

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Белорусский государственный университет иностранных языков

**МАТЕРИАЛЫ
ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ И АСПИРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА**

23–24 апреля 2025 года

В четырех частях

Часть вторая

Минск
БГУИЯ
2025

УДК 800
ББК 81.2
М34

Редакционная коллегия: Н. Е. Лаптева (*ответственный редактор*), О. В. Лущинская (*зам. ответственного редактора*), Т. Н. Андреева, С. Е. Борзенец, Т. В. Бусел, Н. А. Волковинская, Н. С. Евчик, Е. А. Завадская, Е. Г. Задворная, А. В. Коваленя, Ю. Б. Крапивин, В. В. Леонтьева, Л. М. Лещёва, О. К. Листратова, А. В. Ломовая, Л. М. Надумович, Л. Н. Неборская, В. В. Пашкевич, Ю. И. Петракова, Д. С. Почерняй, А. А. Романовская, Т. И. Свистун, А. А. Соловей, О. А. Сыкало, Д. Л. Тригубова, З. А. Харитончик.

Материалы ежегодной научной конференции преподавателей и аспирантов университета, 23–24 апреля 2025 г. : в 4 ч. Ч. 2 / отв. ред. Н. Е. Лаптева [и др.]. – Минск : БГУИЯ, 2025. – 2,58 Мб.

ISBN 978-985-28-0318-2 (Ч-2)
ISBN 978-985-28-0316-8

Вторая часть сборника содержит материалы работы секций по направлениям «Проблемы теоретического и сопоставительного языкоznания», «Прикладная лингвистика», «Лингвистика текста», «Лексическая семантика», «Язык и культура», «Межкультурная коммуникация», а также круглых столов «Аксиологическая стилистика как направление лингвистических исследований», «Английский язык как трансконтинентальный феномен», «Грамматические категории и единицы в различных», «Дикция и голосоведение в гуманитарном образовании современного студента», «Преодоление межъязыковых барьеров в аспекте перевода на материале французского, русского, белорусского языков», «Профессионально-ориентированное обучение межкультурной коммуникации: лингвистика и перевод», «Профессионально-ориентированное обучение межкультурной коммуникации: теория и практика», «Семантико-прагматические аспекты межкультурной коммуникации», «Современные методы исследования лексической семантики», «Способы выражения национальной идентичности в различных типах дискурса», «Становление личности в поликультурной среде».

Материалы представлены в авторской редакции.

УДК 800
ББК 81.2



Электронная версия издания доступна
в электронной библиотеке БГУИЯ
по ссылке e-lib.bsufl.by или по QR-коду

ISBN 978-985-28-0318-2 (Ч-2)
ISBN 978-985-28-0316-8

© УО «Белорусский государственный
университет иностранных языков», 2025

ПРОБЛЕМЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО И СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ

И. М. Басовец

СУБЪЕКТЫ ССЫЛОЧНЫХ КОНСТРУКЦИЙ ГАЗЕТНЫХ ТЕКСТОВ, УЧАСТВУЮЩИЕ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ МЕДИЙНОГО И РАЗГОВОРНОГО ДИСКУРСОВ

В англо- и белорусскоязычных газетных текстах референциальный выбор повествующего журналиста при кодировании субъектов сведений в ссылочных конструкциях экстериоризируется полными и редуцированными референциальными выражениями, которые употребляются референтно или нереферентно. Референтное употребление демонстрирует соотнесение с определенным субъектом (или субъектами) и гарантируют его (их) идентификацию читателем. Нереферентное употребление может быть двух разновидностей: обобщенным и неопределенным, при которых отсутствует связь с конкретным референтом (референтами).

На материале англо- и белорусскоязычных газетных текстов рассмотрим специфику функционирования тех субъектов ссылочных конструкций, которые представляют собой неэкспертных говорящих, выступающих в качестве очевидцев, участников событий. В референтном статусе неэкспертные субъекты, встречаются в исследуемых газетных текстах с различной детальной спецификацией субъекта речи, выполняя функцию засвидетельствованности, интимизации повествования через личный опыт говорящего, акцентирования типичности / репрезентативности мнения / опыта некоторой группы людей:

Richard Weir, 60, from Tynemouth, North Tyneside, said: “I started my career in the shipyards of Tyneside and I watched management inaction lead to the collapse of UK manufacturing. Now I see similar failures of leadership as politicians refuse to take action to protect us and our loved ones ‘Ричард Вейр, 60 лет, из Тайнмута, Северный Тайнсайд, сказал: «Я начал свою карьеру на верфях Тайнсайда и наблюдал, как бездействие руководства привело к краху британского производства. Теперь я вижу похожие провалы руководства, когда политики отказываются принимать меры, чтобы защитить нас и наших близких»’ (The Guardian, 28.01.2025);

— Пряязджаючы ў гося да бабулі ў вёску Тонеж, я кожны раз звяртала ўвагу на манумент, у цэнтры якога — вялікі крыж, па перыметры — скульптуры дарослых і дзяцей, а на гранітнай пліце высечаны імёны людзей. Вакол мемарыяла растуць карэльскія бярозы, — гаворыць восьмікласніца Аліна Трошка (Настаўніцкая газета, 27.02.2025).

Нереферентные неэкспертные субъекты демонстрируют реализацию схожих функций, и могут быть как индивидуализированными:

One woman, who was evacuated when a massive sinkhole opened up near her house, said she and her two daughters, aged four and six, were left “homeless” ‘Одна женщина, которую эвакуировали, когда возле ее дома образовалась огромная воронка, рассказала, что она и ее две дочери четырех и шести лет остались «бездомными’ (BBC, 20.02.2025); *«Хіба Пятровіча пранясе, – шэпча адзін мужчына другому. – Яго на хуткай забралі – з інфарктам....»* (Звязда, 24.10.2024); так и коллективными: *Some visitors at Yosemite National Park in California told NBC News this week that they don't think amenities like Wi-Fi are necessary at the famed attraction* ‘Некоторые посетители национального парка Йосемити в Калифорнии на этой неделе сообщили NBC News, что не считают такие удобства, как Wi-Fi, необходимыми для этой знаменитой достопримечательности’ (NBC, 9.11.2019); *Касцёл акурат у той год разабралі на бярвенні, і людзі казалі...* (СБ, 6.10.2011).

Обращение к мнениям неавторитетных субъектов, неспециалистов, простых людей позволяет медийному дискурсу взаимодействовать с общедо-бытовым: высказывания, подаваемые в газетных текстах от их имени, как правило, характеризуется общеупотребительной лексикой бытовой тематики, неосложненным синтаксисом, оценочностью, интерпретативностью, субъективным взглядом на предмет обсуждения.

В газетных текстах позиции неспециалистов могут быть согласованы, противопоставлены мнениям специалистов или дополняться и раскрывать разные аспекты ситуации, что на протяжении целого текста демонстрирует явление переключенной референции и используется для выражения солидаризации, контраста или дополнительности между субъектными референтами в разных частях текста.

При солидаризованной подаче мнений экспертовых и неэкспертных субъектов ссылочные конструкции выполняют функцию «верbalного эха»: *Усё часцей на тэму НЛА выказваюца і амерыканскія афіцыйныя асобы. Так, былы высокапастаўлены супрацоўнік разведкі, які адслужыў 14 гадоў у амерыканскіх ВПС, Дэвід Граш сцвярджае, што амерыканскі ўрад валодае дзясяткамі касмічных караблём пазаземнага паходжання і нават целамі прышэльцаў. Паводле яго слоў, у Пентагона ёсьць шэраг праграм па зваротным інжынірынгу іншапланетных тэхналогій. Як сцвярджаюць эксперты, вельмі падобна на тое, што, нагнятаючи ажыята ж вакол НЛА, амерыканскія ўлады імкнуцца адцягнуць грамадзян ад унутраных проблем краіны. Дарэчы, карыстальнікі сацсетак у ЗША актыўна падтрымлівалі гэту версію.*

«Прычына тая ж, што і заўсёды: адцягненне ўвагі», – **напісаў адзін з каментатарамі**. «Глупства, што адцягвае ад рэальных проблем, такіх як інфляцыя і міграцыйны крызіс», – **адзначыў другі карыстальнік**. «Не звяртайце ўвагі на Фаўчы і інфляцыю... Глядзіце! У небе нешта бліскуче!» – **іранізаваў яшчэ адзін каментатор**. «Тэма НЛА звычайна выкарыстоўваецца амерыканскімі СМИ для таго, каб адцягнуць увагу грамадства, – **заўважыў aif.ru загадчык кафедры палітычнага аналізу і сацыяльна-псіхалагічных працэсаў Расійскага эканамічнага ўніверсітэта імя**

Пляханава Андрэй Кошкін. Нарэшце, варта ўзгадаць меркаванне, якое выказаў aif.ru расійскі фізік, аўтар кнігі «Паліванне на НЛА. Віхуры ў часе» Павел Палуян: «Думаю, усе гэтыя «тальеркі» – зямная тэхніка» (Звязда, 27.09.2024).

При контрастной технике построения медиатекста с одновременным освещением мнений экспертов и неспециалистов журналист, как правило, солидаризируется с первыми и дистанцируется от последних, а также подчеркивает столкновение научного и бытового представления об освещаемом в газетном тексте вопросе: *Многія бацькі лічаць фізічныя пакаранні інструментам выхавання. Падымаючы руку на дзіця, яны думаюць, што так хутчэй даб'юцца ад яго жаданых паводзін. Многія думаюць, што дзецям гэта не пагражсае.... “Распаўсюджванню гвалту над дзецьмі спрыяе тое, што сучаснае грамадства не готова адкрыта абмяркоўваць гэтую проблему... – упэўнена Аксана Анатольеўна Мірчук... рассказывае падрабязнасці псіхолаг... Так, спецыялісты адрозніваюць чатыры асноўныя формы жорсткага абыходжання з дзецьмі: фізічны, сексуальны і псіхічны гвалт, а таксама грэбаванне асноўнымі патрэбамі дзіцяці... “У тых падлеткаў, што падвяргаюцца гвалту, мяняецца фізіялогія ў цэлым, а эмацыянальныя працэсы ўпłyваюць на фізіялагічныя: выпрацоўваюцца гармоны стрэсу, пачашаецца сардэчны рытм, мяняецца ўзровень глукозы ў крыві, – пералічвае псіхолаг (Настаўніцкая газета, 19.07.2022).*

В ситуации дополнительности точки зрения неэкспертных и экспертных субъектов характеризуют различные стороны освещаемого вопроса: *The attempted assassination of former President Donald Trump shocked the nation, but to many, it did not come as a surprise. Americans believe violence is a valid means to achieve their political goals. What is clear, experts say, is that the political environment plays a role. In the past, experts say, ideology tended to be the main motivator for violent political attackers* ‘Покушение на бывшего президента Дональда Трампа шокировало нацию, но для многих оно не стало неожиданностью. Американцы считают насилие единственным средством достижения своих политических целей. Эксперты говорят, что ясно то, что политическая обстановка играет свою роль. В прошлом, по словам экспертов, идеология, как правило, была основным мотиватором жестоких политических нападок’ (Time, 18.07.2024). В случаях с переключенной субъектной референцией при контрастной, солизаризированной и дополняющей подаче сведений экспертные дискурсивные голоса представлены как референтными, так и нереферентными субъектами, а неэкспертные, как правило, – нереферентными.

Подведем итог. Обращение в газетных текстах к мнениям простых людей позволяет осуществить взаимодействие медийного и разговорного дискурсов. Неэкспертные субъекты выполняют функции засвидетельствованности, интимизации повествования через личный опыт говорящего, обобщения опыта, акцентирования типичности и репрезентативности мнения определенной группы людей и встречаются в ссылочных конструкциях в референтном или нереферентном употреблении. Одновременное инкорпори-

рование мнений простых людей и экспертов может быть односторонним (в случаях солидаризации их позиций), противопоставленным (при контрасте экспертного и бытового представлений) и разнонаправленным (в результате выражения позиций в отношении разных сторон обсуждаемого).

А. П. Лазарчик

КОНЦЕПТ «ВОЙНА» КАК ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ В СОПОСТАВИТЕЛЬНОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

В последнее время наблюдается интенсивный рост исследований, посвященных изучению универсальных и национально специфических концептов, к числу которых относится концепт «Война». Война сопровождает человечество на протяжении всей его истории и является одной из самых ужасных и разрушительных форм конфликта. Это дает основание полагать, что концепт «Война», с одной стороны, является универсальным концептом, но, с другой стороны, он плотно «вписан» в социокультурный контекст конкретных наций и народов, что делает его интересным объектом для сравнительно-сопоставительных исследований.

Знакомство с работами, выполненными в российской лингвистике в русле сравнительно-сопоставительных исследований, свидетельствует о том, что концепт «Война» становится востребованным объектом изучения: он исследуется в различных языках и культурах. Так, сравнительно-сопоставительным изучением концепта «Война» в русском и английском языках занимались Л. Н. Венедиктова, В. Б. Крячко, Т. В. Стариннова и др. Л. Н. Венедиктова исследовала концепт «Война» на различных языковых и текстовых материалах, включая толковые словари, словари синонимов, фразеологизмы, пословицы и поговорки, а также сентенции выдающихся людей и тексты из англо- и русскоязычных газет. Кроме того, автором была предпринята попытка выделения моделей, положенных в основу метафорического представления концепта «Война» (Л. Н. Венедиктова, 2004). В сопоставительном аспекте в русском и английском языках изучал концепт «Война» В. Б. Крячко, который проанализировал этот концепт на материале толковых, идеографических словарей, словарей синонимов и установил, с одной стороны, сходство понятийных признаков в сознании русских и англичан, что обусловлено цивилизационной общностью народов, и, с другой, частичное различие в осмыслении концепта, что объясняется спецификой исторического развития русской и английской лингвокультур (В. Б. Крячко, 2007). Т. Б. Стариннова сравнивала концепт «Война» в русском и английском языках через призму газетного дискурса (статей военной тематики) и отметила количественные и качественные различия в ядерной структуре концепта в англо- и русскоязычных текстах (Т. Б. Стариннова, 2018).

В Российской Федерации концепт «Война» становился неоднократно объектом сравнительно-сопоставительного исследования на материалах

других языков. Например, в русском и китайском языках концепт «Война» исследовала И. Б. Фоменко через призму устойчивых выражений, пословиц и поговорок и данных свободного ассоциативного эксперимента; в результате автор пришла к выводу, что концепт «Война» у россиян связан с переживаниями последствий войны, а у китайских людей – со страданиями и жестокостью, стремлением к миру, победе, избеганием военного кровопролития и захватом территорий мирными способами (И. Б. Фоменко, 2021). Для изучения концепта «Война» в русском, английском и немецком языках О. П. Фесенко, И. Ю. Божко привлекли данные словарей, публицистические и художественные тексты и в итоге комплексного исследования констатировали, что в русском языке в структуре концепта отсутствует такой элемент, как «холодная война», «различные виды войн по идеологическому критерию» (экономическая, политическая, колониальная или война за независимость) по сравнению с английским и немецким языком (О. П. Фесенко, И. Ю. Божко, 2021). Р. А. Кафтанов изучал концепт «Война» на материалах пяти языков. В результате сравнительно-сопоставительного анализа русских и иноязычных (британской, американской, французской и испанской) ассоциативных баз выявил как универсальные образы русского и европейского языкового сознания, так и специфику смысловой структуры общерусских образов языкового сознания (Р. А. Кафтанов, 2024).

Следует отметить, что в российской лингвистике выполнен также ряд работ, посвященных исследованию данного концепта на материале русского языка. Например, Е. Л. Калмыкова на основе анализа концепта «Война» на материале лексикографических источников, пословиц и поговорок пришла к выводу о том, что данный концепт является культурно значимым в русском языке, поскольку находит отражение во всех видах искусства: литературе, кино, музыке, скульптуре, изобразительном искусстве (Е. Л. Калмыкова, 2011). На материале пословиц и поговорок, которые появились в русском языке во время Второй мировой войны, изучался концепт «Война» Чайлаком Ханифе, в итоге автор делает вывод, что в этот период русский язык пополнился большим количеством пословиц и поговорок и что концепт «Война» тесно переплетается с такими концептами, как «Победа», «Оружие», «Смерть», «Ненависть» (Чайлак Ханифе, 2015). И. В. Ерофеева исследовала концепт на материале текстов российских газет и телеканалов и выявила множественность и вариативность объективации концептуальной сферы «Война» в русском языке, представленной фреймами «абсурд», «игра», «театр», «болезнь», «путь», «страх», «смерть» (И. В. Ерофеева, 2015). И. В. Тубалова использовала тексты советского политического дискурса (материалы советской печати, политических документов, а также специальные издания трудов политических деятелей) для исследования концепта «Война», чтобы рассмотреть специфику функционирования в личностно-ориентированном дискурсе речевых форм презентации данного концепта, заданного советским политическим дискурсом (И. В. Тубалова, 2015).

В последние годы в российской лингвистике активизировался интерес к изучению концепта «Война» в англоязычном дискурсе (Н. А. Ковалев,

П. И. Сергиенко, Н. С. Шмидт, Е. А. Голубенко и др.). Н. С. Шмидт использовала словари английского языка и художественный дискурс для своего исследования и пришла к выводу, что в сознании англичан война означает столкновение, борьбу, военные действия. Они воспринимают войну как долг или обязанность. Война – это, прежде всего, смерть, а также события, которые приводят к смерти в ходе вооруженных конфликтов (Н. С. Шмидт, 2014). Е. А. Голубенко рассматривала концепт «Война» на материале историко-этимологических, этимологических и военных словарей английского языка, поскольку автор считает, что решение проблемы неоднозначной интерпретации лингвокультурного концепта «Война» следует искать в его этимологии и структуре лексического поля (Е. А. Голубенко, 2017). П. И. Сергиенко занималась изучением концепта через призму англоязычного политического дискурса на материале информационных изданий и речей политиков, что позволило ей выделить новые типы войн (П. И. Сергиенко, 2018). Н. А. Ковалев исследовал концепт «Холодная война» через призму американского газетного дискурса: результаты его исследования показали обогащение понятийного компонента концепта и расширение образного за счет новых участников конфликта, места и времени, методов противостояния (Н. А. Ковалев, 2022).

Таким образом, обзор работ, выполненных за последние десятилетия в русле сравнительно-сопоставительных исследований в российской лингвистике, показал, что количественная и качественная репрезентация данного концепта может варьироваться в разных языках в силу языковых и культурных особенностей.

