким, средним и высоким уровнями, для каждого из которых должен быть подготовлен материал, соответствующий имеющимся знаниям у студента. Обучение в небольших группах дает возможность всем студентам высказывать свою точку зрения и активно участвовать в образовательном процессе.

При подготовке к учебному занятию и реализации интерактивных методов обучения на практике могут возникнуть следующие трудности:

- дискомфорт у некоторых обучающихся из-за изменения привычных представлений об учебном процессе;
- отсутствие возможности вовлечения каждого обучающегося в интерактивную работу;
- увеличение времени подготовки преподавателя к занятиям;
- трудность справедливой оценки степени продуктивности каждого студента;
- сложность принятия в расчет разного уровня имеющихся знаний и навыков у студентов в группе;

- невозможность применения интерактивных технологий для проведения занятий по всем техническим дисциплинам.

На сегодняшний день средства ИКТ позволяют участникам образовательного процесса вовлечься в интерактивный диалог, предоставляют расширенные возможности для совместной работы над поставленной задачей вне аудитории и быстрого разрешения возникающих проблем. Также появляется возможность для создания личных кабинетов, чатов для удаленного взаимодействия между студентами и преподавателями; возможность работать с платформами для проведения вебинаров, дистанционных лекций и онлайн-курсов.

Подводя итог, можно сказать, что интерактивные технологии представляют собой самую современную форму обучения. Они оказывают помощь в формировании компетенций студентов, приносят опыт решения задач, однако нуждаются в больших временных затратах и во владении комплексом теоретических знаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жигadlo, В. Э. Основные задачи по реализации стратегии развития цифровой экономики в современных условиях / В. Э. Жигadlo // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. – 2019. – С. 15–16.
2. Попова, Н. В. Современные технологии интерактивного обучения в многопрофильном вузе / Н. В. Попова, М. А. Одинокaя. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017 – 258 с.
3. Одинокaя, М. А. Основы компетентностного подхода в профессиональной подготовке специалиста в российской системе образования: учебное пособие / М. А. Одинокaя. – Москва : РУСНАЙС, 2019. – 128 с.
4. Жигadlo, Н. В. Особенности профессиональной и образовательной стандартизации в сфере безопасности информационных технологий в современной высшей школе / Н. В. Жигadlo // Региональная информатика и информационная безопасность. – 2017. – С. 300–301.
5. Гузаеров, А. М. Повышение мотивации студентов к обучению при использовании активных методов на лабораторном практикуме по дисциплинам «Технология конструкционных материалов» и «Материаловедение» / А. М. Гузаеров, И. В. Павлова // Междунар. науч.-метод. конф. «Проблемы инженерного и социально-экономического образования в техническом вузе в условиях модернизации высшего образования». – 2018. – С. 89–94.

И. В. Цыварев, М. А. Одинокaя (Санкт-Петербург, ФГАОУ ВО СПбПУ)

ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРАКТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ВУЗА

В данной статье рассматриваются возможности интерактивных технологий обучения студентов технического вуза. Также была рассмотрена специфика использования интерактивных технологий на практике и описана эффективность использования интерактивных технологий в образовательном процессе высшего учебного заведения.

К л ю ч е в ы е с л о в а: интерактивные технологии; студент; преподаватель; технический вуз; интерактивное обучение.

This article discusses the possibilities of interactive technologies for teaching students of a technical university. The specificity of the use of interactive technologies in practice was also considered and the effectiveness of the use of interactive technologies in the educational process of a higher educational institution was described.

Key words: interactive technologies; student; teacher; technical university; interactive learning.

Огромный прорыв в области информационных технологий произошел в XXI веке. Компьютеризация произошла во многих странах мира и затронула все области нашей жизни: экономику, политику, социальную сферу, науку, образование и многие другие сферы [1; 2]. В последнее время самыми перспективными и актуальными учебными программами являются те, что были созданы с использованием интерактивных технологий.

В век модернизации российской экономики и ее переход на инновационные технологии вынуждает ВУЗы подготавливать высококвалифицированных специалистов инженерной специализации, которые будут отвечать современным требованиям производства. Они должны уметь управлять, проектировать и поддерживать различные технологические процессы, что требует от ВУЗов изменить не только содержание дисциплин, которые изучают студенты технических направлений, но также формы и методы того, как организован процесс их подготовки.

Под *интерактивным (диалоговым) обучением* понимается такая организация учебного процесса, при которой студенты и преподаватель взаимодействуют и общаются друг с другом. Познание новой информации при таком обучении происходит в формате командной деятельности. Во время занятия студенты выполняют задания и упражнения, которые нацелены на общение друг с другом. Примером интерактивного обучения можно считать учебное занятие, на котором студенты делятся на несколько команд и решают поставленную преподавателем в начале занятия проблему.

Традиционная форма обучения построена на схеме «послушай, запомни, воспроизведи», притом в основном студенты выступают в роли пассивных слушателей, особенно на лекционных занятиях. Информация идет в большей степени только в одном направлении: от преподавателя к студенту.

В противовес традиционной форме обучения выступает интерактивная форма, которая использует интерактивный способ обмена информацией, что, в свою очередь, стимулирует студентов активно участвовать в учебном процессе. При данной форме обучения никто не выступает в роли пассивного слушателя, а наоборот, становится его активным участником.

Среди сложностей, связанных с внедрением интерактивных технологий в образовательный процесс, выделяют стандартизацию мышления у студентов [3]. Но в целом внедрение новых технологий в процесс обучения в вузах положительно оценивается большинством исследователей.

Интерактивное обучение формирует не только знания у студентов, но также умения и потребность применять эти знания для анализа, оценки и принятия решения. С внедрением интерактивных технологий в учебный процесс интерес к изучаемой дисциплине у студентов увеличился, теперь они хотят и могут показать свои умения на высоком уровне, а также легко могут

справляться со сложными жизненными ситуациями. Уровень освоения учебного материала повысился, и преподаватель достиг основной цели: студенты больше не являются пассивными слушателями, теперь они приходят к новой информации сами, основываясь на работе своего мозга.

Наблюдение за внедрением интерактивных технологий обучения в образовательный процесс вузов позволило выделить основные преимущества его использования: вузы значительно расширили свои возможности; процесс образования стал более индивидуализирован, появилась возможность изменять, выстраивать и корректировать программы, основываясь на более точном и объективном представлении о том, какие навыки нужны обучающимся; система оценивания преподавателями стала более объективной; преподавание в вузах вышло на совершенно новый и более качественный уровень; учебный материал стал более наглядным благодаря его подаче в виде презентаций, видео, фото и таблиц; появилась возможность учитывать личные особенности каждого студента; общение между преподавателем и студентами стало намного проще; каждый студент может лично контролировать весь учебный процесс, а также вносить необходимые изменения; процесс обучения стал намного быстрее; у студентов развился навык быстро приспосабливаться к меняющимся условиям и выбирать верную последовательность действий, а также развивать различные типы восприятия, такие как логические и теоретические [4].

Исходя из вышеперечисленного, можно говорить об актуальности применения интерактивных технологий обучения в современной педагогике. Использование электронно-технических и интерактивных ресурсов индивидуализирует процесс обучения, создает более объективную оценку знаний преподавателями с учетом личных особенностей каждого студента. Сеть Интернет позволила расширить поиск учебных материалов и учебной литературы, а также стали доступны более редкие источники информации [5].

К сожалению, существуют некоторые затруднения, связанные с использованием интерактивных технологий обучения, а именно: студенты могут испытывать небольшой дискомфорт и тревогу, особенно на первых парах (причиной этого может являться разрушение привычных представлений студента о том, как должны проходить аудиторные занятия); при работе в группе самый психологически сильный студент может начать доминировать и все будут прислушиваться к его мнению; невозможность распределить всех студентов в групповую или интерактивную работу; большое количество времени уходит на подготовку к парам.

Новое поколение выросло в период информатизации, вследствие чего студенты намного проще воспринимают информацию, представленную с использованием интерактивных технологий. Большую часть свободного времени студенты проводят за смартфоном или компьютером, и внедрение интерактивного обучения в их образовательную программу может вернуть у них желание учиться. Многим из них намного удобнее использовать различные гаджеты во время обучения. Большинство студентов, которые учатся на технических специальностях, проявляют огромный интерес и вов-

леченность в обучение с использованием этих технологий, так как хорошо разбираются в этом. Студенты заинтересованы в том, чтобы процесс их обучения был максимально удобным, но в то же время современным и технологичным.

Интерактивный метод является новейшим подходом к обучению, и он становится все более и более востребован в современной образовательной среде. Использование интерактивных упражнений и заданий во время уроков стало неотъемлемой частью обучения. Интерактивное обучение развивает у студентов такие навыки, как:

- способность справляться и решать сложные и нестандартные проблемы;
- правильно общаться с людьми и уметь с ними вести дискуссию;
- принимать взвешенные и обдуманные решения;
- анализировать полученную информацию;
- мыслить критически.

Занятия с применением интерактивных методов часто включают в себя организацию, в которой преподаватель становится помощником для студентов, побуждая их к самостоятельному обучению. Основные задачи преподавателя заключаются в грамотном планировании занятий и организации работы группы. Из-за этого на первый план выходят не знания преподавателя, а его способность к групповой работе со студентами. Педагогу нужно уметь как можно дольше сохранять стабильный состав группы, так как это способствует оттачиванию навыка групповой работы у студентов. Более того, при использовании преподавателем материалов, подготовленных на основе интернет-источников, требования к ним возрастают, и преподаватель должен всегда несколько раз проверять их достоверность, тщательно анализируя их качество. Педагог должен уметь правильно сориентировать обучающихся по путям поиска ответов на вопросы, которые могут у них возникнуть. Во время таких занятий студенты часто выполняют большое количество творческих заданий и проектов, в группах играют в ролевые игры и даже учатся, как работать с документами и различными источниками информации.

Когда работа студентов в группах заканчивается, они должны обменяться полученными во время занятия результатами, которые могут быть представлены различными способами, например, в виде информационного плаката, схемы или таблицы. Самым частым способом представления студентами результатов их работы является учебная презентация, которую проводит либо вся команда, либо отдельные ее участники. При невыполнении какой-либо из команд поставленной задачи преподаватель должен объяснить, почему это произошло. Он не оценивает результат, а описывает сам процесс работы группы, его положительные и отрицательные моменты. Занятия в группах должны проходить в течение всего семестра.

При использовании интерактивных технологий в обучении усвоение учебного материала студентами происходит в разы эффективнее, что, в свою очередь, пробуждает в них интерес к процессу обучения и когнитивной

деятельности. Во время занятий у студентов формируются и закрепляются полезные жизненные навыки. Все студенты активно участвуют в процессе обучения на протяжении всего урока, а также они учатся формировать свое личное мнение и выражать отношение ко всему, что их окружает.