Война – болезненная страница в истории белорусского народа, где пострадал каждый четвертый житель страны. Но пока на данный момент в отечественной лингвистике нет сравнительно-сопоставительных исследований концепта «Война», выполненных на уровне кандидатских или докторских работ. При этом в белорусской науке существует ряд публикаций, посвященных изучению концепта «Война» в русском языке. Так, В. А. Маслова изучала данный концепт, используя в качестве материала исследования различные типы словарей (этимологический, толковый, словарь синонимов, словарь современного русского литературного языка), а также художественные произведения, пословицы и поговорки, народные приметы (В. А. Маслова, 2004). Выделяется ряд работ, выполненных на материалах художественного дискурса. Например, Т. А. Михалкина изучала этот концепт по роману-эпопее Л. Н. Толстого «Война и мир» (Т. А. Михалкина, 2006), Т. А. Осипова – по роману-эпопее Л. Н. Толстого «Хождение по мукам» (Т. А. Осипова, 2009), А. И. Павловская – по рассказам В. Гаршина и повести К. Воробьева «Убиты под Москвой» (А. И. Павловская, 2014).

На основе краткого обзора работ можно сделать следующие выводы:
а) концепт «Война» является востребованным объектом исследования в зарубежной (российской) лингвистике; б) в науке накоплен значительный опыт по описанию данного концепта в языковой системе русского и других разноструктурных языков; в) концепт «Война» не был пока объектом

специального исследования в языковом сознании современных белорусов, тем более отсутствуют работы по сравнению данного концепта в двух культурах – белорусской и британской. С учетом данных обстоятельств сравнительно-сопоставительные исследования, посвященные изучению концепта «Война» в языковом сознании белорусов и британцев, являются востребованными и актуальными и имеют перспективы для дальнейшего изучения на современном этапе.

О. Н. Чалова

ОСОБЕННОСТИ ПРЕЗЕНТАЦИИ КОММУНИКАНТОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ НАУЧНОМ ДИАЛОГЕ

Научный диалог как устная публичная речь в сфере науки представляет собой гибридную разновидность коммуникации, в пространстве которой обнаруживаются элементы как собственно научного общения, так и разговорного. Влияние разговорной коммуникации на научную проявляется в ряде моментов, в том числе и в специфике функционирования презентационных речевых актов, базовой установкой которых является представление участников речевого взаимодействия: говорящего / адресанта (первое лицо), адресанта / реципиента (второе лицо) и незримого эксперта, заочно включаемого в обсуждение посредством ссылок и цитат (третье лицо).

Цель нашего исследования состоит в выявлении особенностей функционирования речевых действий, направленных на презентацию первого, второго и третьего лица в англоязычном научном диалоге. Актуальность постановки такой задачи обусловлена необходимостью изучения научного диалога как особой разновидности научного дискурса, принципиально отличающейся от других форм и жанров научной речи, а также важностью описания презентационных речевых действий как одного из средств формирования имиджа коммуникантов, разработки их (презентационных высказываний как подвида ассертивных речевых актов) классификации. Материалом исследования являются презентационные речевые акты (около 150 единиц). Источник материала – стенограммы англоязычных научных дискуссий (как гуманитарных, так и естественнонаучных). Основной метод анализа – контекстуальный анализ, направленный на выявление коммуникативно-прагматических свойств изучаемого вида высказываний.

Результаты нашего анализа позволяют выявить следующие разновидности и особенности реализации презентационных речевых актов в англоязычном научном диалоге.

Во-первых, в зависимости от типа участника, на которого направлена презентация, последняя может быть дифференцирована на перволичную (нацелена на самого говорящего), второличную (ориентирована на второе лицо, к которому относится любой (кроме самого говорящего) присутствующий на обсуждении участник речевого взаимодействия) и третьеличную

(объектом которой является лицо, незримо «участвующее» в обсуждении). Первичная презентация используется говорящим в целях самопредставления (*The way it struck me as a geology professor is I hadn't realized there was a gap in knowledge there*), в то время как вторичная и третьесличная ориентирована на представление других:

I want to thank all three of you for taking the time to sort through these issues, their complexities – Professor Deborah Denno, from Fordham University School of Law, Drs. Robert Truog and David Waisel from Harvard Medical School.

No, I was wondering whether you could consider the Damasio idea – and he's a very popular neurologist now – to be warmed-over William James?

Во-вторых, презентационные действия в англоязычном научном диалоге могут варьироваться по характеру своей аксиологической маркированности, в связи с чем целесообразно выделять аксиологически нейтральные и аксиологические заряженные презентационные действия.

В основе нейтральных в оценочном отношении конструкций лежит прием идентификации – отнесения лица (себя или другого) к конкретной социальной категории / группе / общности людей:

Good morning everybody. I am a practicing nanotechnologist and I come in peace.

Is that right, Professor Denno?

But I can point you to the work of Helen Mayberg, a professor of neurology at Emory University, who is refining it to the point where she's not giving electro-convulsive shock <...>.

Если в монологических научных жанрах идентификация второго и третьего лица вообще не представлена, а идентификация первого лица осуществляется в разделе «сведения об авторе», то в научном диалоге все три типа идентификации обнаруживаются на любом участке речевого взаимодействия и составляют специфику изучаемой разновидности общения. Так, в трех примерах выше говорящий посредством использования презентационных действий стремится сформировать у окружающих определенное представление о профессиональных качествах конкретного лица. При этом во втором контексте упоминание профессионального статуса ученого можно также рассматривать как часть речевого этикета.

Что касается аксиологически заряженных презентационных действий, то они основаны на приеме характеристики / оценки (описания). При этом между знаком оценки и типом объекта презентации обнаруживается определенная связь: так, вторичная и третьесличная характеристика всегда положительно маркованы, в то время как первичная презентация имеет негативно-оценочный характер:

So now we have more than a hundred ways in which you can have your traces, which will take us neuroscientists, us poor slugs, another hundred and twenty years to figure out your theories about them.

Notice that you are a wonderful group.

Now, Ann Brown is an important person to quote here for two reasons.

Если первоначальная презентация (*us neuroscientists, us poor sluggards*) содержит элементы самокритики (умышленное представление себя не в лучшем свете, указание на недостатки в работе нейробиологов), о конечной установке которой сложно судить однозначно (от снятия психологического напряжения до уклонения от критики), то вторичная (*you are a wonderful group*) и третьесильная презентация (*Ann Brown is an important person to quote*) направлены на представление ученых в максимально выгодном для них свете: либо для реализации эмоционально настраивающей тактики (*you are a wonderful group*), либо с целью усиления аргументации (*Ann Brown is an important person to quote here for two reasons*).

Любая из двух разновидностей оценочных презентационных высказываний (позитивно- и негативно-оценочных) представляет собой довольно редкое явление в англоязычной диалогической коммуникации в сфере науки.

В-третьих, презентация в англоязычном научном диалоге почти всегда профессионально ориентирована, то есть связана с отнесением лица к конкретной профессиональной группе / общности. Она может указывать на научный ранг исследователя (*Thank you, Doctor Kass*), его должность (*I am Atul Gawande, a staff surgeon at the Brigham and Women's Hospital here in Boston <...>*), область знания, к которой он имеет отношение (*I have a background as a psychologist*), разрабатываемую им тему (*He has a specific interest in using molecular genetics to refine the clinical phenotype*) или на общую принадлежность к сфере науки (*Guess my question to all of you, mostly the scientists, is what is a neurophysical/biological basis <...>?*) и, таким образом, подчеркивать статус ученого, содействовать укреплению его имиджа в глазах окружающих.

В пространстве англоязычного научного диалога обнаруживаются и случаи непрофессиональной презентации (*Draw the conclusions based on the experiment that you have done as adults. Being a little bit more of a visual thinker, your diagrams of the two triangles stuck in my head*), однако их употребление ограничивается всего несколькими эпизодами, что связано с институциональной спецификой изучаемой разновидности общения.

Наконец, в-четвертых, прагматика презентационных действий довольно разнообразна. Иллокутивные намерения говорящего, использующего презентационные высказывания, могут варьироваться от установления контакта (*And so I want to turn to both of you, Dr. Waisel and Dr. Truog*) до аргументации (*For me, as a clinician, that question is very surprising because you have a question of repetition*), от блокировки критики (*So it is, I think, important to explore this possibility of zero emissions coal, but again I am not an expert on that*) до выражения оценки (*Boy, you are a really bad teacher*).

Таким образом, презентационные речевые акты, функционирующие в научном диалоге, представляют собой весьма эффективное средство речевого воздействия, о чем свидетельствует их способность участвовать в реализации самых разных коммуникативных стратегий и тактик (аргументативных, оценочных, диалогических и др.) и что обуславливает их востребованность в исследуемой разновидности общения.

А. В. Чигирь

КАТЕГОРИЗАЦИЯ СОБИРАТЕЛЬНЫХ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ В КОГНИТИВНОМ АСПЕКТЕ

Познание окружающего мира неразрывно связано с процессами концептуализации и категоризации. Осмысление единичности или множественности является фундаментальным аспектом упорядочивания действительности, и категория собирательности, выраженная прежде всего в собирательных существительных, представляет собой один из ключевых способов отражения множества в языке. Понимание когнитивных механизмов такой категоризации позволяет глубже понять принципы взаимодействия мышления и языка. Данная статья ставит целью рассмотреть категоризацию собирательных существительных с когнитивной точки зрения.

Когнитивный подход трактует собирательность как результат концептуализации, при которой множество дискретных единиц воспринимается как интегрированное целое. Как отмечал М. В. Ломоносов, такое «собрание многих видов» соответствует одному понятию и обозначается одним собирательным именем. Таким образом, собирательные существительные, отсылая к совокупности реальных объектов, именуют ее как единую сущность (М. В. Ломоносов, 1755).

Собирательность основывается не только на концептуализации множества, но и на восприятии его как единой, деиндивидуализированной сущности. В. Н. Дацкова предполагает, что одним из факторов возникновения собирательности является языковая тенденция к обобщению и абстрагированию от иррелевантных признаков. Подтверждением связи собирательности и абстракции служит омонимия словообразовательных аффиксов, участвующих в образовании как абстрактных, так и собирательных существительных (В. Н. Дацкова, 2013). Например, в немецком языке суффиксы *-schaft* и *-tum* продуктивны в словообразовании обеих групп существительных (ср. *die Freundschaft* ‘дружба’ и *die Kundschaft* ‘клиентура’; *der Reichtum* ‘богатство’ и *das Bürgertum* ‘буржуазия’). Нередки также случаи лексической омонимии, как, например, *das Judentum* ‘иудаизм’ (реже – ‘еврейство’) обозначает не только религию евреев, но и этнорелигиозную группу в целом. Существительное *die Bürgerschaft* ‘гражданское общество’, называющее совокупность граждан, в швейцарском варианте немецкого языка означает также гражданство, подданство.

В основе выделения собирательных существительных как отдельного класса лексики лежит категоризация – когнитивный процесс отнесения явления, объекта или процесса к определенному классу на основе личного опыта и представлений о мире (Е. С. Кубрякова, 1997). Для собирательности главным критерием категоризации становится представление о множестве однородных объектов, концептуализируемое и обозначаемое как одна единица. Происходит «свертывание» множества денотатов в единый концепт, получающий однословное наименование (В. Н. Дацкова, 2013).

Классическая теория категоризации Аристотеля предполагает четкие границы между категориями. Однако исследования в когнитивной лингвистике показывают, что естественные категории, в том числе и языковые, часто имеют нечеткие границы. Категория собирательности не является исключением. Сложность представляет разграничение категорий собирательности и конкретности. Например, слово *толпа* может рассматриваться и как собирательное, и как конкретное. Разграничение собирательности и вещественности также не всегда очевидно, к примеру, в отношении слов *жемчуг* и *горох* (В. Н. Дашкова, 2013).

Наряду со сложностью определения границ, непростой представляется и организация категории собирательных существительных вокруг прототипа. Концепты, формирующие данную категорию, с трудом поддаются организации вокруг единого прототипического ядра по принципу убывания сходства, как это постулируется теорией Э. Рош. А. Вежбицкая также отмечает нецелесообразность исключительной опоры на прототипический подход и предлагаєт синтез классического и прототипического подходов, акцентируя роль как прототипа, так и семантического инварианта (А. Вежбицкая, 1997).

М. А. Живокина, анализируя английские собирательные существительные, подчеркивает, что категоризация может затрагивать не только факт множественности, но и характер организации совокупности, а также предметные характеристики ее элементов, которые могут выступать в роли прототипов. Ссылаясь на словарь Е. К. Бруэра, где номинативные словосочетания с собирательными именами существительными объединены в суперординантную категорию «множества тех или иных однородных предметов», М. А. Живокина отмечает, что эта категория включает множество субординантных элементов, то есть конкретных собирательных существительных. Каждый такой элемент, являясь вариантом, сохраняет признаки суперординантной категории, обладая при этом набором специфических отличительных семантических признаков (М. А. Живокина, 2006).

Таким образом, представляется эффективным рассматривать класс собирательных существительных как совокупность нескольких субординантных групп, сохраняющих инвариантное значение множественности, но обладающих различными вариативными значениями собирательности, выраженным через определенные семантические компоненты. На основе этих сем можно выделить основные подкатегории собирательных существительных.

Первая подкатегория включает лексемы, обозначающие совокупности одушевленных объектов. Здесь выбор собирательного термина определяется качественными характеристиками исчисляемого объекта. Наличие лексем, семантически связанных с обозначаемым объектом, наблюдается в разных языках. А. Г. Спиркин приводит примеры из меланезийских языков со специализированными словами для счета предметов: *a buri* ‘десять кокосов’, *bola* ‘десять рыб’ (А. Г. Спиркин, 1954). В германских и славянских языках сохранились собирательные существительные, имплицитно сочетающие количественный и предметный аспекты, например, немецкое существительное *der Rudel* ‘стая’ употребляется для описания множества собак или

волков, а *die Schule* ‘стадо’ – для указания на семью морских млекопитающих, например, дельфинов. В русском языке наиболее известными примерами собирательных существительных, сочетающих в себе качественные и количественные признаки, являются слова *табун*, *отара* и *косяк*.

По мнению М. А. Живокиной, предметные характеристики объектов первой подкатегории могут рассматриваться как прототипы, играющие ведущую роль в семантике собирательных существительных. Прототипичность проявляется в метафорических переносах, когда названия групп животных используются для обозначения групп людей, при этом группа животных выступает прототипом для описания множества людей со схожими характеристиками, например, *ein Rudel von Dieben* ‘стая воров’ указывает на сплоченный характер членов совокупности, а также на их хищническую деятельность.

Вторая подкатегория объединяет лексемы, семантика которых акцентирует внимание на способе организации элементов внутри совокупности. Существительные этой группы описывают пространственное расположение, физическую связанность, а также наличие или отсутствие внутренней структуры множества. Для существительных этой группы схема пространственной организации выступает в роли прототипа, например, *das Bündel* ‘связка, кучка’ указывает на тесную связь членов совокупности, а *die Reihe* ‘ряд, шеренга’ – на их организацию в пространстве.

Третья подкатегория представлена лексемами с общим значением «многого как целого», обозначая крупную, часто недифференциированную совокупность, к примеру, русские существительные *набор*, *корпус* и немецкие *die Menge* ‘множество’ и *das Set* ‘комплект’ (М. А. Живокина, 2006).

Таким образом, категоризация собирательных существительных в когнитивном аспекте позволяет проанализировать глубинные процессы мышления. Собирательность представляет собой фундаментальный способ познания, позволяющий осмыслить множество отдельных сущностей как единое, целостное явление. Ключевыми когнитивными механизмами здесь выступают концептуализация множества как единицы, акцент на деиндивидуализации элементов, а также организация категории собирательных существительных как совокупности субординантных групп с нечеткими границами.

ПРИКЛАДНАЯ ЛИНГВИСТИКА

Н. А. Богданова

РАЗГРАНИЧЕНИЕ МИКРОТЕМ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ЛОГИКО- СЕМАНТИЧЕСКОЙ ФОРМУЛЫ ТЕКСТА

Тема текста является его первейшим и основным параметром. Будучи сверткой, она всегда может быть развернута в полный связный текст. Большинством исследователей правомерно отмечается, что тема текста не является чем-то аморфным, нерасчлененным. Она включает составные части, называемые субтемами, подтемами либо микротемами, текстовыми блоками, топиками, партитекстами. Можно сказать, что тема текста представляет собой иерархическую структуру, состоящую из более мелких единиц, которые соединяются между собой не хаотично, а по определенным правилам, обеспечивая ту или иную форму тематического развертывания.

Для решения задач моделирования содержания текста необходимо использование денотативного подхода, который опирается на концептуальные структуры. С позиций этого подхода основной единицей содержания является денотат, представляющий собой образ фрагмента действительности. Содержание структурно, так как в нем можно выделить дискретные элементы и отношения между ними. Денотатная структура текста предполагает выделение ключевых, наиболее важных элементов текста (слов, предложений), по которым можно судить о его содержании. Одна из первых методик компрессии текста с использованием ключевых слов была разработана Л. В. Сахарным. Суть ее состоит в том, что к каждому развернутому тексту в процессе его компрессии могут быть получены наборы ключевых слов различного объема, а в предельном случае компрессия может привести к выделению одного основного ключевого слова. Иерархия «развернутый текст – набор ключевых слов – основное ключевое слово» отражает смысловую структуру текста. Таким образом, содержание текста – это эксплицитно выраженная при помощи ключевых слов информация текста, являющаяся основой его темы.

Схожие композиционные принципы построения текстов, принадлежащих одному речевому жанру, можно обобщить в виде логико- семантической формулы текста (ЛСФТ). Метаязык построения ЛСФТ опирается на:

- ключевые слова текста;
- речевые регистры текстовых фрагментов;
- рематические доминанты текстовых фрагментов.

Выделение ключевых слов происходит автоматически на основе алфавитно-частотного словаря текста. Слова распределяются по категориям: главные опорные слова, второстепенные опорные слова и прочие слова с учетом их частотности и покрытия текста. Речевые регистры и рематические

доминанты текстовых фрагментов выявляются в процессе анализа текста исследователем. Базовое правило выделения микротем опирается на следующие критерии:

- состав главных / второстепенных / прочих опорных слов остается неизменным;
- остается неизменной принадлежность фрагмента речевому регистру;
- рематическая доминанта текстового фрагмента не меняется.

Таким образом, смена микротемы происходит в случае смены состава действующих лиц, смены способа подачи информации, а также смены типы ремы фразы. Рассмотрим несколько примеров, взятых из немецкого короткого рассказа Альфреда Андерса «*Ein Vormittag am Meer*».

«*Er streifte seine Hose ab, zog die Badehose an, dann die Hose wieder darüber*». В данном случае речь идет о действиях главного героя, пришедшего на пляж. Единство микротемы обусловлено однородностью акциональной рематической доминанты, принадлежностью к повествовательному подрегистру изобразительного регистра и отнесенностью действий к главному действующему лицу. Такая микротема получает уникальный код и используется во всех случаях, где встречается схожий текстовых фрагмент.