В своей работе «Современные способы активизации обучения» Т. С. Панина и Л. Н. Вавилова описали результаты и эффекты после внедрения интерактивного метода обучения в образовательные программы:

1. Этот метод интенсифицировал процесс понимания, запоминания и усвоения информации. При решении практических задач, обучающиеся стали более творчески применять свои знания. Эффективность занятия повышается, когда студенты не только активно участвуют во время занятия, но и практикуют полученные знания.

2. Студенты чувствуют себя более мотивированными и становятся более вовлеченными в обсуждения и решения различных проблем. Процесс обучения становится более осмысленным.

3. Интерактивное обучение заставляет студентов мыслить неординарно, уметь по-своему взглянуть на проблему и найти выход из нее; также развивает различные навыки у студентов, например, умение слушать других, проявляя по отношению к ним доброжелательность и толерантность.

4. Интерактивная деятельность помогает раскрыть новые возможности студентов, а также развивает их навыки и умения. Опыт индивидуальной и коллективной деятельности студента способствует становлению и совершенствованию компетентностей.

5. Интерактивные технологии помогают осуществлять контроль над пройденной и изученной информацией. Более того, интерактивные технологии обучения помогают студентам понять, как применять навыки, знания и умения, полученные за время обучения [6].

Интерактивное обучение включает в себя различные формы и методы организации учебного процесса: направляемую дискуссию, «мозговой штурм», кейс-метод (case-study), ролевые и «деловые» игры, тренинги и многие другие [7].

Одними из самых популярных методов являются «работа в группе» и «работа над проектом», так как они связаны с взаимодействием со всеми участниками, а также эмоциональной активностью и включенностью в процесс работы. Эти две методики формируют у студентов такие способности, как: взаимодействовать и кооперироваться с другими людьми; работать в команде или группе; разрешить конфликт или напряженную ситуацию в группе; решать проблемы совместно; выполнять поставленные задачи совместно с кем-то; распознавать, проработать и применить знания вместе с кем-то. Внедрение интерактивных процессов в обучение технических специальностей делает его не только более эффективным, но также очень разнообразным и увлекательным для студентов.

Таким образом, применение интерактивных технологий обучения подталкивает студентов к учебно-профессиональной деятельности и повышает их активность во время занятий. Более того, студенты перестают

пассивно воспринимать полученную от преподавателя информацию и начинают активно ее применять на практике, что повышает качество подготовки будущих специалистов и делает их конкурентоспособными на мировом рынке труда.

ЛИТЕРАТУРА

1. Pedagogical assessment of general professional competencies of technical engineers training / D. Barinova [et al.] // Annals of DAAAM & Proceedings. – 2019. – Т. 30. – С. 508–512.
2. Жигadlo, Н. В. Роль информационных технологий в науке и образовании в России / Н. В. Жигadlo, М. А. Одинокaя // Перспективные направления развития отечественных информационных технологий. – 2018. – С. 313–314.
3. Монахова, Л. Ю. Две парадигмальные стратегии развития образования: стандартизация и гуманизация / Л. Ю. Монахова, Е. А. Рябокoнь // Colloquium-journal. – Голопристанський міськрайонний центр зайнятості, 2019. – № 17–1 (41).
4. Владимиров, А. И. Об инженерно-техническом образовании / А. И. Владимиров. – М. : ООО «Издательский дом Недра», 2011. – 81 с.
5. Жигadlo, Н. В. Особенности профессиональной и образовательной стандартизации в сфере безопасности информационных технологий в современной высшей школе / Н. В. Жигadlo // Региональная информатика и информационная безопасность. – 2017. – С. 300–301.
6. Ковтарадзе, Д. Н. Обучение и игра: введение в интерактивные методы обучения / Д. Н. Ковтарадзе. – М. : Просвещение, 2009. – 180 с.
7. Панина Т. С. Современные способы активизации обучения / Т. С. Панина, Л. Н. Вавилова. – М. : Академия, 2018. – 176 с.

А. А. Щеглов (Санкт-Петербург, ГБОУ «СПбГФМЛ №30»)

ПРОПЕДЕВТИЧЕСКИЙ КУРС МАТЕМАТИКИ В КОНТЕКСТЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РКИ

Рассматривается пропедевтический курс математики в контексте преподавания русского языка как иностранного. Иллюстрируются возможности его оптимизации. Доказывается эффективность использования интерактивной доски в качестве рабочей тетради в процессе онлайн-обучения.

Ключевые слова: русский язык как иностранный (РКИ); студенты-иностранцы; пропедевтический курс математики; довузовская подготовка; язык специальности.

The propaedeutic course of mathematics in the context of teaching Russian as a foreign language is considered. The possibilities of its optimization are illustrated. The effectiveness of using an interactive whiteboard as a workbook in the process of online learning is proved.

Key words: Russian as a foreign language; foreign students; propaedeutic course of mathematics; pre-university training; language of the specialty.

Под *пропедевтическим курсом* в данной статье понимается краткосрочный (10–15 уроков) практикум по научному стилю речи, направленный на подготовку к восприятию практических занятий по математике на начальном этапе обучения (довузовская подготовка подготовительный факультет).