Следующий случай иллюстрирует смену регистра повествования: «*Ja, aber, hatte sie gesagt, du zahlst an Zinsen insgesamt mehr als den Betrag der Hypothek, das Haus kostet dich also mindestens das Doppelte von dem, was sein Bau wirklich gekostet hat. Seine Frau war vor ihrer Heirat Sekretärin gewesen*». Диалог главных героев прерывается информацией автора о профессии главной героини. Данная информация относится к информативному регистру, так как в отличие от фрагментов описательного регистра не участвует в непосредственном сюжетодвижении. Информативный регистр предлагает сообщения о фактах, событиях, свойствах, поднимающихся над наблюдаемым в данный момент, отвлеченных от конкретной длительности единичного процесса. Такой же случай представлен и в следующем фрагменте: «*Entschlossen ging er auf sie zu; er wollte heute unbedingt schwimmen. Wenn der gelbe Wimpel flatterte, war es eigentlich verboten zu schwimmen*». Информация о действиях и желаниях главного героя прерывается пояснением автора об обстоятельствах отдыха на море, причем не в данном конкретном случае, а вообще, поэтому вместе со сменой регистра происходит смена микротемы. Здесь наблюдается явная ретардация повествования, т.е. замедление динамики сюжетодвижения. Данное замедление может объясняться как логикой самого повествования, так и особенностями авторского стиля.

В следующем примере микротема меняется в рамках одного предложения, так как происходит смена состава действующих лиц: «*Die beiden kleinen Mädchen sprangen erfreut auf, als er kam, und er ging mit ihnen eine halbe Stunde lang am Strand spazieren, half ihnen, Muscheln zu finden*». В данном сложном предложении вначале речь идет о действиях дочерей главного героя, а затем о действиях самого главного героя. Несмотря на единство регистра и рематических доминант происходит смена действующего лица, поэтому меняется и микротема.

Не всегда удается точно определить границы микротем. Проблемные случаи разграничения микротем можно классифицировать на основании вызывающих их причин. С одной стороны, это причины, связанные с автоматической обработкой текста компьютером. Выделение главных и второстепенных слов текста происходит на основании коэффициента важности слова, который вычисляется для каждого слова на базе алфавитно-частотного словаря текста. Этот словарь, в свою очередь, также строится автоматически, однако для более точного отображения результатов требуется предварительная обработка текста и постредактирования словаря. От того, как именно будет происходить предобработка и постредактирование словаря, зависит список гласных и второстепенных опорных слов. С другой стороны, есть причины, связанные с лексической, синтаксической и графической организацией текста, когда возникают вопросы отнесения фрагмента к рематической доминанте, смене регистра внутри одного предложения или выделения отдельных слов в предложения.

Решение проблемных случаев в целом видится двояким и зависит от подхода исследователя. Первое решение, основанное на информационном подходе к тексту, будет исходить из того, что текст является носителем информации и эта информация представлена так или иначе в опорных словах текста, выявляемых статистически, поэтому все единицы, содержащие схожую информацию, должны объединяться в одну группу и частотность упоминания каждой единицы должна суммироваться со схожими. Другое решение будет опираться на текст как отражение авторской интенции, авторского видения мира. В данном случае необходимо будет привести частотные показатели токенов в соответствие с авторским видением картины мира и выделить разные аспекты упоминания одних и тех же референтов в разные токены с разной частотностью. Тогда может оказаться например, что упоминание мужа и жены как пары обладает большей частотностью, чем их упоминание по отдельности, что является существенной особенностью как для интерпретации текста, так и для описания идиостиля автора.

В. М. Василевская

ПРОБЛЕМА АВТОМАТИЧЕСКОГО РЕФЕРИРОВАНИЯ РУССКОЯЗЫЧНЫХ НАУЧНЫХ ТЕКСТОВ В СФЕРЕ ИКТ: ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ ОНЛАЙН-СЕРВИСОВ НА БАЗЕ НЕЙРОСЕТЕЙ

В современном мире, где объем информации в области информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) постоянно растет, задача рефериования текстов становится особенно актуальной. Эффективное извлечение ключевых идей и результатов из массива публикуемых материалов необходимо для всех, кто стремится оставаться в курсе последних тенденций и разработок.

Целью настоящего исследования является проведение сравнительного анализа различных онлайн-сервисов, функционирующих на базе нейросетей и поддерживающих функцию реферирования русскоязычных текстов, с акцентом на их эффективность в обработке материалов из области ИКТ, регулярно содержащих математические формулы, алгоритмы и большое количество аббревиатур. **Эмпирическую базу** исследования составили 15 абстрактивных автоматических рефераторов, полученных нами на основе текстов ИКТ-тематики, отобранных из научной электронной библиотеки «КиберЛенинка». Исследование проводилось на базе пяти различных сервисов, отвечающих следующим условиям: доступность для пользователей белорусского интернет-сегмента, бесплатный доступ к функционалу, поддержка обработки русскоязычных текстовых материалов.

Критерии технической оценки включали: тип реферирования (абстрактивное или экстрактивное), максимально допустимое к обработке количество символов с пробелами, наличие функции регулировки степени сжатия и средний объем реферата относительно исходного текста при настройке либо запросе сжатия на 50 % (таблица).

**Технические характеристики сервисов, использованных
для сравнительного анализа эффективности обработки ключевых элементов
русскоязычных научных текстов тематики ИКТ**

Сервис/Критерий	Тип реферирования	Кол-во символов с пробелами	Выбор степени сжатия	Средний объем реферата от оригинала, %
1. YaGPT	абстрактивное	4000	да	19,2
2. Neural Writer	абстрактивное	10000	да	20,4
3. Word Counter	абстрактивное	>15000	нет	24,0
4. Myneuralnetworks	абстрактивное/ экстрактивное	10000	да	29,1
5. GPT-4	абстрактивное	>15000	да	46,0

Содержательная оценка работы анализируемых сервисов предполагала анализ их способности корректно воспроизводить в реферате ключевые элементы ИКТ-текстов, включая математические формулы, алгоритмы и специализированные аббревиатуры, характерные для данной предметной области.

1. **Передача алгоритма.** Алгоритмы часто имеют сложную структуру, включающую множество шагов, условий и циклов. Ограниченная способность нейросетевых моделей к адекватному распознаванию формальной логики алгоритмов негативно влияет на качество их представления в ре-

фератах. В исходном тексте фрагмент с алгоритмом включал: вербальное описание принципа работы алгоритма, инициальный шаг с перечислением условий его выполнения, два следующих алгоритмических шага.

Результаты исследования демонстрируют, что ни один из проанализированных сервисов рефериования не обеспечил полной и точной передачи алгоритмических структур. При сохранении общей структуры шагов и условий в большинстве случаев наблюдались существенные семантические искажения исходного содержания и частичная утрата важных деталей. Наибольшие отклонения от исходного текста зафиксированы в сервисе myneuralnetworks, реферат которого полностью исключил вербальное описание алгоритма, последовательность шагов выполнения и условия перехода. Относительно лучшие показатели продемонстрировал сервис YaGPT, сохранивший полную структуру, базовую логику выполнения и ключевые условия, хотя и с частичными смысловыми искажениями, связанными с утратой деталей второстепенной значимости.

2. Передача формулы. Формулы могут иметь сложную структуру, включающую различные операторы, функции и переменные. Нейросети могут испытывать трудности при распознавании и интерпретации этих элементов, что обусловлено ограниченной способностью моделей к корректному распознаванию формальных выражений и адекватной интерпретации сложных взаимосвязей между переменными. В реферируемом материале было два фрагмента текста, содержащих формулы. Каждый фрагмент текста с формулой включал: вербальное описание формулы, собственно формулу, описание переменных формулы.

Анализ результатов обработки формул выявил существенные ограничения: в большинстве случаев содержательные фрагменты сводились к кратким вербальным описаниям (1–2 предложения), имеющим значительные смысловые искажения. Наиболее эффективным оказался сервис GPT-4, который в одном из случаев корректно идентифицировал и передал все ключевые элементы формулы, однако при непосредственном включении ее в реферат допустил добавление посторонних символов, что привело к нарушению исходной семантики. Условно приемлемый результат продемонстрировал YaGPT, экстрактивно сохранивший в реферате один из формульных фрагментов целиком, однако полностью проигнорировал все остальные смысловые блоки исходного текста, что делает полученный реферат семантически неполноценным и не соответствующим базовым требованиям к научному рефериированию.

3. Передача аббревиатур. Нейросетевые модели испытывают трудности при обработке текстов с множеством аббревиатур из-за недостатка контекста и их многозначности в разных областях. Это приводит к ошибкам в расшифровке и искажению смысла при рефериировании специализированных материалов.

Наиболее низкую эффективность при обработке текстов с высокой концентрацией аббревиатур продемонстрировал сервис Neural Writer, допустивший грубую ошибку в интерпретации термина *NLP* (Natural Language

Processing), некорректно транслитерировав его как *НЛП* (нейролингвистическое программирование), что свидетельствует о неспособности системы учитывать тематический контекст и приводит к полному искажению смысла исходного материала. Дополнительным недостатком данного сервиса стала тенденция к исключению из рефератов фрагментов с множественными аббревиатурами, что повлекло за собой потерю значимых микротем. Наилучшие результаты показал GPT-4, обеспечивший корректную передачу большинства аббревиатур, тогда как сервисы Word Counter и Myneuralnetworks, несмотря на удовлетворительное качество интерпретации переданных аббревиатур, продемонстрировали потерю некоторой части аббревиатур вместе с содержащими их смысловыми блоками оригинального текста.

Проблемы, возникающие у нейросетей при рефериовании текстов, содержащих алгоритмы, формулы и аббревиатуры, приводят к значительному сокращению объема реферата. Сложные для обработки элементы текста часто исключаются, что негативно сказывается на полноте и точности представляемой информации. При запросе сжатия текста оригинала на 50 % лучший результат показал сервис GPT-4, средний объем сгенерированных им рефератов составил 46 % от оригинала. Наименьший объем имеют рефераты, созданные при помощи YaGPT – в среднем 19,2 % от оригинала.

Основные выводы:

1. Автоматические рефераты, генерируемые сервисами на базе нейросетей, являются абстрактивными. Такой тип рефериования слабо поддается контролю со стороны пользователя и оказывается малоэффективным в тех случаях, когда особенно важны полнота и точность передачи информации оригинала.
2. Специфические элементы текстов в области ИКТ (алгоритмы, формулы, аббревиатуры) представляют значительные трудности для нейросетевых моделей при рефериовании. Это приводит к сокращению объема итогового текста, а также к неполной и неточной передаче содержания оригинала. Наибольшие трудности возникают при передаче алгоритма, наименьшие – при передаче аббревиатур.
3. Использование сервиса Neural Writer для рефериования текстов ИКТ представляется нецелесообразным из-за низкой эффективности в передаче специфических элементов. Средний объем создаваемых этим сервисом рефератов (20,4 % от объема оригинала) является недостаточным для воспроизведения всех существенных данных исходного текста.
4. Сервис YaGPT не подходит для рефериования текстов ИКТ, что обусловлено ограничением по количеству символов, доступных к обработке (всего 4000), а также возникающими ошибками при работе с текстом, содержащим специфические элементы.
5. Требуется проведение дополнительных исследований с привлечением расширенного корпуса текстов для оценки эффективности сервисов рефериования на базе нейросетей (Word Counter, Myneuralnetworks, GPT-4 и аналогичных) в области ИКТ. Сгенерированные рефераты должны быть подвергнуты анализу в рамках лексико-семантического подхода (обработка ключевых элементов, контекста

их употребления, синтаксической структуры и межфразовой семантики) с целью определения степени адекватности передачи содержания исходного текста и учета выявленных ошибок при разработке модели автоматической компрессии русскоязычных научных текстов в области ИКТ.

С. В. Козлова

НОВАЯ АРХИТЕКТУРА ИНСТРУМЕНТАЛЬНОЙ БАЗЫ ИИ ДЛЯ НАПИСАНИЯ ДИССЕРТАЦИЙ ПО ЛИНГВИСТИКЕ

Современная лингвистика, как и другие гуманитарные науки, всё активнее интегрирует цифровые технологии, и в частности – инструменты искусственного интеллекта. Однако в большинстве случаев мы сталкиваемся с фрагментарным использованием ИИ: он служит либо средством генерации текста, либо вспомогательным инструментом для стилистической или орографической правки. Между тем, написание лингвистической диссертации – это сложный когнитивный и исследовательский процесс, требующий системной логики, аргументации, обоснования научных гипотез и глубокого знания предметной области. В этом контексте возникает необходимость в новой архитектуре инструментальной базы ИИ, способной не просто помогать, а координировать и усиливать научное мышление, действуя в тесной кооперации с человеком.

Ключевые сложности, с которыми сталкивается лингвист при написании диссертации, можно обозначить следующим образом:

Во-первых, это перенасыщенность научного поля информацией. Ориентироваться в потоках проводимых и проведенных исследований, выявлять лакуны и формировать собственную научную позицию становится всё труднее.

Во-вторых, это ограниченность времени и ресурсов: подготовка обоснованного, лексически или терминологически точного и логически связного текста требует значительных затрат.

В-третьих, существующие ИИ-инструменты либо недостаточно адаптированы под лингвистическую специфику, либо не обеспечивают сквозной поддержки в процессе научного нарратива.

На сегодняшний день существует множество решений, имеющих отдельные функции. К примеру, такие платформы, как *ProWritingAid* или *LanguageTool*, обеспечивают базовую языковую корректность текста. Генеративные модели, такие как *ChatGPT* или *Le Chat*, умеют формулировать тексты на заданную тему, но при этом не способны отслеживать внутреннюю логику исследования или поддерживать научный дискурс в долгосрочной перспективе.

Инструменты поиска и анализа научной информации, такие как *Semantic Scholar* или *Scite*, предлагают доступ к источникам и возможность отсле-

живания цитирования, но не вовлечены в сам процесс написания научного текста. Всё это создаёт ситуацию, при которой исследователь вынужден переключаться между платформами, теряя при этом целостность и когнитивный фокус научного анализа.

Мы предлагаем перейти от фрагментарного использования ИИ к архитектуре взаимодействующих уровней, каждый из которых играет свою специфическую роль.

Первый уровень – исследователь (человек). Именно он определяет научную задачу, формулирует гипотезу, осуществляет финальную редактуру и принимает решения. Он – субъект научного процесса.

Второй уровень – архитектор ИИ (ментор). Этот компонент отвечает за стратегическое проектирование структуры исследования, последовательность аргументации, соответствие научному стилю и логике. Он моделирует макроуровень дискурса и помогает выстроить связный каркас диссертации. *ChatGPT* известен своими возможностями генерации текста и уже используется в академических целях.

Третий уровень – помощник-генератор. Это уровень, на котором работают LLM-модели (тип ИИ, специально разработанный для понимания и генерации человеческого языка): они помогают формулировать отдельные абзацы, примеры, интерпретации данных, предложения по формулировке заголовков, аннотаций и т.д. Этот уровень подвержен контролю как со стороны исследователя, так и со стороны архитектора.

DeepSeek обладает всеми необходимыми качествами, чтобы быть эффективным ИИ-помощником-генератором: высокой производительностью, способностью обрабатывать длинные контексты и универсальностью.

QuillBot – это инструмент для перефразирования текста, который использует ИИ для создания альтернативных формулировок. Он может помочь сделать текст более разнообразным и улучшить его читаемость.

Frase.io – это инструмент для генерации и оптимизации контента, который использует ИИ для создания текстов на основе ключевых слов и исследований.

Четвёртый уровень – вспомогательные инструменты:

1. Автоматическая генерация библиографических списков: например, программы *Zotero* или *Mendeley*, которые автоматически форматируют списки литературы в соответствии с выбранным стилем.

2. Стилистическая коррекция: такие инструменты, как *Grammarly* или *LanguageTool*, которые проверяют текст на грамматические и стилистические ошибки.

3. Перевод терминологии: сервисы *DeepL* или *Google Translate*, которые помогают с переводом специализированных терминов.

4. Анализ корпусных данных: программы для анализа больших объемов текстовых данных, такие как *NVivo* или *ATLAS.ti*.

5. Построение понятийных карт: инструменты *MindMeister* или *Coggle*, которые помогают визуализировать связи между концепциями.

6. Визуализация результатов: программы для создания графиков и диаграмм, такие как *Tableau* или *Power BI*.

Эти модули не участвуют в генерации, но повышают точность и удобство работы.

Ключевыми принципами архитектуры являются:

- итеративность: взаимодействие между уровнями происходит непрерывно, в режиме обратной связи;
- модульность: каждый уровень может быть подключён по мере необходимости и адаптирован под конкретную задачу;
- гибкость и расширяемость: возможность настройки под школу, направление, методологию.

Приведем несколько примеров, демонстрирующих, как предложенная архитектура может быть применена в рамках диссертации по лингвистике:

В лексикологии – автоматическая генерация лексических полей и микрополей, подсказки для структурирования словарных статей, сравнение с корпусами;

В прагматике – моделирование диалогов, распознавание речевых актов, сравнение прагматических стратегий в разных языках;

В корпусной лингвистике – автоматическое извлечение релевантных примеров, кластеризация по грамматическим или лексико-семантическим признакам;

В металингвистическом анализе – ИИ может анализировать стиль, регистр, использование терминологии, помогая улучшать академическую выразительность.

Таким образом, речь идёт не об одном «умном помощнике», а о кооперации уровней, каждый из которых дополняет исследовательскую работу, оставаясь под контролем и соответствую задачам лингвиста.

Безусловно, предложенное решение требует обсуждения ряда серьёзных вопросов.

Прежде всего, это этика: кто автор, где граница между подсказкой и готовым фрагментом?

Во-вторых, вопрос доверия: может ли ИИ навязывать структуру, которая не соответствует научной интуиции исследователя?

В-третьих, будущее научного письма: не произойдёт ли девальвация навыка письма как такового?

Наш ответ: в гибридной модели человек остаётся автором и судьёй, но ИИ становится соавтором на вспомогательных этапах. Не машина заменяет исследователя, а исследователь усиливает себя за счёт инструментов.

Предложенная архитектура инструментальной базы ИИ для написания диссертаций по лингвистике – это попытка систематизировать взаимодействие между человеком и машиной в условиях академического письма. Это не замена традиционного научного метода, а его расширение и адаптация к новым условиям. Уверены, что дальнейшее развитие таких систем приведёт к повышению качества научных работ, сокращению времени подготовки и, самое главное, к более глубокому осмыслинию лингвистических проблем.

Ю. Б. Крапивин

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Искусственный интеллект (ИИ) как технология объединяет множество методов, применяемых в зависимости от особенностей решаемой задачи:

– методы символьического ИИ, связанны с ориентацией на обширную систему правил, гарантирующих точность решения в заданных корректных условиях;

– методы машинного обучения, отличаются большей степенью адаптации к изменчивым условиям;

– нейросетевые методы, в том числе глубокого обучения, демонстрируют высокое качество результатов, обусловленных сочетанием доступных высокопроизводительных вычислительных ресурсов (например, сервисы Google Cloud, Amazon Web Services, Microsoft Azure, Yandex.Cloud) и больших наборов обучающих данных в рассматриваемой предметной области; и оказывает огромное влияние на различные аспекты жизни в целом (см. рисунок 1).