Т. В. Васильева, Г. М. Лёвина обозначают проблему, с которой сталкиваются предметники при работе со студентами-иностранцами: несоответствие между имеющейся и требуемой предметной компетенциями. Одна из причин данного факта, по их мнению, состоит в том, что «большинство иностранцев, приезжающих получать высшее профессиональное образование в российские вузы, в силу не только разницы школьных программ, но и не достаточно хорошо усвоенной программы национальной школы не готовы обучаться на первых курсах. Соответственно иностранному абитуриенту необходимо повысить уровень подготовки по профильным предметам» [1, с. 548]. Из этого следует, что подготовку к освоению курсов по общенаучным дисциплинам следует интенсифицировать. Сделать это можно путем оптимизации пропедевтических курсов: с одной стороны, корректировки программы, с другой – использования новых технологий.

Т. В. Васильева, Г. М. Лёвина задаются вопросом: «На каком уровне владения языком можно считать иностранных слушателей подготовленными к освоению курсов по общенаучным дисциплинам?» и отвечают на него следующим образом: «В настоящее время на подготовительных факультетах подготовка по этим дисциплинам в большинстве вузов начинается со второго семестра. К моменту, когда преподаватель-предметник приступает к чтению своего курса, иностранные учащиеся владеют русским языком на уровне А2, прожив при этом семестр в условиях русскоязычной среды. Однако существуют и другие модели обучения. Так, например, на одном из старейших подготовительных факультетов России – в МАДИ – математики начинают работать с иностранными слушателями на 2-ой неделе обучения, а физики и химики – на 3-ей или 4-ой неделях. Возможность функционирования такой модели обучения обусловлена хорошей координацией русистов и предметников, которая складывалась в течение десятилетий и продолжает совершенствоваться в настоящее время» [1, с. 549].

В Астраханском государственном техническом университете (АГТУ) пропедевтический курс математики вводится на 9-й неделе. Курс, представленный в учебном пособии авторского коллектива АГТУ, состоит из 11 уроков [2]. Проанализируем представленный материал.

Урок 1 «Цифры и целые числа»: актуализируются такие понятия, как *единица, десяток, сотня; цифры и числа; положительные и отрицательные числа; натуральные числа; четные и нечетные числа; простые и составные числа* [2, с. 7–10]. Представляется целесообразным включить указанную лексику научного стиля в материалы уроков русского языка при изучении следующих тем: «Существительные» – «Род существительных» (например, ж.р. *сотня, единица*; м.р. *десяток*. «Прилагательные» – «Род/число прилагательных» (например, *положительное число/положительные числа*).

Урок 3 «Знаки. Арифметические действия» [2, с. 14–16] и Урок 6 «Проценты» [2, с. 25–26], на наш взгляд, также надо включить в лексический минимум соответствующих уроков РКИ (например, активизация форм Р.п.: *1 % один процент; 2 %, 3 %, 4 % (два, три, четыре процента)* и т.д.).

Приведем примеры заданий.

Прочитайте диалог [2, с. 14].

Арифметические действия

Сложение: $a + b = c$

1. *Читаем: a плюс b равно c .*
2. *Какое это действие?*
3. *Это сложение.*
4. *Что такое a ?*
5. *a – это слагаемое.*
6. *b – это тоже слагаемое?*
7. *Да, b – это тоже слагаемое.*
8. *a и b – это слагаемые.*
9. *Что такое $a + b$?*
10. *Это сумма чисел a и b , $a + b = c$.*
11. *Что такое c ?*
12. *c – это сумма.*

Умножение: $a \cdot b = c$

- *Читаем: a умножить на b равно c .*
- *Какое это действие?*
- *Это умножение.*
- *Что такое a ?*
- *a – это множитель.*
- *b – это тоже множитель?*
- *Да, b – это тоже множитель, a и b – это сомножители.*
- *Что такое $a \cdot b$?*
- *Это произведение чисел a и b , $a \cdot b = c$.*
- *Что такое c ?*
- *c – это произведение.*

Расскажите по модели [2, с. 16].

Модель: $2 + 10 = 12$. Это действие сложение. Число 2 – это слагаемое.

Число 10 – тоже слагаемое. Числа 2 и 10 – это слагаемые. 12 – сумма.

Сумма чисел 2 и 10 равна двенадцати.

*$3 + 71 = 74$; $10 \cdot 7 = 70$; $101 - 100 = 1$; $80 : 10 = 8$; $20 - 5 = 15$;
 $64 : 2 = 32$; $12 \cdot 7 = 84$.*

Выполнение арифметических действий с одновременным проговариванием, обозначением компонентов – так называемых «минутки математики» на уроках русского языка – позволит не только разнообразить и интенсифицировать процесс изучения языка, но и реализовать пропедевтическую работу.

Что мы предлагаем взамен?

Включить в пропедевтический курс математики материал следующей тематики: «Пропорция. Основное свойство пропорции». Приведем примеры упражнений и заданий.

Текст Пропорция. Основное свойство пропорции

Ключевые слова: отношение, частное, равенство, обыкновенные дроби, пропорция, крайние и средние члены пропорции, произведение.

Прочитайте текст. Ответьте на вопросы, выполните задания:
1) Что такое пропорция? 2) Сформулируйте основное свойство пропорции.