Диаграмма Венна, иллюстрирующая структуру применяемых методов в рамках научного направления (Ф. Шолле 2023)

Актуальность применения методов ИИ в образовательном процессе очевидна и обусловлена стремительно протекающими этапами цифровизации, выражаящимися во все более активном использовании информационно-коммуникационных, облачных технологий и технологии больших данных, создающих прочную основу для создания и дальнейшего развития:

– интеллектуальных обучающих систем, выявляющих и фиксирующих трудности в процессе приобретения учащимися знаний, умений и навыков;

– интеллектуальных систем, действующих возможностями цифровой образовательной среды с целью проведения оперативной оценки в режиме реального времени и прогнозирования процесса и наиболее вероятных результатов образовательной работы;

– интеллектуальных систем на базе технологий генеративного ИИ, автоматизирующих процессы подготовки дидактических и учебно-программных материалов.

Обеспечение баланса между качеством ожидаемых результатов и затратами, связанными с разработкой таких систем, может быть достигнуто за счет применения нейросетевых методов на базе больших языковых моделей, фиксирующих скрытое пространство естественного языка, его статистическую структуру, таких как ChatGPT, Yandex.GPT, GigaChat и др. Их тесная интеграция с современными сервисами обмена текстовыми сообщениями делает возможной обеспечение гибкости в части настройки особенностей функционирования интеллектуальной системы и ее адаптации к предметной области и обучаемому. Это также позволяет автоматизировать процессы работы с текстовыми материалами в свободной форме, обрабатывая сообщения на естественном языке, выполняя оценку эмоционального состояния обучаемого, распознавая, что именно нужно пользователю и т.д.

Например, использование функциональности большой языковой модели такой, как ChatGPT может обеспечить:

– сравнение ответов обучаемого с правильными решениями, проведение их дальнейшего анализа на соответствие требованиям и подготовку указаний на недочёты;

Задача: «*Найти корни уравнения $x^2 - 5x + 6 = 0$.*»

Ответ студента: « *$x = -2$ и $x = -3$.*»

Ответ ChatGPT: «*Ваш ответ неверный. Если разложить уравнение на множители, получится $(x-2)(x-3)=0$. Следовательно, корни: $x=2$ и $x=3$.*»

– поиск и исправление ошибок в ответах обучаемого, объясняя, где именно была допущена ошибка и почему;

Ответ обучаемого: «*She go to the store yesterday.*»

Исправление ChatGPT: «*Ошибка в использовании глагола. Поскольку речь идёт о прошедшем времени, нужно использовать форму 'went'. Правильный вариант: 'She went to the store yesterday.'*»

– проверку эссе на предмет допущенных ошибок в части структуры, логики и грамматики, предоставляя рекомендации по улучшению текста.

Исходный текст: «*Изобретение электричества – одно из самых важных событий в истории человечества. Оно помогает нам каждый день, и без него жизнь была бы совсем другой.*»

Исправление ChatGPT: «*Попробуйте сделать вступление более содержательным, добавив детали. Например: 'Изобретение электричества стало поворотным моментом в истории человечества, изменив наше восприятие технологий и повседневную жизнь.'*»

Важно учитывать, что разработка и внедрение указанных систем предполагает подготовку методических разработок, которые будут положены в основу педагогической модели, модели предметной области и модели обучаемого – важных элементов типовой архитектуры интеллектуальной системы, автоматизирующей и реализующей элементы образовательного процесса.

Ю. Ю. Красовская

ПАРАМЕТРИЗАЦИЯ МЕТАДАННЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И РУССКОЯЗЫЧНЫХ ТРЕВЕЛ-БЛОГОВ

В современном цифровом пространстве тревел-блоги становятся одним из самых популярных и влиятельных форматов медиаконтента. Благодаря доступности цифровых технологий и онлайн-платформ тревел-блоггеры нередко выступают в роли конкурентов профессиональным журналистам и туристическим агентствам, оказывая влияние на поведение и выбор потребителей.

В отличие от медиатекстов традиционной журналистики, тревел-блоги характеризуются высокой степенью субъективности, гибкостью формата и мультимодальной природой, ориентированностью на массовую аудиторию (Т. Г. Добросклонская, 2008). В нашем исследовании под мультимодальностью понимаются способы восприятия информации одним из органов чувств (А. А. Кибрик, 2010). Мультимодальная природа тревел-блогов усиливает воздействие контента, формируя комплексное восприятие, ориентированное на массовую аудиторию. Автоматизированный анализ тревел-блогов вызывает трудности: тревел-контент отличается спонтанностью, эмоциональностью, насыщенностью элементами интернет-коммуникации (эмодзи, хэштеги, гиперссылки), а также наличием визуальных и аудиальных компонентов, значение которых зачастую сложно интерпретировать вне контекста.

Для автоматизированного анализа тревел-блогов необходимо выполнение ряда последовательных этапов, первым из которых является параметризация метаданных. Под параметризацией метаданных тревел-блогов понимается процесс выделения, структурирования и формализации вспомогательной информации о медиаконтенте, не относящейся непосредственно к основному тексту, но играющей значимую роль в его интерпретации и аналитической обработке. К метаданным тревел-блогов относятся имя или псевдоним автора, дата публикации, числовые показатели вовлечённости аудитории (лайки, просмотры, комментарии и т.п.), сведения о платформе размещения.

В рамках исследования нами разработан прототип программного обеспечения для автоматизированной параметризации мультимодального тревел-контента с платформ TikTok, YouTube, Instagram с использованием языка программирования Python. Для каждой из платформ разработан отдельный скрипт в зависимости от технических особенностей и ограничений платформы. Основной задачей разработанного программного обеспечения является сбор метаданных в автоматическом режиме.

Разработанный скрипт для платформы TikTok позволяет извлекать ключевые характеристики из короткого видео: URL-ссылку, имя автора, количество лайков, комментариев и сохранений. Наша программа оснащена графическим интерфейсом на базе библиотеки Tkinter, что обеспечивает

доступность её использования для пользователей без технической подготовки. После ввода ссылки на TikTok-видео скрипт инициирует браузер в фоновом режиме, осуществляет переход по указанному адресу и извлекает необходимые параметры с веб-страницы. Полученные данные автоматически сохраняются в Excel-таблице, с проверкой на наличие дубликатов, т.е. ранее обработанные видео не включаются повторно. Результатом работы скрипта становится структурированная база метаданных, пригодная для анализа пользовательской активности, уровня вовлечённости и тематических предпочтений в тревел-сегменте платформы.

Аналогичный скрипт создан нами для платформы YouTube с использованием библиотеки `yt_dlp` – форка `youtube-dl`. Скрипт предназначен для извлечения ключевых метаданных видеоконтента: названия видео, имени канала, количества просмотров, лайков, комментариев, даты загрузки. Эта программа также оснащена графическим интерфейсом, в котором пользователь вводит ссылку на видео, после чего скрипт с заданными параметрами (например, `noplaylist=True`, `extract_flat=True`, `quiet=True`) извлекает только метаданные без загрузки самого видеофайла. Полученные данные сохраняются в Excel-таблицу с проверкой на дублирование записей.

Для повышения эффективности работы скрипта предусмотрены дополнительные настройки, исключающие обработку плейлистов и подавляющие лишние предупреждения. Извлечение метаданных с платформы YouTube осложняется тем, что значительная часть информации загружается динамически посредством JavaScript и недоступна при стандартном HTML-парсинге. Дополнительные сложности связаны с мерами защиты YouTube от автоматизированных запросов: капчами, лимитами и блокировками.

Для извлечения метаданных с платформы Instagram нами создан аналогичный скрипт с использованием библиотеки `instaloader`, которая позволяет имитировать действия пользователя и позволяет осуществлять обход ограничений платформы. При вводе пользователем ссылки на пост программа извлекает `shortcode`, по которому с помощью метода `Post.from_shortcode` формируется объект публикации. Из него автоматически извлекаются ключевые параметры: имя автора, количество лайков, дата публикации, а также тип контента (фото или видео). Полученные данные сохраняются в Excel-таблицу и могут использоваться для дальнейшего анализа.

Извлечение метаданных с платформы Instagram сопряжено с рядом ограничений, связанных с политикой конфиденциальности и защитой данных от автоматизированного доступа. Доступ к большинству метаданных возможен только при наличии авторизации. Платформа активно использует механизмы защиты от парсинга, включая CAPTCHA, ограничения по IP-адресам и требование верификации через SMS или электронную почту, что существенно осложняет автоматизацию процесса. Дополнительные сложности связаны с ограниченным доступом к официальному API Instagram, который требует авторизации через OAuth, установленных лимитов на количество запросов и регистрации приложений.

Таким образом параметризация метаданных позволила систематизировать большие массивы неструктурированной информации и создать единую модель описания как англоязычных, так и русскоязычных тревел-блогов. Это, в свою очередь, делает возможным в дальнейшем сопоставительный анализ, включая оценку популярности публикаций, динамики интереса к темам и регионам, активности авторов и особенностей восприятия путешествий в различных языковых и культурных средах.

ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА

О. М. Долженкова

ХРОНОТОП СОВРЕМЕННОГО НОВОСТНОГО ДИСКУРСА И ЕГО ОТРАЖЕНИЕ В ТЕКСТОВОМ ХРОНОТОПЕ

Хронотоп или пространственно-временная структура дискурса, коммуникативного события, текста – это многоуровневое явление (J. Blommaert, 2015). Целью данной работы является проследить корреляцию уровней дискурсивного и текстового хронотопа.

В дискурсивном хронотопе можно выделить как минимум три уровня. Во-первых, глобальный хронотоп, планета Земля в третьем десятилетии 21 века, глобализация, изменчивость, неопределенность, стремительное развитие технологий. Среди хронотопических характеристик современного дискурса В. И. Карасик и Г. Г. Слышик называют «коммуникативное сжатие мира» и возросший темп жизни (В. И. Карасик, Г. Г. Слышик, 2021). Постоянно ускоряющийся темп жизни приводит к тому, что растет количество, разнообразие и скорость поступления информации, увеличивается диалогичность на разных уровнях социальной системы (Т. М. Карманова, 2022). Глобальный уровень хронотопа привносит общие черты в новостной дискурс в разных уголках планеты.

Второй уровень дискурсивного хронотопа – своеобразное приближение камеры, тот регион, страна, конкретный отрезок времени, в котором разворачивается дискурс. Например, новостной дискурс в США, Великобритании и Беларуси в апреле 2025 года будет существенно отличаться.

Третий уровень – еще большее приближение камеры, конкретное новостное агентство, ресурс, выпускающий новостные тексты, или город, где выходит новостной текст. При детальном изучении обнаруживаются различия в представлении новостей среди компаний, находящихся в одном дискурсивном хронотопе второго уровня, т. е. в одной стране, принимающих участие в создании новостного дискурса в один и тот же период времени.

Дальнейшее увеличение масштаба приводит нас на четвертый уровень дискурсивного хронотопа. Он является связующим звеном между дискурсивным и текстовым хронотопом, это хронотоп конкретного новостного текста как коммуникативного события, или метатекстовый хронотоп. В первую очередь, это информация о том, где и когда вышел текст. Такая информация важна как для новостного дискурса в целом, так и для индивидуального читателя в конкретной коммуникативной ситуации. Как в общем каталоге новостей на заглавной странице, так и на странице каждого отдельного сообщения обычно обозначено время публикации (2 minutes ago, 1 hour ago, 6 hours ago), которое на следующий день превращается просто в дату. Такая точность коррелирует с характеристиками глобального уровня

дискурсивного хронотопа: возросшим темпом жизни и растущей плотностью новостного потока, из которого адресату должно быть удобно вычленять наиболее актуальные элементы.

Местоположение авторов также является частью метатекстового хронотопа и в новостных текстах может служить подтверждением объективности предлагаемой информации, доказательством того, что авторы находятся в непосредственной близости к описываемым событиям, получают сведения прямо на месте из первых рук. Например, в статье *California passes Japan as fourth largest economy* ‘Калифорния обходит Японию и занимает четвертое место в мире по уровню экономики’ (BBC, 25 апреля 2025) авторы – *Christal Hayes, BBC News, Los Angeles* ‘Кристал Хейс, Новости BBC, Лос Анджелес’ и *Peter Hoskins, BBC News, Singapore* ‘Питер Хоскинс, Новости BBC, Сингапур’. В заголовке текста представлены названия стран, находящихся в фокусе сообщения, и местоположение авторов коррелирует с этими топонимами.

Широкое распространение медиадискурса и социальных сетей, их активное взаимодействие с другими дискурсами определяет следующие особенности современных новостных текстов. Некоторые СМИ, например *The Wall Street Journal*, обозначают сколько времени понадобится для прочтения текста (*2 min read* ‘2 минуты’, *5 min read* ‘5 минут’, *Long read* ‘Длинный текст’), позволяя адресату планировать свое время. *Financial Times* сопровождает каждую статью графическим счетчиком времени.

Кроме того, как и в социальных сетях, на новостных сайтах присутствуют кнопки *Share* ‘Поделиться’ и *Save* ‘Сохранить’, приглашающие адресата расширить метатекстовый хронотоп в виртуальном пространстве, сделать текст видимым на своих страницах в соцсетях, добавить свои комментарии и инициировать дискуссию. BBC предлагает для этого ссылки на *Facebook*, *X (Twitter)*, *LinkedIn*, электронную почту. Кнопка *Save* ‘Сохранить’ приглашает читателя расширить временные рамки метатекстового хронотопа, продлить его существование в хронотопе конкретного читателя, предлагает возможность вернуться к тексту позже, прочитать более внимательно, сравнить с другими новостями. Таким образом, метатекстовый хронотоп выполняет важные прагматические функции управления вниманием читателя, приглашения его/ее к дальнейшим действиям по расширению пространственно-временных рамок и воздействующего потенциала новостного текста, инициирования новых коммуникативных событий на базе этого текста.

Непосредственно текстовый хронотоп – это пространственно-временные параметры описываемой в тексте предметно-референтной ситуации. Рассмотрим взаимодействие дискурсивного и текстового хронотопа на примере статьи *Carmakers win reprieve from Canada and Mexico tariffs*. Статья размещена на сайте британского новостного ресурса BBC 6 марта 2025 г.

Хронотоп предметно-референтной ситуации исследуемого текста имеет сложную структуру из нескольких элементов, в которых отражаются все уровни дискурсивного хронотопа, т. е. в конкретном тексте, как и новостном

дискурсе в целом, хронотоп варьируется при помощи своеобразного «приближения и отдаления камеры». Лингвокогнитивная схема хронотопа может быть обозначена как «карта» с элементами разного масштаба. Это мир в целом, североамериканский континент, включающий Канаду, США и Мексику, отдельные регионы в Канаде и США, а также отдельные граждане Канады и США.

Элемент «Мир» отражает первый глобальный уровень дискурсивного хронотопа, является в данном тексте вспомогательным, небольшим по объему и выражается следующими маркерами: *countries around the world, China, from China, a wider trade war, still intends to move ahead*.

Приближая камеру, мы видим второй элемент – «Североамериканский континент», который коррелирует со вторым слоем дискурсивного хронотопа. Этот элемент в данном тексте является основным, самым объемным и отображает пространственно-временные параметры событий, составляющих тему статьи, и их ключевых участников. Примеры маркеров, образующих данный элемент: *reprieve from Canada and Mexico tariffs* (заглавие статьи), *would temporarily spare, just a day after the tariffs came into effect, to stop drugs from entering the US, after a phone call with Canadian Prime Minister Justin Trudeau, supply chains that stretch across North America*.

Вспомогательный элемент «Отдельные регионы стран Северной Америки» тесно связан с основным элементом, является фактически его частью, однако в статье четко прослеживается дальнейшее увеличение масштаба при помощи маркеров *Ontario Premier Doug Ford, a halt to sales of US liquor in the province, Iowa farmer Bob Hemesath*.

Точно так же последний, четвертый уровень текстового хронотопа включен в предыдущий, но имеет ясно очерченные границы внутри предыдущего «регионального» уровня, а также прямой коррелят на уровне дискурсивного хронотопа. Это слой личностного, индивидуального хронотопа, отображение пространственно-временных параметров отдельных граждан Канады и США в связи с описываемыми в статье событиями. Если в основном уровне «Североамериканский континент» представлены цитаты официальных лиц, то в четвертой части, самой близкой большинству читателей – слова рядовых граждан: *"I don't know where we go with this and how it ends. I just hope that it ends quickly," I'm getting angry and anti-American' – Canadians on tariff threat*. Последняя цитата является подписью к видео, где канадцы делятся своей реакцией, в основном негативной, на представленные в статье события. То есть, личностный слой текстового хронотопа задействует для формирования воздействующего эффекта не только стандартные языковые и речевые средства, но и мультимодальность: видео и аудио, оказываясь наиболее pragmatically нагруженным.

Таким образом, на примере описанного текста прослеживается корреляция различных уровней дискурсивного и текстового хронотопа, при этом метатекстовый уровень (связующий элемент между дискурсивным и текстовым хронотопом), а также индивидуальный уровень текстового хронотопа являются наиболее pragmatically нагруженными.

Г. А. Каспирович

НОВООБРАЗОВАНИЯ С ИМЕНАМИ СОБСТВЕННЫМИ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМНОЙ ЛЕКСИКЕ

Субстантивные композиты с **названиями брендов и товаров**, заключенными в первом компоненте, встречаются довольно часто в немецкоязычных апеллятивных текстах – потребительской рекламе и рекламе финансовых услуг, в частности отмечается большое количество лексических единиц, относящихся к новообразованиям с именами собственными, образованных по типу S + S. Орфографическая особенность их зачастую раздельного написания вполне ожидаема, так как орфография таких лексем в настоящее время устоялась и является собой единственный международно признанный графический вариант. Практически не встречаются композиты данного типа, которые пишутся слитно, и лишь небольшая часть сложных существительных, содержащих в качестве первого компонента имя собственное, пишется через дефис.

Такие компоненты, как *Händler*, *Kunde*, *Partner*, *Modell*, встречающиеся в рекламе автомобилей, рассматриваются нами как парадигмообразующий элемент автомобильных номинаций: *Opel Neuwagenkunde*, *Ford Neuwagenkunde*, *Ford Händler*, *Chevrolet-Händler*, *Toyota Händler*, *Alfa Romeo Partner*, *Mazda Partner*, *Opel Partner*, *Citroen-Partner*, *BMW Partner*, *Toyota Partner*, *SEAT- Partner*, *Renault Partner*, *Volkswagen SicherPartner*, *Volkswagen Service Partner*, *Direkt-Versicherungs-Partner*, *Peugeot Händlerpartner*, *Mercedes-Benz PKW- Vertriebspartner*, *Opel Modell*, *Opel Sondermodell*, *LEXUS RX-Modell*, *Volkswagen Tour-Sondermodell*, *Tour-Sondermodell*, *3er Coupé Modell*, *Volkswagen Service*.