Даны два отношения $15:5$ и $24:8$. Рассмотрим их. В первом и во втором случае значение частного равно трем. Перед нами два равных отношения. Запишем равенство $15:5=24:8$. Говорим: пятнадцать так относится к пяти, как двадцать четыре к восьми. Такое равенство называют пропорцией. Иногда это равенство записывают в виде равенства обыкновенных дробей:

$$\frac{15}{5} = \frac{24}{8}$$

Таким образом, равенство двух отношений называют **пропорцией**.

$$a : b = c : d \text{ или } \frac{a}{b} = \frac{c}{d}$$

С помощью букв пропорцию можно записать так:

Числа в пропорции называют **членами пропорции**. Считают, что все члены отличны от нуля.

$$a \neq 0; b \neq 0; c \neq 0; d \neq 0$$

Числа a и d называют **крайним членами пропорции**, а числа b и c – **средними членами**.

$$\begin{array}{c} \text{средние} \\ \overbrace{b \quad c} \\ a : b = c : d \\ \underbrace{a \quad d}_{\text{крайние}} \end{array}$$

Сформулируем основное свойство пропорции в общем виде:

В верной пропорции произведение крайних членов равно произведению средних.

Верно и обратное утверждение: **Если произведение крайних членов равно произведению средних членов пропорции, то пропорция верна.**

Текст 2. Решение пропорции

Решим пропорцию.

$$x/4 = 24/1,6$$

Вспомним основное свойство пропорции, получим:

$$x = \frac{4 \cdot 24}{1,6}$$

$$x \cdot 1,6 = 4 \cdot 24$$

Для удобства умножим и числитель, и знаменатель дроби на 10. Сократим полученную дробь на 4, а затем еще раз на 4.

$$\frac{4 \cdot 24}{1,6} = \frac{4 \cdot 24 \cdot 10}{1,6 \cdot 10} = \frac{4 \cdot 24^6 \cdot 10}{16^4} = \frac{4 \cdot 6 \cdot 10}{4} = 6 \cdot 10 = 60$$

$$X = 60.$$

При выборе материала для пропедевтического курса базируемся на позиции И. Н. Ромашовой: «вместо решения сложных математических задач и изучения большого количества абстрактных формул основной части учащихся будет гораздо полезнее усвоить базовые математические понятия и научиться применять их в стандартных ситуациях» [3, с. 134].

Наконец, отметим, как оптимизировать освоение пропедевтического курса за счет обращения к информационно-коммуникационным технологиям. В качестве примера рассмотрим интерактивную доску Miro. С ее помощью можно не только наглядно показать что-либо студентам, но и организовать проектную и командную работу, визуализировать некий процесс – провести увлекательное, интерактивное занятие. Принимая во внимание вынужденное онлайн-обучение иностранных студентов, считаем целесообразным использовать доску как интерактивную рабочую тетрадь. Преподаватель отражает на доске все необходимые материалы: это и страницы учебника, и составленные упражнения, тематические иллюстрации, ссылки на интернет-ресурсы, домашнее задание. Студент, в свою очередь, может работать на доске или распечатывать и выполнять от руки, а потом прикреплять к доске. Опрос специалистов показывает, что обращение к доске Miro, а также ее использование в качестве рабочей тетради демонстрируют положительные результаты.

Интенсификация пропедевтического курса математики, как и физики, информатики и т.д., может быть достигнута за счет внесения поправок в его содержание. Материал исследования обнаружил возможность перераспределения требуемого лексического минимума между уроками «Русский язык» и «Пропедевтический курс» с одновременным усилением специализированными знаниями последнего. Наряду с этим повышению качества обучения способствует грамотное обращение к ресурсам информационно-коммуникационных технологий. В частности, полифункциональность доски Miro иллюстрируется на примере ее использования в качестве рабочей тетради.

Перспективы работы видим в разработке этнопедагогического адаптированного учебного пособия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Васильева, Т. В. Предпосылки создания и основное содержание курса лекций в помощь преподавателям естественнонаучных и технических дисциплин, работающим в иностранной аудитории / Т. В. Васильева, Г. М. Лёвина // Международный журнал фундаментальных и прикладных исследований. – 2015. – № 5 (4). – С. 547–552.
2. Практикум по научному стилю речи: учеб. пособие / О. В. Кряхтунова [и др.]. – Астрахань : Изд-во АГТУ, 2017. – 180 с.
3. Ромашова, И. Н. К вопросу об информационно-методическом обеспечении дисциплины «математика» при обучении иностранных учащихся на подготовительном факультете МАДИ / И. Н. Ромашова // Международное образование и сотрудничество : сб. научных трудов VII науч.-практ. конф. – М. : Техполиграфцентр, 2020. – С. 129–135.

СОДЕРЖАНИЕ

МОДЕЛИ РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ ДИСКУРСА

Подсекция № 1

<i>Глазко П. П.</i> Особенности языкового выражения аргументации в различных жанрах персонального дискурса	3
<i>Белова К. А.</i> Прагматический потенциал переключения кода в интернет-общении	7
<i>Еромейчик Т. В.</i> Приемы преобразования коммуникативной рамки рекламного дискурса Беларуси	12
<i>Сажина Е. В.</i> Дискуссия, спор, полемика: к разграничению понятий	16
<i>Шевцова А. К.</i> Способы вербализации негативной вежливости в интернет-комментариях	21
<i>Шимчук Л. В., Супрон А. С.</i> Явление переключения кода в условиях билингвизма как результат межкультурной коммуникации (на материале английского и немецкого языков)	27
<i>Астапкина Е. С.</i> Аспекты изучения регулярной семантической деривации	32
<i>Иванов А. Э.</i> Основные подходы к определению кооперативности коммуникации	37
<i>Лавринович Н. В.</i> Прагматическая вариативность средств выражения отказа (на материале немецкого языка)	42
<i>Салавей А. А.</i> Прыблізнасць і колькасная нявызначанасць як прыкметы верагоднасці ў беларускай і англійскай мовах	48
<i>Егоров Н. В.</i> Описание сущности научного достижения как тактика реализации стратегии информирования в научно-популярном дискурсе	53
<i>Солодилина А. С., Маяк Е. П.</i> Реализация коммуникативных тактик вежливости в социальной сети Инстаграм	58