В названиях банков и страховых компаний наиболее часто встречается конституент *Berater*: *Allianz Berater*, *OVB-Berater*, *Raiffeisenberater*, *Schoellerbank-Berater*, *Volksbank-Berater*, *Wüstenrot-Berater*, *Postbank Finanzberater*. Кроме того, имеются и другие композитные сочетания с именами собственными, например, обозначающие сотрудников банков и страховых компаний: *Allianz Experte*, *Anlage-Experte*, *Commerzbank Zertifikate-Spezialist*, *Fondsspezialist*, *Rechtsschutz-Spezialist*, *Wertpapierspezialist*, *Zertifikate-Spezialist*, *cominvest Investmentmanager*, *Banko Maestro Promotor*, *Bergabfahrtsassistent*.

В некоторых лексемах семантическим ядром выступает концепт «потребитель», происходит его сознательное подчеркивание как покупателя отрекламированного товара: *Mercedes-Benz Fahrer*, *Eos-Fahrer*, *Passat Fahrer*, *AXA Kunde*, *EUROPA-Kunde*, *ADAC-Mitglied*, *VORTEILScard SeniorBesitzer*. Тем самым пользователи определенного бренда репрезентируются как класс, как нечто особенное. Происходит как бы своеобразная отсылка потенциального покупателя к тем клиентам, которые уже обзавелись автомобилем данной марки. Через косвенное свидетельство неких (уже состоявшихся)

потребителей акцентируются необыкновенные качества товара, его престижность. Составители рекламных текстов должны не только сделать акцент на уникальных свойствах товара, но также показать ту выгоду, которую из этих уникальных характеристик извлечет для себя потребитель. Акцентирование того или иного свойства товара, а также конкретной выгоды, которую потребитель получит, приобретя данный товар, может происходить с использованием прецедентных феноменов.

Ярко выраженный прагматический потенциал, свойственный прецедентным феноменам, проявляется, прежде всего, в том, что они являются знаками, апелляция к которым в рекламном тексте ведет к актуализации знаний и представлений, связанных с прошлым культурным опытом языкового сообщества, значимых в интеллектуальном и эмоциональном планах для его представителей. Как подчеркивает С. С. Чащина, «за прецедентным феноменом всегда стоит инвариант его восприятия, который делает все апелляции к прецедентному феномену коннотативно окрашенными и служит условием актуализации его прагматического потенциала» (С. С. Чащина, 2008). Именно в силу того, что действующую функцию выполняют только те характеристики качеств товара, которые несут в себе заряд оценочности, прецедентные феномены являются средством, позволяющим повысить степень воздействия рекламного текста.

В базовом слове вышеназванных композитов зафиксирован продуцент марки изделия: либо сам товар, либо существенная его часть. В качестве парофраз этих лексем выступают словосочетания с предлогом von: *Volkswagen Pkw* (*Pkw von Volkswagen*), *Mercedes Transporter*, *Pirelli Winterreifen*, *Michelin Reifen*, *Mercedes-Benz Träger-System*, *Peugeot HDi-Dieselmotor*, *Tour-Ausstattungspaket*, *BOSE Sound-System*, *Boston Acoustics Premium Audiosystem*, *JBL-Hifi-System*, *Blue&MeTM Telematikplattform*, *Kitekat Dose*, *Füllhorn Milchprodukt*, *iglo-Schlemmerkruste*.

Что касается номинаций в сфере услуг, то здесь главным семантическим компонентом является первый элемент. Именно в нем содержится указание на то, что предлагается продуцентом рекламного сообщения: *VHV Autoversicherung*, *ss IMMO-Aktie*, *ESPA-Fonds*, *Commerzbank Topzins-Anlage*, *Postbank Privatkredit*, *Allianz RiesterRente*, *Sparkassen-Altersvorsorge*, *Volksbank Zukunftsvorsorge*, *Generali Zukunftsvorsorge*, *Sparkassen-Zuwachs-Doppelsparen*, *Wüstenrot Bausparen*, *Sportschau-Fußball-Bundesliga*, *DO & CO Catering*, *Volkswagen Service*, *FordWien Winterpaket*, *Ford Steuersparmodell*, *Mazda MultiOption-Finanzierung*, *Citroen-Leasing*.

В некоторых случаях номинируется не сам рекламируемый продукт, а дополнение к нему, т.е. то, что лишь косвенно связано с рекламируемым товаром, например рекламные сувениры, но также и то, что необходимо для его изготовления. Также это может быть какой-нибудь релевантный дополнительный аспект, который посредством композита так или иначе увязывается с рекламируемым продуктом: *Jacobs Krönung Becher*, *Sheba Verwöhn-Boutique*, *Sportschau „Tor der Woche“*, *Wagner Steinofen*, *Primafund*.

Handelssystem, Shirota-Gesundheitsbakterien, DB Automat, VISA-Bargeldautomat, Generali DoppelBonus, RobinHood-Bonus, Allianz RiesterSparschwein, Krombacher Club, Grana Padano Siegel, Peugeot Festival, Granny's-Day, RealLine, Sheba Beauty-Case, Tigra TwinTop Angebot, ESPA-Vertrag.

Основное семантическое требование к названиям товаров – позитивная коннотация. Название бренда является как бы лицом его личности.

Следующая группа имен существительных представляет собой композиты, образованные по типу S + S, в которых фигурирует название места, где расположена фирма-рекламодатель или где находятся реализуемые товары, так сказать, происходит реальная реализация изделий абстрактной торговой марки: *Commerzbank-Filiale, BA-CA Filiale, ADAC-Geschäftsstelle, VW Betrieb, A.T.U.- Meisterwerkstatt, AXA Center, Postbank Finanzcenter, Allianz Agentur, Victoria-Agentur*.

Как справедливо отмечает Ш. Рихтер: «*Auch hier bietet sich wieder eine Möglichkeit, die Nennung des Markennamens einzubauen und gleichzeitig die eigene Marke als besondere Gattung hervorzuheben*» (Sch. Richter, 2008).

Комбинации из *Produktbezeichnung* и *Produktnname* используются не столько для формирования имиджа, сколько для конкретизации предлагаемого товара. В отличие от вышеприведенных названий элиминирование любого из конституентов названия в данном случае не каузирует изменение лексического значения: *Ich-Du-Er-Sie-Es Darlehen, Quick Wertkarte, Quadra Drive II Allradsystem, 4MOTION-Allradantrieb, Flex Fix-Trägersystem*.

Кроме того, в рекламных текстах довольно активна и продуктивна деонимическая конверсия, т.е., переход имен собственных в группу апеллятивных существительных, явление, которое практически не встречается в узуальном употреблении. Примерами могут служить два слогана: *Für very ypsilon people* (реклама хэтчбека Lancia Ypsilon); *wünsche werden wüstenrot*. Смысл этих транспозиций из имен собственных в имена нарицательные, транспозиций, находящихся на стыке игры слов и индивидуально-авторской метафоризации, заключается в ассоциативном характере человеческого мышления.

Действительно, абсолютно прав Д. Шевчук, когда утверждает в своей книге «Реклама и рекламная деятельность: конспект лекций», что «выгоды продукта эффективнее представлять опосредованно, на основе отдаленного ассоциативного соответствия, чем говорить о них прямо. Формируется позитивное отношение к товару за счет позитивного переноса позитивных эмоций, порождаемых проводником» (Д. А. Шевчук, 2009). Таким образом, массовому потребителю настойчиво внушается мысль, что брендированный товар обладает не только некоей утилитарной ценностью, но и средством удовлетворения определенной потребности, носителем определенной информации, положительных ассоциаций. Эта форма транспозиций типична для рекламной коммуникации и часто используется для конструирования слоганов, так как они оригинальным образом связывают воедино название торговой марки и ее имиджевые характеристики.

**ОГЛАВЛЕНИЕ КАК СИЛЬНАЯ ПОЗИЦИЯ ТЕКСТА:
РОЛЬ НАЗВАНИЙ ГЛАВ В ПОСТРОЕНИИ МАКРОСТРУКТУРЫ
ПРОИЗВЕДЕНИЯ**

Оглавление художественного произведения, наряду с его заголовком, является одной из сильных позиций текста. Оно не только структурирует произведение, но и выдвигает на первый план ключевые смыслы, устанавливая иерархию событий, персонажей и тем. Названия глав, входящие в оглавление, становятся опорными точками для читателя, помогая ему выстроить ментальную модель текста. Нами было рассмотрено, как названия глав способствуют пропозициональной организации текста, а также как они отражают подход автора к объемно-прагматическому членению произведения. Особое внимание уделяется роли оглавления в восприятии и понимании текста, а также его влиянию на формирование семантической структуры произведения. Названия глав выполняют определенный набор функций, среди которых выделение ключевых событий, установление иерархии смыслов и отражение композиционной организации текста. Степень отражения содержания в названиях глав варьируется от полного отсутствия (в лишь пронумерованных главах без дополнительных маркеров) до развернутых "кратких содержаний", характерных для литературы XVIII века. Особенно показателен пример романа *The History of Tom Jones*, где названия глав представляют собой развернутые предложения, практически полностью раскрывающие содержание эпизодов.

Одной из функций заголовков является определение места главы в канве всего текста, ее связь с другими главами. Например, в романе *The Adventures of Sherlock Holmes* каждая глава начинается со слова *Adventure*, и только затем уточняется, что подчеркивает самостоятельность и завершенность каждого эпизода. Это позволяет читателю сразу понять, что каждая глава представляет собой отдельную историю, тем не менее, связанную со всеми остальными общей сюжетной линией. В произведении *The Sea, the Sea* с той же целью используется маркировка *History*. Эпистолярные романы *Pamela* и *Clarissa* также попадают в эту категорию, так как каждое письмо представляет собой завершенный фрагмент.

Названия глав помогают установить иерархию событий и тем, выделяя наиболее важные аспекты содержания. В романе *The Sound and the Fury* названия глав представлены датами, что подчеркивает временную структуру произведения и помогает читателю ориентироваться в хронологии событий. Такой подход к оглавлению дает возможность акцентировать внимание на темпоративных моментах сюжета, создавая многогранную структуру текста. Кроме того, названия глав могут отражать композиционную организацию произведения. Например, в романе *Moby Dick* названия глав отражают жанровое разнообразие произведения, включая как традиционные повество-

вательные главы, так и эссе, пьесы и научные обзоры. Это позволяет создать уникальную многослойную композицию текста, которая способствует более глубокому его пониманию.

Авторы используют различные подходы к объемно-прагматическому членению текста, что также отражается в названиях глав. Одним из наиболее распространенных принципов является событийный принцип, при котором названия глав отражают ключевые события, формирующие макропропозицию каждой части. Например, в романе *Robinson Crusoe* название главы лаконично описывают основное ее событие: *Wrecked on a Desert Island, Builds a House, Tames Goats*. Это помогает читателю сразу выделить определенное действие как ключевое и выстроить логическую цепочку событий. Такой подход к оглавлению помогает автору подчеркнуть динамику сюжета и выделить наиболее значимые моменты повествования.

Другим важным принципом является актантный принцип, при котором названия глав фокусируются на персонажах. В романе *As I Lay Dying* каждая глава названа именем одного из персонажей, что позволяет читателю увидеть события с разных точек зрения (например, *Cora, Darl*). Эти главы отражают внутренние монологи и переживания героев, что способствует более глубокому пониманию их характеров и мотиваций. Такой подход к оглавлению позволяет автору создать сложное полотно отношений между персонажами, раскрывая тонкие нюансы их взаимодействия. Аналогичный прием, хотя и в меньшем масштабе, используется в *Out of This World* и *The Black Prince*, где послесловия разных персонажей дают полифоническую картину событий.

Темпоральный принцип также широко используется в литературе, особенно в произведениях с нелинейной хронологией. В романе *The Sound and the Fury* названия глав представлены датами, что помогает читателю ориентироваться в хронологии событий. Например, глава *April 7, 1928* описывает события, происходившие только в этот день. Это дает возможность автору создать сложную временную структуру текста, но в то же время с легкостью провести по ней читателя. Такой подход к оглавлению подчеркивает важность временных рамок в развитии сюжета и помогает читателю лучше понять логику повествования.

Локативный принцип, при котором названия глав связаны с местом действия, также играет важную роль в построении макроструктуры текста. В романе *A Sentimental Journey Through France and Italy* каждая глава названа в честь города или локации, которую посещает главный герой. Они не только указывают на место действия, но и подчеркивают важность окружения для развития сюжета. Таким образом создается насыщенный хронотоп, который способствует более глубокому погружению читателя в мир произведения, акцентируя особое внимание на окружающих деталях.

Оглавление и названия глав играют важную роль в построении макроструктуры текста, выделяя ключевые события, персонажей и темы. Они отражают подход автора к объемно-прагматическому членению произведения, помогая читателю выстроить ментальную модель текста. Названия глав могут фокусироваться на событиях, персонажах, времени или месте

действия, что подчеркивает наиболее важные аспекты содержания. Таким образом, оглавление и названия глав являются не только структурными элементами текста, но и важными инструментами для его понимания и интерпретации. Выбор того или иного способа организации глав отражает авторский замысел и влияет на стратегии читательского восприятия. Различные принципы членения текста – событийный, актантный, темпоральный, локативный – создают разные модели читательской навигации, что необходимо учитывать при анализе художественного произведения как целостной системы. В свою очередь, их анализ позволяет глубже понять замысел автора и выявить скрытые смыслы произведения, что делает их изучение важной частью литературоведческого исследования.

A. B. Ломовая

ПЕРЕВОД АНГЛИЙСКИХ И РУССКИХ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЕН: СЕМАНТИКА И ПРАГМАТИКА

Ускоренный темп современной жизни и происходящих в ней процессов задает новые тенденции и форматы передачи информации. На первый план выходят средства компрессии (передачи значительных объемов информации в свернутом виде) и изобразительности (способности вызывать яркие образы или картины в сознании человека). Одним из средств, обладающих подобными характеристиками, являются *прецедентные* имена – это разновидность имен собственных, связанных с широко известным текстом или ситуацией, хорошо знакомой носителям языка (Д. Б. Гудков, 2003).

Наиболее распространенная разновидность прецедентных имен – имена персонажей художественных произведений, как национальной, так и мировой литературы. Выразительный потенциал таких имен связан с сюжетной линией и характеристиками персонажей. Так, в следующем отрывке *Он, кажется, претендент на Веру. Не драму ли затевает этот лесной Отелло* мы видим не столько обращение к драме У. Шекспира, сколько характеристику участника действия: Отелло – значит ‘ревнивец’. Сравним с другим контекстом, где это же имя употреблено как ссылка на произведение, без дополнительной экспрессивности: *А сейчас спать. У меня спектакль сегодня трудный был. Отелло изображал*. Тем самым, употребление имен литературных персонажей может быть связано с реализацией двух различных стилистических приемов: *аллюзии* (отсылки к широкому контексту, известному произведению) либо *антономазии* (употребление собственного имени в значении нарицательного).

В процессе перевода имен литературных героев с английского языка на русский и наоборот важно учитывать ряд особенностей, которые будут предопределять выбор тех или иных средств достижения эквивалентности перевода. Так, в случае непосредственной ссылки на литературное произведение перевод будет включать имена персонажей на языке-оригинале либо

транскрипцию таких имен на языке перевода: *Если б я был **Отелло**, а вы – Яго, то вы не могли бы лучше... → If I were **Othello** and you were **Iago**, you couldn't have done better...*

Если имена персонажей выступают в функции имен нарицательных (представители профессии, социального класса и т.п.) либо маркируют определенные черты характера, ассоциируемые с литературным героем, при переводе следует учитывать следующие факторы:

1. Принадлежность прецедентного текста к произведениям мировой литературы: в таких случаях возможно сохранение прецедентного имени в переводе, особенно, если литературный текст уже переводился ранее на соответствующий язык:

*There are times when most of us would like to escape from all the pressures of city life and live a more simple, basic kind of **Robinson Crusoe** existence → Иногда всем нам хочется сбежать от сложностей городского быта и жить простой жизнью, как **Робинзон Крузо**.*

Однако не все прецедентные имена, которые встречались в переведенных произведениях, имеют одинаковую значимость:

*He's not very practical. What he needs is someone to look after him and do everything for him. He needs a **Man Friday** → Он довольно беспомощен в быту, ему нужен кто-то, кто будет за ним присматривать и все делать за него. Ему нужна **нянька**.* В данном контексте нежелателен перевод прецедентного имени *Man Friday* как *Пятница* (персонаж романа о Робинзоне Крузо), так как в русской культуре у данного имени нет устойчивой ассоциации с верным служой.

2. Наличие экранизации литературного произведения: многие прецедентные имена получили популярность после экранизаций литературных произведений (Джеймс Бонд, Тарзан и т.п.):

*During the war he was sent on dangerous secret missions abroad. Very exciting! He was a sort of **James Bond** → Во время войны его отправляли за границу для выполнения секретных миссий. Это так увлекательно! Практически **Джеймс Бонд** / Он был кем-то вроде **секретного агента**.* В данном контексте возможны как сохранение исходного имени, так и экспликация главной характеристики персонажа.

3. Наличие функционального аналога в языке перевода: возможна замена на аналогичного персонажа, если их главное свойство совпадает (например, представитель профессии, основная черта характера и т.п.).

*Добрые доктора айболиты на свои средства покупают лекарства собачкам и кошечкам → These kind-hearted **doctors Dolittle** spend their own money to buy medicines for doggies and kitties.* В связи с наличием аналогичных по характеристикам (любовь к животным, бесплатная ветеринарная деятельность) литературных персонажей в двух лингвокультурах, можно использовать имена *доктор Айболит* и *Doctor Dolittle* в качестве переводных соответствий. Другой вариант перевода – экспликация профессии персонажа: *These kind-hearted vets / veterinaries spend their own money to buy medicines for doggies and kitties.*

4. Принадлежность прецедентного имени к европейскому или национальному фольклору: если в контексте упоминаются персонажи европейских литературных сказок (авторства Шарля Перро, братьев Гrimm, Ганса Кристиана Андерсена), то используются их эквиваленты в языке перевода.

She's really exploited by her family. They make her do everything for them, cook, clean... She's a sort of Cinderella → Семья на самом деле ее эксплуатирует. Они заставляют ее делать все для них, готовить, убирать... Можно подумать, что она – Золушка.

Герои и магические существа русских сказок чаще всего передаются аналогами или при помощи экспликации подразумеваемого качества.