Подсекция № 2

<i>Зиневич Н. В.</i> Модели реализации категории субъектности в экологическом дискурсе (на материале публичных выступлений экологических активистов)	63
<i>Павловец Г. С.</i> О соотношении письменной основы киносценария и аудиоряда кинотекста при коммуникативной интерпретации отрицательных эмоций героев	70
<i>Толстоногова И. В.</i> Речевая манипуляция как инструмент медиатизации (на примере большого интервью Греты Тунберг)	75
<i>Круглик А. Д.</i> Реализация тактики убеждения на примере произведений А. Мердок	78
<i>Андреева М. В.</i> Лингвистическая толерантность в современных русском и английском языках	83

<i>Ивченко Н. Е.</i> Лингвистические механизмы языковой игры (на материале заголовков современной русскоязычной и англоязычной прессы)	87
<i>Мастерова Е. А.</i> Лексические и синтаксические особенности таргетированной рекламы.....	92
<i>Холяво Е. А.</i> Влияние социальной среды на формирование интернет-сленга.....	97
<i>Чигоревская А. В.</i> Формулы китайского речевого этикета как отражение специфики национального мышления (на примере устойчивых фраз приветствия, прощания, извинения).....	104

КОНТРАСТИВНАЯ ЛИНГВИСТИКА И ВОПРОСЫ ПЕРЕВОДА

<i>Ярошук М. В.</i> Особенности языка массовой коммуникации и проблемы перевода	111
<i>Маркова А. И.</i> Особенности локализации и перевода лексико-стилистических средств в рекламном дискурсе.....	116
<i>Белоглазова Е. В.</i> Особенности перевода медицинских текстов.....	120
<i>Кашкина Д. М.</i> Особенности передачи имен собственных при переводе рекламно-информационных текстов в сфере гостиничного дела.....	124
<i>Миролюбова Ю. А.</i> Особенности перевода постов российского дипломата Марии Захаровой из сети Facebook некоторыми СМИ ФРГ	130
<i>Некрасова П. А.</i> Способы передачи реалий при переводе текста «Обзорная пешеходная экскурсия по Вологде “Кружевная линия”».....	134
<i>Ядевич Е. В.</i> Языковая реализация каузальности в разных жанрах немецкоязычной деловой корреспонденции в аспекте перевода.....	139

СОВРЕМЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА И ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ПЕРЕВОД

<i>Ли Лунь.</i> Краткий анализ эстетической ценности в литературном переводе.....	145
<i>Большунова И. И.</i> Оппозиция «город–деревня» через призму психоглосс героев повести В. М. Шукшина «Брат мой...»	149
<i>Рыдлевская А. С.</i> Преодоление травмы в романе С. Жермен «Товий болотных земель»	154
<i>Токарева Н. А.</i> Художественные функции тюркизмов в современном художественном тексте (на материале романа А. М. Ламажаа «Дороги серебряных шаманок»).....	159
<i>Ванюшкина Н. А.</i> Аудиовизуальный перевод юмора: проблемы и некоторые пути их решения.....	165
<i>Афанасьева Ю. А.</i> Южная готика в американской литературе: к вопросу о жанре.....	170
<i>Данилюк Д. А.</i> Античная мифология в поэтическом тексте (на материале английского и русского языков)	174

<i>Карпиевич А. А.</i> Проблема гибридной идентичности в романе Ч. Н. Адичи «Американха»	178
<i>Оборина Е. А.</i> Мифопоэтический образ змея в сказах П. П. Бажова	182

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Подсекция № 1

<i>Романовская Е. А.</i> Обучение аргументации как одному из ключевых этапов дебатирования на иностранном языке	186
<i>Петрова Н. Е.</i> Лексическая работа в профессионально ориентированном обучении русскому языку как иностранному	191
<i>Гаврилова И. В.</i> Содержание лингвометодической компетенции в системе профессиональной подготовки иностранных студентов направления подготовки «Лингвистика»	194
<i>Боголюбская В. С.</i> Преимущества использования интеллект-карт на занятиях по иностранному языку	199
<i>Кулакова П. О., Одинокая М. А.</i> Преимущества и недостатки использования технологии hot list при обучении студентов многопрофильного вуза	203
<i>Кулакова П. О., Одинокая М. А.</i> Роль технологии hot list в дистанционном обучении в современной российской школе	208
<i>Ли Юньпэн, Одинокая М. А.</i> Особенности использования интерактивных технологий обучения студентов неязыкового профиля	212
<i>Ли Юньпэн, Одинокая М. А.</i> Технология «кроссенс» как средство формирования иноязычной коммуникативной компетенции будущего инженера	216
<i>Ковальчук О. В.</i> Использование международного интернет-проекта «Посткроссинг» в формировании лингвострановедческой компетенции	220

Подсекция № 2

<i>Реут Д. В.</i> Использование эвристического подхода в обучении убеждению на иностранном языке	225
<i>Кирмель Е. А.</i> Использование деловых игр и веб-квестов на уроках иностранного языка	229
<i>Хотюн Е. С., Крылова Е. А.</i> Обучение русскому языку как иностранному в вузе при помощи технологии edutainment	234
<i>Адамович В. В.</i> Обучение иностранным языкам с использованием ресурсов Edmodo, Quizlet, YouTube	237