Toщая и невысокая старуха, совсем как баба яга, с кривым и деревянным веслом в руке → *She was a small skinny old woman, looking like an evil witch, with a crooked wooden paddle in her hand.*

5. Вхождение прецедентного имени в состав идиомы: при заимствовании прецедентного имени в идиоматическом значении из третьего языка могут появиться переводные соответствия с аналогичным значением:

Кто бы мог подумать, что какой-то год назад она выглядела гадким утенком! → *Who could have thought that just a year ago she looked like an ugly duckling?* (ср. гадкий утенок ‘неоцененный по достоинству человек; тот, к кому незаслуженно относятся с пренебрежением’ – *ugly duckling* ‘a person or thing, initially ugly or unpromising, that changes into something beautiful or admirable’).

Однако чаще всего вхождение прецедентного имени в состав идиомы является национально-специфическим, поэтому сохранение такого имени при переводе практически невозможно:

Только чтобы там прожить, пахать надо как пана Карло → *Only to survive there you should work like a slave / a beaver / a dog.*

Таким образом, контексты, содержащие прецедентные имена, представляют определенные сложности в процессе передачи их средствами другого языка и требуют от переводчика широких страноведческих и лингвокультурологических знаний, а также знакомства с произведениями мировой литературы.

Л. Н. Неборская, А. Н. Андросенко

КОМПОЗИЦИОННО-СТРУКТУРНАЯ И ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТИПА ТЕКСТА «СЕТЕВАЯ КИНОРЕЦЕНЗИЯ»

Антропоцентрическая парадигма в современной лингвистике акцентирует внимание на тесной взаимосвязи языка и человека. В рамках этого подхода язык рассматривается не просто как система знаков, а как средство выражения мышления, эмоций, культуры и индивидуального опыта. Человек становится центральной фигурой в языковом процессе, а язык – отражением

его восприятия мира и формой социальной и когнитивной деятельности. Человеческий фактор играет ключевую роль в том, как тексты воспринимаются, интерпретируются и используются.

С развитием кинематографа и Интернета увеличилось количество кинорецензий разных видов – профессиональных и любительских. Рецензии на фильмы и сериалы размещаются на специализированных сайтах качественных периодических изданий, в социальных сетях, в профессиональных и любительских блогах. Современная кинорецензия – это, в том числе, инструмент формирования общественного мнения, влияющий на успех кинофильмы и отражающий актуальные культурные и социальные тенденции. Кинодискурс отличается информационной насыщенностью, особой семиотической структурой и актуализацией роли зрителя в формировании смысла. Зритель активно продумывает различный ход событий и соучастует в создании смысла, а кинодискурс допускает большое количество интерпретаций.

Кинорецензия как тип текста характеризуется такими признаками, как аналитичность, информативность, оценочность и воздействие на читателя.

Цифровизация традиционных речевых жанров в условиях развития новых технологий привела к появлению разновидности кинорецензии – сетевой кинорецензии.

В зависимости от целевой аудитории и профессиональных компетенций автора выделяют следующие виды сетевой кинорецензии: 1) Экспертная сетевая кинорецензия – рецензия, написанная специалистом в области теории киноискусства, которая, в свою очередь, имеет два подвида а) профессиональная сетевая кинорецензия, составленная искусствоведом, кинокритиком со специальным искусствоведческим образованием и б) медийная сетевая кинорецензия, автором которой является журналист-кинокритик, специализирующийся на описании кино, кинофестивалей, творчестве актеров и режиссеров и т.д.; 2) Любительская сетевая кинорецензия – это рецензия, написанная обычным пользователем сайтов сети Интернет, который делится своими впечатлениями от просмотренных фильмов.

Материалом для исследования структурных, лексических и стилистических характеристик кинорецензий послужили тексты экспертных, медийных и любительских сетевых кинорецензий. Тексты экспертных профессиональных и медийных кинорецензий были отобраны на порталах онлайн-журнала – critic.de. Данный веб-журнал содержит обзоры широкого спектра кинофильмов, рекомендации к просмотру фильмов на телевидении и стримингах, трейлеры, обзоры фестивалей, интервью и кинопрограммы. Источником для любительских сетевых отзывов о кино является интернет-платформа filmforen.de, на которой зрители в свободном формате обсуждают фильмы, делятся своими впечатлениями и оценками.

Композиционно-структурный и лингвостилистический анализ типа текста *кинорецензия* выявил следующие характеристики:

1. В качестве устойчивой структуры для всех трех видов кинорецензий определяются следующие элементы:

Для экспертной профессиональной рецензии характерно наличие таких структурных элементов, как 1) введение, 2) анализ сюжета и темы, 3) описание сценария и режиссерской работы, 4) актерская игра, 5) операторская работа и визуальность, 6) звук и музыка, 7) авторская оценка, 8) подведение итогов.

Специфичным для экспертной медийной рецензии являются 1) введение, 2) анализ темы фильма, 3) аналитической части фильма, 4) анализ сюжета, 5) авторская оценка, 6) подведение итогов.

Структура любительской кинорецензии включает 1) впечатления и личная оценка, 2) краткий пересказ сюжета, 3) рекомендация к просмотру (положительная/отрицательная).

Таким образом, экспертная профессиональная рецензия содержит глубокий профессиональный и технический разбор. Экспертная медийная рецензия содержит элементы профессиональной кинорецензии, в большей степени ориентирована на привлечение внимания аудитории к просмотру фильма, и в меньшей степени на профессиональный разбор. Любительская кинорецензия – это возможность для любителя кино поделиться своими впечатлениями, высказав свою оценку и, в итоге, дать положительную или отрицательную рекомендацию.

(1) Экспертная профессиональная кинорецензия характеризуется взаимодействием таких языковых средств, как лексические 1) эмоционально-оценочная лексика 2) киноведческая терминология и стилистические 1) метафора; 2) метонимия; 3) сравнение; 4) риторические вопросы; 5) ирония; 6) антитеза; 7) интертекстуальность.

Для экспертных медийных кинорецензий основными лексическим средствами являются 1) киноведческая терминология; 2) эмоционально-оценочная лексика; 3) сленг; 4) англицизмы. Стилистические средства данного типа кинорецензии – это 1) ирония; 2) метафора; 3) сравнение; 4) риторические вопросы; 5) игра слов; 6) антитеза.

Следует отметить такую особенность профессиональных и медийных кинорецензий, как интертекстуальность – включение в текст отсылок к другим произведениям, авторам, культурным реалиям или историческим событиям. Подобные интертекстуальные включения позволяют провести параллели с другими, как правило, широко известными прецедентами, и усиливают аргументацию автора. Авторы, например, вводят в текст рецензии культурные реалии *Symbolismus des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts* ‘символизм позднего 19 века и раннего 20 века’, *ins Dekor der 1950er Jahre* ‘декор 50-х годов’, сравнения с другими известными актерами и фильмами *wie Margot Robbies Figur aus Once Upon a Time* ‘как персонаж Марго Робби из Однажды в сказке’, *Fifty Shades of Grey* ‘Пятьдесят оттенков серого’, *Nausicaä aus dem Tal der Winde*, 1984 ‘Навсикая из долины ветров 1984’, *Prinzessin Mononoke*, 1997 ‘Принцесса Мононоке’: (1) «Was den Film jedoch am meisten bestimmt, ist die Anlehnung an den Symbolismus des späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts» / (2) «Brad Pitts Schauspiel ist so wenig stilsicher wie Margot Robbies Figur aus Once Upon a Time... in Hollywood (2019)

*ausgeschlachtet wird» / (3) «Was historisch in der Weimarer Zeit verankert ist, baut Corbet ins Dekor der 1950er Jahre, um 2025, dem Jahr des Bauhaus-Jubiläums, fünf Minuten lang dem Aufbruch nachzufühlen»; (4) «...ein gutaussehender, auf feinsinnige Umgangsformen gerade im Zwischengeschlechtlichen pfeifender Bad Boy, der einem jener Hochglanz- Erotikfilme in der Nachfolge von Fifty Shades of Grey entsprungen sein könnte»; (5) «Mal liegen die Gründe in der Umweltverschmutzung (*Nausicaä aus dem Tal der Winde*, 1984), mal im Krieg (*Prinzessin Mononoke*, 1997), immer aber in der Ignoranz der Menschheit».*

Лингвостилистический анализ любительских рецензий выявил ряд характерных для них лексических средств: 1) разговорная лексика; 2) интернет-сленг и эмодзи; 3) эмоционально-оценочная лексика; 4) маркеры субъективности (личные местоимения, имена собственные). К стилистическим средствам относятся: 1) ирония; 2) гипербола; 3) риторические вопросы и обращение к читателю.

Каждый тип кинорецензии – профессиональная, медийная и любительская – обладает специфическими языковыми характеристиками, которые зависят от цели и профессиональных компетенций автора в сфере киноведения. Профессиональная рецензия опирается на строгую терминологическую базу и стилистическую сдержанность с акцентом на интертекстуальность и сложные тропы. Медийная рецензия стремится к балансу между экспертьностью и доступностью для неискушенного зрителя, активно используя элементы сленга, англицизмы и выразительные фигуры. Любительская же рецензия отличается спонтанностью, эмоциональностью и разговорной стилистикой, делая упор на личную вовлечённость и эффект прямого общения с читателем. Также данная рецензия имеет орографические и пунктуационные ошибки, что выделяет ее среди ранее упомянутых.

Л. Н. Неборская, Е. Ю. Лебедева

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТИПА ТЕКСТА «ТРАВЕЛОГ» (на материале путевых заметок Ф. Хайнхофера 1629 г.)

Травелог или путевые заметки как тип текста, определяемый коммуникативным назначением, внутренней структурой и языковыми характеристиками имеет глубокие исторические корни, уходящие в древнегреческую античность, и содержит описание маршрута поездки, дополненное хронологией путешествия и субъективными переживаниями, впечатлениями автора, вызванными увиденным или пережитым, т.е. является пространством для авторской рефлексии, переживаний и осмыслиения окружающей действительности.

Материалом исследования является текст «Путешествие в Дрезден» Филиппа Хайнхофера, датируемый 1629 годом и представленный в редактированной версии Оскара Деринга 1901 года.

Филипп Хайнхофер (1578–1647) – личность, известная в Аугсбурге своими разносторонними талантами и достижениями. Будучи купцом, банкиром, дипломатом и коллекционером, он оставил яркий след в истории своего времени и внес заметный вклад в развитие искусства, коллекционирования и дипломатии эпохи Возрождения. Ф. Хайнхофер также известен своими путевыми заметками, в которых он описывал свои путешествия по Европе. Его путевые заметки не только содержат записи о местах, которые он посетил, но и описывают культурные, социальные и экономические условия тех стран. Эти заметки служат важным источником информации о времени, в котором он жил, и о тех изменениях, которые происходили в европейском обществе в XVI–XVII веках.

Исследование лексико-грамматических особенностей «травелога» XVII века выявило ряд важных признаков данного типа текста:

1) Широкое использование религиозной лексики (религиозные понятия, строения, предметы, наименования лиц): *epitaphijs* ‘эпитафии’, *biblische Historien* ‘бibleйские истории’, *Gottesdienst* ‘служба’, *Evangelischen* ‘протестанты’; 2) лексемы, описывающие географию путешествия: названия местностей *Thüringen* ‘Тюрингия’, *Voitland* ‘Фогтланд’, *Walachei* ‘Валахия’, *Elßniz* ‘Эльсниц’, *Bürenbach* ‘Бюренбах’, транспортные средства и дорожные сооружения *meil* ‘миля’, *schiff* ‘корабль’, *Wagenheber* ‘подъёмник для повозки’, *schlitten* ‘саны’, *gassen* ‘переулок’, *brugg* ‘мост’; 3) лексемы, указывающие на социальный статус: титулы и звания правителей титулы и звания правителей *Kayser* ‘император’, *König* ‘король’, *Landgraf* ‘ландграф’, *Fürst* ‘князь’, *Herzog* ‘герцог’, государственные должности *diener* ‘слуга’, *geheime Secretarius* ‘тайный секретарь’, *Raths* ‘советник’, владения *hof* ‘двор’, *schlos* ‘замок’, *fürstlichen residenz* ‘княжеская резиденция’; 4) лексические единицы, характеризующие специфику проживания и питания во время путешествия *gasthaus* ‘трактир, постоянный двор’, *unterkunft* ‘жилье, пристанище’, *herberg* ‘ночлег’, *bier* ‘пиво’, *brot* ‘хлеб’, *fleisch* ‘мясо’, *speisen* ‘блюда, кушанья’, *mahlzeit* ‘трапеза’; 5) лексемы, описывающие произведения искусства: архитектурные сооружения *schlos* ‘замок’, *garten* ‘сад’, *thurn* ‘башня’, *Rathhaus* ‘ратуша’, декоративные элементы *gemälde* ‘картины’, *skulpturen* ‘скульптуры’, *globus coelensis* ‘небесный глобус’, *gestül* ‘резные скамьи’, *säulen* ‘колонны’, *contrafett* ‘портрет’, материалы *helffenbain* ‘слоновая кость’, *alabaster* ‘алабастр’, *marmor* ‘мрамор’, *vergult* ‘позолота’, *kristall* ‘хрусталь’, *perlenmutter* ‘перламутр’, *eisen* ‘железо’, *gold* ‘золото’, *silber* ‘серебро’, *ebenholz* ‘чёрное дерево’, мифологические мотивы *Nessus* ‘Несс, кентавр’, *Neptunus* ‘Нептун’, *Venus* ‘Венера’, *Ainhorn* ‘единорог’, *Paradiesvogel* ‘райская птица’, медицинские и хирургические инструменты *drepanierzeug von vilen stucken* ‘набор для трепанации из многих частей’, *grosse messer zu glider abnemen* ‘большие ножи для ампутации конечностей’, *grosse vnd klaine heftnadlen* ‘большие и маленькие хирургические иглы’, одежду и украшения *halß*: *vnd armbändern*, *in grossen kresen* ‘ожерелья и браслеты с крупными крестами’, *beltz* ‘поясная сумка’, *ain kirsch kern*, *darauf 185 todenkopf vnd gsichter wol kändtlich geschnitten*, *in gold, als ain kleinot zum*

ohrgeheng gefasset ‘вишнёвая косточка, на которой вырезано 15 черепов и лиц, закреплена в золоте как подвеска для серёг’, оружие *heydexen* ‘боевые топоры’, *rüstung* ‘доспехи’, *Büchsenrohr* ‘стволы огнестрельного оружия’, *pistolen* ‘пистолеты’, *waidschwerter* ‘охотничьи мечи’, *wehren* ‘клиновидный клинок’, *büchsen mit vil rohren* ‘ружья с несколькими стволами’, *wehrkreuz* ‘боевой меч’, *mörser* ‘мортира’, природу и ландшафты *Landschafft* ‘ландшафт, местность’, *berg* ‘гора’, *grotten* ‘гrot’, *feld* ‘поле’, *wiese* ‘луг’, *wald* ‘лес’, животный мир *die hund sein vnderschidlicher arten, als: iaghund, bürsch hund, Englische hund* ‘собаки разных пород: охотничьи, сенъские, английские’ *tigerthier* ‘тигр’, *panther* ‘пантера’, *schwein* ‘кабан’, *fuchs* ‘лиса’, *beer* ‘медведь’, *wölf* ‘волк’.

Для исследуемого текста также характерно использование заимствований из латинского, а также латинизмы из греческого языка, французского и итальянского языков, что, в свою очередь, демонстрирует международные связи стран XVII века, а также научный характер интересов автора:

1. Заимствования из латинского языка: *instrumenta* – от лат. *instrumentum* ‘орудие, средство’, *perpetuum mobile* – от лат. *perpetuum* ‘непрерывный’ + *mobile* ‘движущийся’, *ascendiert vnd descendiert* – от лат. *ascendere* ‘подниматься’ и *descendere* ‘спускаться’, *motus primus & secundus* – от лат. *motus* ‘движение’, *primus* ‘первый’, *secundus* ‘второй’, *Theoria Planetarum* – от лат. *theoria* ‘наблюдение, рассмотрение’, *planeta* ‘планета’, *computation* – от лат. *computatio* ‘подсчёт, вычисление’, *mechanicè* – от лат. *mechanicus* ‘относящийся к механизмам’, *Reverenz* – от лат. *reverentia* ‘уважение, почтение’, *pagus* – от лат. *pagus* ‘сельская территория’, связанного с *pango* ‘закреплять, отмечать’, *marmor* – от лат. *marmor*, от греч. μάρμαρος ‘блестящий камень’, *praepariert* – от лат. *praeparare* ‘готовить’.

2. Заимствования из французского языка: *contrafett* – от фр. *contrefait* ‘подделанный, изображённый’, *praesentiert* – от фр. *présenter* ‘представлять’, *curiositäten* – от фр. *curiosité* ‘любопытство, редкость’, *portrait* – от фр. *portrait*, происходящего от лат. *protrahere* ‘переносить, изображать’, *cabinet* – от фр. *cabinet*, через итал. *gabinetto*, от лат. *cabina* ‘комната, каюта’.

3. Заимствования из итальянского языка: *inventionen* – от итал. *invenzione*, происходящего от лат. *inventio* ‘изобретение, открытие’, *palazzo* – от итал. *palazzo*, через лат. *palatium* ‘дворец’.

Анализ грамматической структуры выявил следующие особенности:

1) синтаксические

– многоступенчатые, усложненные предложения: *Ain grosses silberins creutz, in welches creutzweis gefasset ist ain zimliches grosses stücklin holtz vom creutz Christi, auf ainer seiten mit geschnittnen Griechischen characteribus vnd bildern di basso rilievo geziert, welches Martin Römer anfangs vmb fl vnd dann noch darzu 4 schöne saphir, in das crucifix 2 zu versetzen gekaufft, vnd in dise kirchen verehret hat.*

– афинитные конструкции: *Das stammbuch aber von mir zu schicken, weil man so schwerlich für Ihre Käy:May selbs kommen hat können vnd nur der ministrorum gnaden geleben müssen, ist mir von Herrn Marx Welsern*

Stattpfleger seelig vnd andern, gar starckh widerrathen worden (усечение финитного глагола в аналитической форме перфекта актива индикатива) / (...) *samt ainem Augstainernen ring, (darein ain Baumfalterlin gewachsen, welcher auch ain menschen angesicht, wann man ihn vmbgewandt, repreasentirte, vnd von Conrado Gesnero sowol in titulo, als auch in ipso tractatu, de gemmis & lapidibus delineirt worden) abzufordern* (...) (усечение финитного глагола в аналитической форме актива презенса индикатива при перечислении глаголов) / *Ist aine feine wol erbaute nährliche Reichsstadt gewesen, aber dem König Johannj in Böhém vmb marck silber verkaufft worden* (усечение финитной части перфекта пассива) / *Der ietzige Hofdrechsler, Wecker genannt, hat von schönen passeten, ecketen, drey, vier, fünff orthigten, auch ablänglichten, durchbrochenen vnd inwendig gedröhreten geschirren, bluemen, pfeiffen, büxen, schreibzeugen vnd anderen sachen aine grosse anzahl, mit verwunderung gemacht* (усечение финитного элемента на стыке двух предложений).

Таким образом, анализ путевых заметок Филиппа Хайнхофера выявляет ключевые языковые и структурные особенности трактолога XVII века, отражающие его историко-культурную значимость и эволюцию немецкого языка.

Т. М. Няхай

СЛОВА ЯК АБ'ЕКТ РЭДАКТАРСКАЙ УВАГІ

Лексема на парадигматичным узроўні ўяўляе сабой сукупнасць сем, якія рэалізуюцца ў сінтагматичным размяшчэнні. Рэдактару пры апрацоўцы аўтарскага тэксту на лексічным узроўні важна валодаць ведамі пра эпідыхматыку (семантычную дынаміку) слова. Любую эпідыхму карэктна разглядаць у сінхронным зрэзе функцыяновання мовы, што напрамую звязана з парадигматичнымі магчымасцямі і сінтагматичнай неабходнасцю лексемы ў канкрэтным маўленчым фрагменце. Таксама сучаснаму рэдактару прыходзіцца шукаць аптымальны выбар інфармацыі з лексікаграфічных крыніц, якія сёння, на жаль, губляюць свой статусны арталағічны харкатар па прычыне даступнасці сеткавага размяшчэння і аўтарскай разняволенасці слоўнікаў сумніўнага зместу.

У пачатку было слова... Перад намі паўстане пытанне, ці стаіць слова на першым этапе працы рэдактара і якую ступень увагі рэдактар мае надаваць менавіта слову.

Паводле слоўніка У. Даля, слова – спалучэнне гукаў, якое ўтварае адноцэлае і абазначае прадмет або паняцце. У «Рускім семантычным слоўніку» (Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений, 1998.) пазначана, што слова – цэльнааформлены (цэльны) моўны знак, які служыць для абазначэння паняццяў аб рэаліях фізічнага і ментальнага свету (прадметаў, асоб, сітуацый, абстрактных уяўленняў, станаў, працэсаў, прымет), аб сувязях паміж імі, ацэнках, а таксама

для называння саміх такіх рэалій або для указання на іх. «Тлумачальны слоўнік Ожагава» называе слова адзінкай маўлення, якая служыць для выражэння асобнага паняцця. Падобнае азначэнне дае і «Слоўнік рускай мовы» (Словарь русского языка, 1981–1984), у якім слова – адзінка маўлення, што ўяўляе сабой гукавое выражэнне паняцця аб прадмеце або з’яве навакольнага або’ектыўнага свету.

Гісторыя навукі налічвае больш за 70 азначэнняў гэтага паняцця, у аснове якіх графічныя (арфаграфічныя), фанетычныя, структурныя, граматычныя, сінтаксічныя, семантычныя і сістэмныя прынцыпы. У сувязі з гэтым важную ролю адыгрывае праца рэдактара над словам у адпаведнасці з кожнай дэфініцыяй.

У некаторых відах прыкладной лінгвістыкі згодна з графічным прынцыпам слова разглядаецца як паслядоўнасць знакаў, абмежаваная прабеламі. Нават калі кіравацца гэтым азначэннем, перад рэдактарам паўстае задача контролю графічных межаў слова ў розных мовах пры ўліку, што, напрыклад, клітыкі (безнаціскныя слова) могуць пісацца разам з асноўным словам і асобна ад яго: исп. *se lo doy* ‘я ему это даю’ и *quiero dárselo* ‘хочу дать ему это’. У апошнім выпадку арфаграфічнае слова ахоплівае трох графічных. Асаблівую ўвагу рэдактар мае засяродзіць на семантычна кандэнсаваных словах і безэквівалентнай лексіцы ў перакладах: фр. *chemin de fer* (спалучэнне трох слоў), рус. *железная дорога* (спалучэнне двух слоў) і бел. *чыгунка* (адно слова).

З увагі рэдактара да графічнага аспекту слова вынікае неабходнасць звярнуцца і да фанетычнага ладу. Тут рэдактар зважае на паўзы перад словам і пасля яго, слоўны і інтанацийны націск, змяненне гукаў у залежнасці ад іх месца ў слове або скаже ў межах з’явы сандхі (напр. вымову некаторых гукаў ці пропуск іх на канцы слоў у залежнасці ад першага гука наступнага слова: брыт. англ. *spoiler* |'spɔɪlə|, спалучэнне *spoiler angle* |'spɔɪlər 'æŋg(ə)l| и амер. англ. |'spɔɪlər|. Межы фанетычнага слова могуць не супадаць з межамі слова графічнага, і пры вымаўленні такая фраза мае адзін націск: фр. *je ne le sais pas* ‘Я гэта не ведаю’ (шэсць слоў з гледжання граматычнага і адно – з фанетычнага). Натуральна, што фанетычны аспект слоў важны пры рэдагаванні тэкстаў масавай камунікацыі для радыё, тэлебачання, прамоў, выступленняў і г.д. – г.зн. тэкстаў вуснага маўлення.

У структурным аспекте слова ўяўляе сабой недзялімую адзінку, пры раскладанні якой на часткі або ўстаўленні іншых частак усярэдзіну будзе парушаная семантычная і граматычная цэласнасць. Аднак пры гэтым па-за межамі рэдактарскай увагі не могуць застацца наступныя выпадкі: існаванне дзеясловаў з аддзяляльнымі прыстаўкамі ў нямецкай мове: *anfangen* ‘начинати’ и *ich fange an* ‘начинаю’, адмоўныя займеннікі ў беларускай і рускай мовах: бел. *nіхто – ні ў каго*; рус. *никак – ни в каком случае*). Калі кіравацца структурным аспектам слова, то такія выпадкі трэба разглядаць як чаргаванні слова і словазлучэння, або дапускаць, што марфалагічная форма слова складаецца з некалькіх слоў.

Граматычны аспект слова знаходзіцца пад пастаянным кантролем рэдактара на ўсіх этапах рэдактарскай праўкі. У яго межах рэдактар зважае на граматычнае значэнне слова і яго матэрыяльнае выражэнне. Напрыклад, катэгорыя роднага склону і ў беларускай, рускай, і ў англійскай мовах можа мець граматычнае значэнне прынадлежнасці: бел. *жаночы капялюш*, рус. *женская шляпа*, англ. *the woman's hat*. Аднак матэрыяльным выражэннем гэтага значэння ў беларускай мове служыць канчатак -ы, у рускай – -ая, а ў англійскай 's.

У сінтаксічным аспекце слова выступае як сінтаксема. Улічаючы гэта, рэдактар звяртае ўвагу, напрыклад, на неабходнасць ужыванне прыназоўнікаў у розных мовах: бел. *Я дома*, англ. *I'm at home*. І наадварот: бел. *ідучы ўніз па вуліцы*, англ. *walking down the street*. Важным з'яўлецца і захаванне парадку слоў у сказе. Для беларускай мовы, як і іншых усходнеславянскіх моў, харектэрны парадок свабодны парадак слоў у сказе. У англійскай жа мове размяшчэнне членаў сказа адносна сталае: дзеянік, выказнік, дапаўненне, акалічнасць.

У сваім семантычным аспекте слова, паводле нямецкага логіка і матэматыка Г. Фрэгэ, – адна з вяршынь лагічнага трохкутніка (разам з прадметам (дэнататам) і паняццем (канцэптам)) (Н. А. Чупахин, 2011–2012). Згодна з З. А. Харытончык, «слова займае цэнтральнае месца і валодае ўсімі асноўнымі ўласцівасцямі моўнага знака. Усе астатнія адзінкі мовы (фанемы, марфемы, словазлучэнні, сказы) разглядаюцца па іх адносінах да слова» (З. А. Харытончик, 2021). Такім чынам, рэдактар аналізуе розныя ўласцівасці слова як моўнага знака. Зважаючы на білатэральнасць слова, ён ацэньвае судносіны плана выражэння і плана зместу. Выпраўляючы памылкі, звязаныя з парушэннем лексічнай спалучальнасці: *Такі аб'ект фахверкавай архітэктуры прасочваеца і на гравюры 1568 г. Гародні Адэльгаўзера / Цюнта; У позняй готыцы Германіі фахверк набываў шэраг дэкаратыўных драўляных рамбічных і крывалінейных элементаў; Таму не выпадкова немцы паспяхова выкарыстоўвалі фахверковую будаўнічую тэхніку пры перасяленні на новыя тэрыторыі; гражданка д. Гленище Нестерович; могут комбинироваться между собой; и иные адмысловые гисторичные дисциплины; тип признаеков оказался разнообразным; давая ему мужество и самоотверженно отпор; выяснив положительные отзывы; наблюдать когнитивный механизм; адбылася высокородная миссия; администрации администраций наступстваў; яны зычылі іншага паветра; аўтар уздымае складаны і заўсёды актуальны канфлікт – рэдактар дапамагае аўтару больш дакладна данесці сваю думку да чытача.*

Здзяйсняючы праўкі тэксту, рэдактар разглядае яго як цэльнную і арганізаваную паслядоўнасць маўлення, аналізуе сэнсавае напаўненне, кампазіцыю, факталагічную правільнасць, адпаведнасць формы зместу, а таксама ступень дакладнасці данясення аўтарскай задумы да чытача. В. І. Іўчанкаў адзначае важны аспект гэтай працы, гаворачы пра карэляцыю аўтарскага і

рэдактарскага бачання сігніфікацыі слова: «што трэба рабіць, каб слова стала мабільным, зазіхацела ўсімі гранямі ва ўмелых руках рэдактара. Пры гэтым не страчвала адмысловасці аўтарскага погляду» (П. П. Жаўняровіч, 2021).

Такім чынам, увага рэдактара фіксуецца на слове як на моўным факце. У працэсе праўкі яно разглядаецца ў графічным (арфаграфічным), фанетычным, структурным, граматычным, сінтаксічным, семантычным і сістэмным аспектах, згодна з якімі выпраўляюцца памылкі ў напісанні, гучанні, спалучальнасці і ўжыванні слоў з рознымі семантычнымі і стылістычнымі нюансамі, а таксама выяўляюцца асаблівасці функцыянування слоў у тэкстах розных моў.

О. Е. Рымкевич

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ МОДАЛЬНОСТИ В ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на материале немецкого языка)

Дискурс понимается как «текст, взятый в событийном аспекте» (Н. Д. Арутюнова, 1990). В центре внимания исследователя находится при этом порождение текста как дискурса и релевантными становятся не только фактор адресата, ситуация, контекст, но и, в более широком смысле, так называемый метаконтекст, иными словами, метаинформационное знание в целом. В газетно-публицистическом дискурсе, которому присущ, как известно, информационно-аналитический характер, происходит передача определенных знаний, а условием ее осуществления становится «перемещение метаинформационного знания и той части отношения, которую можно отнести к модальности» (О. Йокояма, 2005). Последняя выражает различные мнения, установки, отношения и интенции адресанта. В этой связи метаинформационное знание трактуется как совмещеннность понятия об определенном коде – значениях слова и знания самой дискурсивной ситуации.

Модальности отводится существенная роль в формировании и запуске коннотативного механизма кодирования информации, в силу того, что именно модальные смыслы могут тонко «настраивать» когнитивные планы адресанта и адресата на одну волну и участвовать таким образом в осуществлении когнитивной трансакции. Модальность маркирует желаемый ракурс восприятия той или иной информации и уточняет глубину проникновения ее отправителя в дискурсивную ситуацию с точки зрения ее оценки. Таким образом, модальные отношения управляют самим развитием дискурсивной ситуации. Очевидно, что модальные смыслы в газетно-публицистическом дискурсе не только сами становятся объектом перемещения с определенным pragматическим эффектом для адресата, но и активным образом управляют передвижением пропозиционального знания от отправителя информации к ее получателю, всякий раз открывая перед адресатом эпистемические и иные модально-оценочные установки.

Газетно-публицистический дискурс отмечен, в силу своей природы, проявлением двух функций – информативной и социального воздействия. Обе функции в той или иной степени присущи различным жанрам публицистики, так называемым подчеркнуто информационным жанрам – «informationsbetont» (новость, репортаж, сообщение, заметка) и таким, в которых на передний план выдвигается выражение мнения – «meinungsbetont» (эссе, комментарий, интервью), в иной классификации – новости и информационная аналитика. В любой ситуации прагматика текстов определяется социальной оценочностью, которая формирует общественное мнение как отношение к явлениям социальной действительности. Поэтому исследуемый дискурс является в определенном смысле стратегическим процессом и не может не быть отмеченным модусом субъекта, т.е. он, как правило, полимодален. Это влечет за собой вариативное воплощение авторской позиции, «перекличку» в ней эпистемических и иных прагматических смыслов, способствующих реализации задуманных автором интенций.

Сообразно своим интенциям, адресант закладывает в смыслообразование те или иные модально-оценочные установки, которые маркируют текстовую информацию и подают ее в необходимом ракурсе. Не случайно тексты отдельных жанров, таких как интервью, авторская колонка, полемический комментарий насыщены различными модальными смыслами с вариативной прагмакоммуникативной нагрузкой, которые неизбежно сопутствуют содержательным связям. Актуализационный характер категории модальности, в особенности субъективной, вытекает из ее сущности передавать ту или иную позицию говорящего. Всякий текст имеет свою модально-оценочную структуру, и модальность может проявлять себя весьма многоаспектно, выражая либо отношение высказывания к действительности в спектре оттенков реальности / ирреальности, либо отношение отправителя информации к высказываемому с точки зрения реализации различных степеней достоверности содержания. Модальность формирует «семантику текста» и «играет не меньшую роль в текстообразовании, чем <...> средства связи между предложениями, так как текст строится по законам текстовой модальности», образующей его «семантическую основу» (Г. Я. Солганик, 2007).

Модальные отношения проявляют себя в значительной степени вариативно в различных жанрах газетной публицистики и демонстрируют при этом в ходе развертывания текстовой информации богатый семантико-прагматический потенциал.

Например, в комментарии, посвященном президентству Германии в Совете Евросоюза и некоторым проблемным ситуациям, возникшим в тот период, модальная перспектива текста изначально задается высокой степенью уверенности автора в справедливости собственного мнения и представленной информации в целом, что явствует из инициального высказывания:

Kein Zweifel, die deutsche EU-Ratspräsidentschaft stand unter keinem günstigen Stern (Internationale Politik. – Juli/August 2007).

Модальный смысл, задаваемый начальной позицией, окрашивает всю последующую событийную информацию, модальная линия поддерживается в контексте лексикой с семантикой категоричности, привносимой в том числе и компонентами с негацией: *kein Wunder, natürlich, keineswegs, kaum vergleichbar, kaum annehmbar, kaum durchführbares Unternehmen*. Создаваемая адресантом модальная тональность категорической достоверности позволяет адресату декодировать возможное последующее инферентное развитие ситуации как контрастирующее с излагаемыми в пропозиции фактами и событиями (в данном случае по урегулированию определенных разногласий с Польшей). В тексте же это выражается конструкциями с противительным значением:

Das Problem selbst ist damit aber keineswegs aus der Welt. <...> Sobald jedoch von christlicher Seite sittliche Kriterien erwähnt werden, müssen wir wieder <...> (Internationale Politik. – Juli/August 2007).

Одновременно прослеживается скептически-ироничная тональность в высказываниях адресанта по поводу предпринятых мер в разрешении некоторых проблемных ситуаций Евросоюза.

В другой статье, в которой идет речь о недавнем обрушении ледника в горах Швейцарии и возможных последующих аналогичных ситуациях, информация подается в целом в модальном ключе неуверенности и неопределенности обстановки: от возможности и вероятности (скорее со знаком «минус») до значительной степени неопределенности, что выражается соответствующими модальными маркерами и их повтором в контексте. Тем самым модальностью подчеркивается и доводится до сведения адресата смысл неоднозначности и тревожности обстановки.

Например:

In der Schweiz sind nach einem Gletschersturz Einsätze im Katastrophengebiet aus Sicherheitsgründen immer noch nicht möglich. Der Schuttkegel dürfte die riesigen aufgestauten Wassermassen nicht mehr lange halten können. <...>

Schlimmstenfalls könnte sich das Wasser in eine Flutwelle verwandeln oder mit dem angehäuften Schutt eine neue Geröll- und Schlammlawine auslösen. <...>

Dieses Worst-Case-Szenario sei jedoch wenig wahrscheinlich, so Stéphane Ganser, Staatsrat des Kantons Wallis. "Dass der See plötzlich und brutal diese enorme Masse an Geröll durchbricht, ist wenig wahrscheinlich", sagt er. "Aber seit Mittwoch möge man das nicht mehr so gern sagen. Man wisse ja jetzt, dass aus wenig wahrscheinlich schnell wahrscheinlich werden kann." (Tagesschau, 30.05.2025).

Итак, в газетно-публицистическом дискурсе модальность играет неоспоримо важную роль как для смыслообразования, так и для реализации pragматического аспекта текста, выполняя функцию построения информации и, особенно, функцию воздействия на адресата.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

Рекламный текст – это особый вид текста, при создании которого важным требованием является максимум информации при минимуме слов (Розенталь, Кохтев, 1981).

Информируя потребителя о рекламируемом объекте, рекламист должен сообщить в первую очередь его название, а затем рассказать об его отличительных особенностях, сделать характеристику более яркой, запоминающейся, неординарной. Специфика объекта рекламы заключается в том, что он представляет собой как вербальную информацию, т.е., текст о рекламируемом, что является, в большинстве случаев, неотъемлемым компонентом коммуникации, так и собственно рекламируемое, т.е. тот товар или услуги, которые актуализируются посредством визуальных средств: рисунков, фотографий, иллюстраций.

Передача речевого сообщения в рекламе является важной, но промежуточной целью, подчиненной конечной цели – побудить адресата к покупке, поскольку главная прагматическая задача потребительского рекламного дискурса – побудить (убедить) реципиента приобрести рекламируемый товар или воспользоваться рекламируемыми услугами. Иными словами, убеждение является одной из важных целей речевого воздействия вообще и главной целью рекламного воздействия.

Привлечение визуальных элементов позволяет создать более четкое представление о рекламируемом.

В качестве примера рассмотрим рекламный текст известной автомобильной компании Škoda, представляющий новую модель автомобиля *KODIAQ RS*:

Der Schöne ist ein Biest. Pure Kraft, die einen Schönheitspreis verdient: Der Neue KODIAQ RS glänzt nicht nur mit seinem sportlichen RS-Outfit, sondern auch mit seinen inneren Werten: Dank seines maximalen Drehmoments vom 500 Nm, seines 2,0-l-Bi-Turbodieselmotors mit 176 kW (240 PS) und seines kraftvollen Allradtriebs überzeugt er vom Start weg- und bringt Sie immer und überall sicher und komfortabel ans Ziel.