Подсекция № 3

<i>Захарова А. А.</i> Пути организации обучения РКИ с привлечением речевого материала с явлениями прецедентности	242
---	-----

<i>Метель А. А.</i> Новые технологии в обучении русскому языку как иностранному.....	246
<i>Потрохова Д. А., Рубцова А. В.</i> Дидактический потенциал электронных образовательных платформ при обучении иностранному языку в высшей школе.....	251
<i>Газова А. С., Михайлова А. Д., Крылова Е. А.</i> Использование интерактивных приемов при обучении диалоговой речи на уроках русского языка как иностранного	256
<i>Макарчук А. В.</i> Использование исследовательского кейса при обучении иностранных студентов русскому языку (направление подготовки «Лингвистика»)	261
<i>Rubtsova S. A.</i> Productive Linguodidactic Technology as the Basis of Foreign Languages Education in Multidisciplinary University.....	267
<i>Савинич А. А.</i> Использование современных технологий в процессе изучения китайского языка	271
<i>Цыварев И. В., Одинокая М. А.</i> Влияние интерактивных технологий на результативность обучения студентов инженерного профиля	275
<i>Цыварев И. В., Одинокая М. А.</i> Возможности интерактивных технологий в обучении студентов технического вуза.....	279
<i>Щеглов А. А.</i> Пропедевтический курс математики в контексте преподавания РКИ.....	284

CONTENTS

MODELS OF SPEECH BEHAVIOUR IN DIFFERENT TYPES OF DISCOURSE

Subsection № 1

<i>Glazko P. P.</i> Language Means of Argumentation in the Genres of Personal Discourse.....	3
<i>Belova K. A.</i> Pragmatic Potential of Code-Switching in Internet-Communication	7
<i>Eromeitchik T. V.</i> The Methods to Transform the Communicative Frame of Advertising Discourse in Belarus	12
<i>Sazhina E. V.</i> <i>Discourse, Dispute, Polemic</i> : Distinction of the Definitions.....	16
<i>Shevtsova A. K.</i> Ways to Verbalize Negative Politeness in Online Comments.....	21
<i>Shymchuk L. V., Supron A. S.</i> The Phenomenon of Code-Switching under Bilingual Conditions as a Result of Cross-Cultural Communication (Based on English and German Languages)	27
<i>Astapkina E. S.</i> Aspects of the Study of Regular Semantic Derivation	32
<i>Ivanov A. E.</i> The Main Approaches to Define Cooperative Communication	37
<i>Lavrinovich N. V.</i> Pragmatic Variability of the Ways of Expressing Refusal (Based on the German Language)	42
<i>Solovey A. A.</i> Approximation and Quantitative Indefiniteness as Features of Credibility in Belarusian and English.....	48
<i>Yahorau M. V.</i> Description of Scientific Achievement Essence as a Tactics for Realizing the Informing Strategy in Popular Science Discourse ...	53
<i>Saladzilina A. S., Maiuc E. P.</i> Realization of Communicative Tactics of Politeness in the Social Network Instagram.....	58

Subsection № 2

<i>Zinevich N. V.</i> The Models of Realizing the Category of Subjectivity in Ecological Discourse (Based on the Analysis of Ecological Public Speeches)	63
<i>Pavlovets G. S.</i> On the Correlation of the Written Basis of Screenplay and Audio of Film Text in Communicative Interpretation of Negative Emotions of Heroes.....	70
<i>Tolstonogova I. V.</i> Speech Manipulation as a Mediatization Tool (on the Example of the Big Interview with Greta Thunberg)	75
<i>Kruhlik A. D.</i> Implementation of Persuasion Tactics on the Example of the Works of A. Murdoch.....	78
<i>Andreyeva M. V.</i> Linguistic Tolerance in the Modern English and Russian Languages	83
<i>Ivchenkova N. E.</i> Linguistic Mechanisms of Language Game (Based on the Headings of the Modern Russian and English Press).....	87
<i>Masterova E. A.</i> Lexical and Syntactic Features of Targeted Advertising.....	92
<i>Kholyavo E. A.</i> Influence of the Social Environment on the Formation of Internet Slang.....	97

<i>Chyhareuskaya A. V.</i> Formulas of Chinese Speech Etiquette as a Reflection of the Specificity of National Thinking (on the Example of Stable Phrases of Greeting, Farewell, Forgiving).....	104
--	-----

CONTRASTIVE LINGUISTICS AND ISSUES OF TRANSLATION

<i>Yaroshuk M. V.</i> Features of the Language of Mass Communication and Translation Problems.....	111
<i>Markova A. I.</i> The Peculiarities of English-Russian Rendering and Localization of Lexico-Stylistic Means in Advertising Discourse	116
<i>Beloglazova E. V.</i> Peculiarity of Translation of Medical Texts.....	120
<i>Kashkina D. M.</i> Features of Rendering Proper Names in the Translation of Advertising and Information Texts in the Field of the Hotel Industry	124
<i>Miroljubova Y. A.</i> Peculiarities of the Translation of Russian Diplomat Maria Zacharova's Posts from Facebook by Some German Media	130
<i>Nekrasova P. A.</i> Ways of Translating Culture-Bound Terms in the Text "Sightseeing Walk Tour 'Lace Line' around Vologda"	134
<i>Yadzevich E. V.</i> Linguistic Expression of Causation in Different Genres of German Business Correspondence from a Translation Perspective	139

MODERN LITERATURE AND LITERARY TRANSLATION

<i>Li Lun.</i> Brief Analysis of Aesthetic Value in Literary Translation.....	145
<i>Bolshunova I. I.</i> The Opposition "Village–City" through the Prism of the Heroes' Psychoglosses in the Story "My Brother" by V. M. Shukshin.....	149
<i>Rydlevskaya A. S.</i> Ways of Overcoming Trauma in the Novel "The Book of Tobias" by S. Germain	154
<i>Tokareva N. A.</i> Artistic Functions of Turkisms in a Modern Literary Text (Based on the Novel "The Roads of Silver Shamans" by A. M. Lamazhaa).....	159
<i>Vaniushkina N. A.</i> Audiovisual Translation of Humour: Problems and Solutions.....	165
<i>Afanasyeva U. A.</i> Southern Gothic in American Literature: on Genre Definition.....	170
<i>Daniliuk D. A.</i> Antique Mythology in the Poetic Text (Based on the Material of the English and the Russian Languages)	174
<i>Karpievich A. A.</i> The Problem of Hybrid Identity in the Novel "Americanah" by Ch. N. Adichie	178
<i>Oborina E. A.</i> The Mythopoetic Image of the Serpent in the Tales of P. P. Bazhov...	182

NEW TECHNOLOGIES IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES

Subsection № 1

<i>Romanovskaya E. A.</i> Teaching Argumentation as One of the Key Stages in a Foreign Language Debate.....	186
<i>Petrova N. E.</i> Lexical Work in Professionally Oriented Teaching of Russian as a Foreign Language.....	191

<i>Gavrilova I. V.</i> Content of Linguo-Methodological Competence in the System of Professional Training of Foreign Students of the Direction of Training “Linguistics”	194
<i>Bogoliubskaya V. S.</i> Advantages of Using Mind-Maps in Foreign Language Classes.....	199
<i>Kulakova P. O., Odinokaya M. A.</i> Advantages and Disadvantages of Using the Hot List Technology in Teaching Students of a Multidiscipline University ..	203
<i>Kulakova P. O., Odinokaya M. A.</i> Role of Hot List Technology in Distance Learning in the Modern Russian School.....	208
<i>Li Jun’pjen, Odinokaya M. A.</i> Features of Using Interactive Technologies of Teaching Non-Language Students.....	212
<i>Li Jun’pjen, Odinokaya M. A.</i> Technology “Crossens” as a Means of Forming a Foreign Language Communicative Competence of a Future Engineer	216
<i>Kovalchuk O. V.</i> The Use of the International Internet Project “Postcrossing” for Linguistic and Cultural Competence Formation	220

Subsection № 2

<i>Reut D. V.</i> The Use of Heuristic Approach in Teaching Persuasion in a Foreign Language	225
<i>Kirmel E. A.</i> The Use of Business Games and Web-Quests in Foreign Language Classes	229
<i>Khotyun E. S., Krylova E. A.</i> Teaching Russian as a Foreign Language to Students with Edutainment Technology at the University of Higher Education ...	234
<i>Adamovich V. V.</i> Foreign Language Teaching Using Edmodo/ Quizlet/YouTube resources.....	237

Subsection № 3

<i>Zaharova A. A.</i> Process of Education of Russian as a Foreign Language with the Involvement of Speech Material with Precedent Phenomena	242
<i>Metel A. A.</i> New Technologies in Teaching Russian as a Foreign Language	246
<i>Potrokhova D. A., Rubtsova A. V.</i> Didactic Potential of Electronic Educational Platforms in Teaching a Foreign Language in Higher School.....	251
<i>Gazova A. S., Mikhailova A. D., Krylova E. A.</i> Interactive Teaching Methods in Development of Dialogical Speech Skills while Teaching Russian as a Foreign Language.....	256
<i>Makarchuk A. V.</i> The Use of Research Case in Teaching Russian as a Foreign Language to the Students with the Major in Linguistics.....	261
<i>Rubtsova S. A.</i> Productive Linguodidactic Technology as the Basis of Foreign Languages Education in Multidisciplinary University	267
<i>Savinich A. A.</i> The Use of Modern Technology in Learning Chinese.....	271
<i>Tsyvarev I. V., Odinokaya M. A.</i> Influence of Interactive Technologies on Training Efficiency of Engineering Students.....	275
<i>Tsyvarev I. V., Odinokaya M. A.</i> Possibilities of Interactive Technologies in Teaching Students of a Technical University	279
<i>Shcheglov A. A.</i> Propaedeutic Course of Mathematics in the Context of Teaching Russian as a Foreign Language.....	284

Научное издание

**МОЛОДЫЕ УЧЕНЫЕ
В ИННОВАЦИОННОМ ПОИСКЕ**

Сборник научных статей
по материалам
X Международной научной конференции

Минск, 11–12 марта 2021 г.

В двух частях

Часть вторая

Ответственный за выпуск *И. В. Метлушко*

Редакторы: *В. М. Василевская, О. С. Забродская, Е. И. Ковалёва*
Компьютерная верстка *Т. С. Соловьевой*

Подписано в печать 24.06.2022. Формат 60×84 ¹/₁₆. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.
Ризография. Усл. печ. л. 17,21. Уч.-изд. л. 20,75. Тираж 100 экз. Заказ 29.

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Минский государственный лингвистический университет». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2017 г. № 3/1499. ЛП № 02330/458 от 10.07.2020 г.
Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.