(Cosmopolitan. 2019. № 8)

Функция привлечения внимания в рекламном сообщении реализуется при помощи изображения самого автомобиля. В правом верхнем углу расположены логотип компании и слоган *Simply Clever* ‘Просто умно’. Позиция логотипа и слогана выбрана осознанно, чтобы адресат быстрее их заметил и запомнил. Уже при первом взгляде на автомобиль создается впечатление, что это высококачественная и дорогая модель. Композиционная завершенность текста формируется в направлении от заголовка, который задает тон всему тексту, провоцируя адресата дочитать его до

конца. В самом заголовке авторами используется метафора *Der Schöne ist ein Biest* ‘красавец и чудовище’, которая отсылает адресата к известной сказке «Красавица и чудовище». В тексте проводится аллюзивное сравнение между автомобилем *Škoda* и его двигателем, с одной стороны, и красавицей и чудовищем, с другой. «Красавица» – красивая внешность, доброта, верность и «чудовище» – сила, мощь, внутренние положительные качества. В сознании адресата соединяется элегантность дизайна с мощью и скоростью автомобиля. В слогане *Simply Clever* для привлечения внимания используются англицизмы. При этом следует учитывать, что слово *clever* уже укоренилось в немецком языке и означает ‘сообразительный, умело использующий возможности’.

Далее по ходу рекламного текста раскрываются положительные качества товара, дополняющие визуальный образ рекламы. Технические данные автомобиля служат рациональными аргументами, а ключевые лексемы *sicher* ‘безопасно’, *komfortabel* ‘комфортно’ апеллируют к эмоциям адресата. Закреплению положительного образа рекламируемого продукта способствует оценочное информирование *mit seinen inneren Werten* ‘с его внутренними ценностями’. Обращение к аудитории на Вы *bringt Sie immer und überall sicher und komfortabel ans Ziel* ‘доставит вас безопасно и комфортно к цели в любых условиях’ призвано сократить коммуникативную дистанцию и создать атмосферу доверительности.

Одним из эффективных способов для создания положительного образа рекламируемого объекта является вкладывание сообщения в уста «вторичного коммуникатора» (D. Flader). В качестве «вторичного коммуникатора» обычно выступает авторитетное лицо, т.е. персона, заслуживающая (по мнению адресанта) доверия адресата на основании определенных личных или профессиональных качеств, которые подсознательно переносятся на рекламируемый объект – эксклюзивность, престиж, красота, молодость и т.д. Давление авторитета – сильно действующий фактор, призванный исключать критический взгляд на предмет рекламы, это по существу фактор престижа (А. М. Горлатов, 2002).

Так, в рекламной кампании немецкого автомобильного концерна *Volkswagen AG* авторы используют широкую популярность певицы Хелены Фишер:

Hello, ich bin Helene Fischer. Und das ist mein Volkswagen. ... Viele von uns sind als Kinder auf dem Rücksitz im VW in den Urlaub gefahren, sie saßen als Teenager beim ersten Kuss im Golf oder fuhren im Polo zum Camping. Und ich fahre den Golf Sportsvan in der Helene Fischer Edition. Wir VW-Fahrer haben's gut.. Logo: Volkswagen. Das Auto.

(https://www.youtube.com/watch?v=z0_PyONe3ZM)

В содержание текста включена информация, имеющаяся в опыте субъекта, для которого предназначен данный текст. При восприятии заключенной в тексте информации в рамках системы ценностей адресата, происходит определенное сравнение предлагаемой информации и информации, имею-

щейся в опыте адресата. Певица вспоминает свое детство и юность, которые многие ее сверстники провели похожим образом. Текст построен в виде монолога с использованием простых по структуре синтаксических конструкций. Использование местоимения мы в предложении *Wir VW-Fahrer haben's gut* ‘У нас, водителей VW, все хорошо’ создает иллюзию персональной коммуникации. Оценка рекламируемого продукта осуществляется адресантом с помощью лексемы *gut* ‘хорошо’. Таким образом, в сознании адресата устанавливается связь между использованием рекламируемого продукта и желаемым результатом. Само же имя известной певицы является вербальным выражением категории авторитетности.

Приведенное рекламное сообщение не содержит призыва. Здесь имеет место «пассивная» констатация факта. Но использованные вербальные и невербальные средства призваны побудить адресата к подсознательному соотнесению объекта рекламы с системой ценностей, построенной на имеющемся у адресата опыте. Именно в этом соотнесении и побуждении к размышлению и заключается «активность» текста, способная сформировать у адресата положительное отношение к рекламируемому объекту. Персуазивная сила рекламного сообщения возрастает из-за обязательного присутствия фотографии авторитетной персоны, что придает рекламному тексту характер многоканального поликодового сообщения, действующего на все возможные каналы читательского восприятия (ср.: Е. А. Гончарова, 2001).

Таким образом, можно утверждать, что авторы рекламных сообщений используют для активизации воздействия на адресата и достижения определенного перлокутивного эффекта вербальные и невербальные средства как одно визуальное целое.

Zhao Linjiang

MODERN EDUCATIONAL ADVERTISING: DIFFERENT LANGUAGES – COMMON TRENDS

In today's digital era, digital advertising of educational institutions is booming and has become the key to attracting consumers and enhancing brand influence. Meanwhile, the pragmatic strategies, tactics and means of their verbalization in modern educational advertising have attracted the attention of linguists.

As a type of publicity, modern educational advertising aims to promote various products and services of educational institutions. It can be seen that educational advertising is essentially a kind of persuasive behavior, and the overall publicity effect depends on its effectiveness. The pragmatic effect is manifested through persuasive strategy – communicative behavior that arouses certain feelings in business partners causing them to form value orientations and attitudes (P. V. Yakubov). In educational advertising, it is specifically expressed as an attempt to persuade consumers to purchase educational products or services.

Depending on particular content and performance, persuasive strategy in advertisements is manifested through different tactics, namely rational appeal, emotional appeal, authority appeal and value appeal. Rational appeal focuses on using logic, reason, and evidence to convince consumers. It emphasizes facts, statistics, and rational arguments to support a claim or selling point. Emotional appeal is a persuasive technique that targets consumers' feelings and emotions. It seeks to create a connection by stimulating consumers' empathy, fear, happiness, or other emotional responses. Authority appeal relies on the credibility and expertise of an authoritative figure or institution. By referencing authoritative sources such as experts, scholars, celebrities, or well-known organizations, advertising aims to establish trust and enhance persuasiveness. Value appeal connects with consumers' beliefs, principles, or morals. It goes beyond personal interests and relies on shared cultural, ethical, or societal values to motivate purchasing behavior.

From a linguistic point of view, the means of expression of the above four tactics in modern educational advertising can be categorized into verbal and nonverbal. Verbal elements mainly include words with persuasive meanings that are often accompanied by expressive syntax, while nonverbal means in digital advertising are manifested through such elements as fonts, colors, objects, and body language. Verbal and nonverbal means of encoding a digital advertisement can sometimes be independent, but more often they are intertwined to achieve the persuasive effect.

In this study, 40 online educational ads in each of the three languages – Chinese, English and Russian – were selected as research materials. Through semantic and quantitative analysis, the use of verbal means (both lexical and syntactical) as well as their combination with nonverbal means was considered in each persuasive tactic.

Based on the analysis results, lexical means of persuasion can be categorized into several groups, words describing *feelings* and *emotions*, *growth* and *progress*, *friendship*, *price*, *time* and *distance*, *teaching staff* and *institutions*, *success*, *patriotism*, *internationalization*, *future* and *dreams* being among them. Syntactical means act at the sentence level and work in conjunction with lexical means, the main types being imperatives, exclamations, questions, parallelism, and repetition. Nonverbal means are various visual elements that appear in ads that serve to persuade, mainly font, colour, body language, and objects. The statistics show that there are 133 verbal markers of persuasive strategy in Chinese-language advertising (61 in emotional appeal, 48 in rational appeal, 6 in authority appeal, and 18 in value appeal), 124 verbal markers in English (54, 47, 9 and 14 in each of the above mentioned tactics) and 128 in Russian (51, 58, 7 and 12 respectively), while persuasion-related nonverbal elements account for 68, 72 and 75 cases in each language, accordingly. Below are some specific examples.

First, we focus on an educational advertisement in the Chinese language. 少儿英语招生进行中. 开学季两人同行一人免单. 轻松掌握单词, 提高孩子学习兴趣. ‘Children’s English enrollment is in progress. Two together and one free

during the school season. Easy to master the words, enhance children's interest in learning.' Rational appeal and emotional appeal are used in this ad. As for rational appeal, verbal marker **两人同行一人免单** 'two together and one free' describes the low price. This is also a syntactical means of contrast, as juxtaposing **两人同行** 'two together' and **一人免单** 'one free' highlights the advantages of the course price and stimulates parents to enroll their children into groups. In addition, this phrase is bolded and centered in the ad, which is an example of nonverbal means of expression. As for emotional appeal, verbal marker **轻松** 'easy' implies that the learning process is stress-free and helps children to overcome negative emotions, while **提高** 'enhance' appeals to children's growth and progress. A different font color further deepens the consumers' impression.

Now let's consider an example in English. *We've been shortlisted! AAT Distance Learning Training Provider of the Year and AAT Large Training Provider of the Year. £ 200 off Accounting courses.* This ad consists of three independent short sentences. The first sentence uses emotional appeal, conveying excitement and pride through verbal marker **shortlisted** and exclamation mark, narrowing the emotional gap with consumers. It is also complemented by nonverbal means – bold font and larger font size. The second sentence appeals to authority. By mentioning the authoritative organization **AAT** (Association of Accounting Technicians), it builds credibility, creates a professional image and thus enhances consumers' trust. Syntactically, both the award names are used in a unified sentence pattern (parallelism), and repeated structure strengthens the rhythm, highlights the multiple advantages of the educational institution (distance education and large-scale training). The last sentence appeals to ration, as **£200 off** describes the price, suggesting immediate signing up for a discount.

Last, attention is paid to Russian-language education advertising. *Английский для детей и подростков. Смотрите в будущее уже сейчас! #онлайн/оффайн #с 7 лет. Ждем вас на бесплатном пробном занятии.* 'English for children and teenagers. Look into the future now! #online/offline #from 7 years old. Waiting for you at the free trial lesson.' In this ad, value appeal comes first. In terms of verbal means, **смотрите в будущее** 'look into the future' attracts parents' and students' attention to future growth and success. **Смотрите** 'look' is an imperative form used to directly call to action, which increases the sense of urgency and interactivity, prompting consumers to respond immediately. In terms of nonverbal means, the postures of a Superman-costumed father and a son looking forward to the future complement the text. Then comes rational appeal. **Онлайн/оффайн** 'online/offline', **с 7 лет** 'from 7 years old' and **бесплатное пробное занятие** 'free trial lesson' are all objective descriptions of advertising content, and backgrounds of a different color highlight this verbal message.

In further analysis we can see that there are some differences in educational advertising in three languages. For example, in English-language ads there are more verbal markers of rational appeal targeting international consumers, such as *global community, international group, and summer school*, but these verbal

markers rarely appear in Chinese and Russian. This may be due to the fact that the UK's education industry and student source structure are more oriented towards international community. On the contrary, patriotic values are prevalent in Russian- and Chinese-language ads. Another example is that religion related verbal markers are present in English-language ads, but not in the analyzed Chinese-language ads, which may be due to different ideologies and values. But overall, there are fewer differences than similarities in Chinese-, English- and Russian-language educational advertising. The reason may be that unique verbal markers are only applicable to consumers from particular geographical regions or with specific cultural backgrounds, whereas most ads are inclined to attract various types of consumers.

In general, educational advertising in all the three languages tends to favor emotional appeal and rational appeal, with relatively few instances of authority appeal and value appeal. In each language, lexical means of persuasion prevail, with syntactical means and nonverbal means playing a supporting role. These commonalities of educational advertising in the three languages far outweigh their differences, which may be determined by the universal principles of advertising as well as education itself.

ЛЕКСИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА

А. В. Антоненко

СЕМАНТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА КОННЕКТОРОВ АДДИТИВНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА

Исследование направлено на установление семантической структуры коннекторов аддитивности современного испанского языка на основании лексикографической дескрипции.

Семантическая структура трактуется нами как наличие в исследуемой языковой единице ряда «семантических компонентов (значений, лексико-семантических вариантов) разных видов» (Т. В. Жеребило, 2005).

Под коннектором понимается языковая единица, которая связывает предикативные части, являясь «избыточной с точки зрения синтаксического устройства высказывания, но при этом неся важную информацию о том, как соотносится данное высказывание с тем, что было сказано или написано ранее» (К. М. Шилихина, 2015).

В словаре «Diccionario de conectores y operadores del español» представлена информация о 229 коннекторах современного испанского языка, распределенных на 12 логико-семантических классов: *condicionales* ‘условные’, *concesivos* ‘уступительные’, *de oposición* ‘противопоставляющие’, *recapitulativos* ‘обобщающие’, *adición* ‘добавление’, *temporales* ‘временные’ и др. (C. Fuentes Rodríguez, 2009).

Объектом нашего исследования являются восемь языковых единиц (*además* ‘к тому же’, *aparte* ‘кроме того’, *asimismo* ‘также’, *encima* ‘более того’, *igualmente* ‘также’, *inclusive* ‘включительно’, *incluso* ‘даже’, *paralelamente* ‘также’), функционирующих как простые неэлементарные коннекторы аддитивности, которые маркируют логико-семантическое отношение, основанное на соотнесении элемента и множества (О. Ю. Инькова, 2019).

Исследование проводилось на материале пяти авторитетных испаноязычных словарей: *Diccionario del español actual* ‘Словарь современного испанского языка’, *Diccionario de conectores y operadores del español* ‘Словарь коннекторов и операторов испанского языка’, *Diccionario DELE ahora* ‘Словарь DELE ahora’, *Diccionario de la lengua castellana* ‘Словарь кастильского языка’ и *Diccionario de la Real Academia Española* ‘Словарь Королевской академии испанского языка’.

В семантической структуре исследуемых нами языковых единиц выделено десять семантических компонентов. Семантический компонент «добавление» является общим для всех простых неэлементарных коннекторов аддитивности. В лексикографическом описании этот компонент эксплицируется посредством глаголов *añadir* ‘добавлять’ и *unir* ‘соединять’, которые подаются как синонимы (*añadir* Syn. *unir*; *unir* Syn. *añadir*) в словарях

Diccionario DELE ahora ‘Словарь DELE ahora’ и *Diccionario de la Real Academia Española* ‘Словарь Королевской академии испанского языка’. Установлено, что не для всех исследуемых единиц в каждом исследуемом словаре в описании зафиксирован маркер этого семантического компонента. Так, для единицы *encima* ‘более того’ маркер есть только в четырех словарях и для единицы *aparte* ‘кроме того’ – только в двух.

Семантический компонент «включение в одно множество» зафиксирован в лексикографическом описании **семи** исследуемых единиц (кроме единицы *aparte* ‘кроме того’) и эксплицируется посредством таких маркеров, как *a lo dicho anteriormente* ‘к сказанному ранее’, *expresado antes* ‘ранее представленный’, *ya indicado* ‘уже указанный’ и др. Коннекторы аддитивности с этим семантическим компонентом в том числе указывают на отнесение нескольких контекстов к одному множеству на основании некого общего свойства.

Семантический компонент «равноправие», эксплицируемый такими маркерами, как *igualdad* ‘равенство’, *semejanza* ‘подобие’, *conformidad* ‘сходство’, *al mismo nivel* ‘того же уровня’ и др., выделен в лексикографическом описании **пяти** единиц (*además* ‘к тому же’, *aparte* ‘кроме того’, *asimismo* ‘также’, *igualmente* ‘также’, *paralelamente* ‘также’). Коннекторы аддитивности, обладающие рассматриваемым семантическим компонентом, могут употребляться в контекстах, предполагающих равноправие вводимой и ранее представленной информации.

В противовес этому, коннекторы аддитивности, в семантической структуре которых зафиксирован семантический компонент «неравноправие», могут предполагать большую важность последующего за ним фрагмента текста по отношению к предыдущему. Этот семантический компонент, эксплицируемый маркерами *en posición superior* ‘в более высокой позиции’, *un grado alto o superior* ‘более высокая степень’ и др., выделен в лексикографическом описании **пяти** единиц (*además* ‘к тому же’, *aparte* ‘кроме того’, *encima* ‘более того’, *inclusive* ‘включительно’, *incluso* ‘даже’).

Семантический компонент «отнесение к одному топику» выделен в описании **четырех** единиц (*además* ‘к тому же’, *asimismo* ‘также’, *encima* ‘более того’ и *inclusive* ‘включительно’) только в одном словаре, в других словарях маркеры этого семантического компонента (*la progresión temática* ‘развитие темы’, *el mismo tópico* ‘тот же топик’ и др.) отсутствуют. Коннекторы аддитивности с рассматриваемым семантическим компонентом в своей семантической структуре в том числе указывают на то, что вводимая информация относится к той же теме, что и представленная ранее.

Семантический компонент «неожиданность», эксплицируемый фразами *más allá de lo esperado* ‘за пределами ожиданий’, *no esperado* ‘неожиданный’ и др., выделен в описании **четырех** единиц (*aparte* ‘кроме того’, *encima* ‘более того’, *inclusive* ‘включительно’ и *incluso* ‘даже’).

Семантический компонент «противопоставление» выделен в лексикографическом описании **трех** единиц (*aparte* ‘кроме того’, *asimismo* ‘также’ и *paralelamente* ‘также’) только в одном словаре и эксплицируется маркерами

antiorientados ‘противопоставленными’, *contraposición* ‘противопоставление’, *contraste* ‘контраст’ и др. Употребление этих коннекторов аддитивности может предполагать противопоставление вводимого и ранее представленного фрагментов текста.

Семантический компонент «превышение нормы», выделенный в описании **двух** единиц (*además* ‘к тому же’ и *encima* ‘более того’), представлен такими маркерами, как *demasiá* ‘излишек’, *exceso* ‘чрезмерность’, *excesivo* ‘излишний’ и др. Коннектор аддитивности может указывать на то, что информация, содержащаяся в представленном ранее фрагменте текста, является достаточной для того или иного момента действительности (понимания ситуации, принятия решения, формирования вывода и т.п.) и что информация последующего фрагмента текста может не приниматься во внимание, т.к. является излишней.

Семантический компонент «исключение» выделен в описании единицы *aparte* ‘кроме того’ во всех словарях и представлен маркерами *forma separada del anterior*, *en su individualidad* ‘отдельно от предыдущих’, *diferente o distinto* ‘другой или отличный’, *separadamente*, *con distinción* ‘отдельно, с отличием’ и др. Употребление этого коннектора аддитивности в контексте указывает в том числе на то, что ранее представленный и последующий фрагменты текста являются объектами разных множеств, даже если имеют некие общие свойства. Семантический компонент «временное сближение», выделенный в описании единицы *encima* ‘более того’, эксплицируется фразами *aproximación en el tiempo* ‘приближение во времени’, *próximo en el tiempo* ‘близкий во времени’ и др.

В результате анализа лексикографической дескрипции языковых единиц, которые в современном испанском языке могут функционировать в том числе как простые неэлементарные коннекторы аддитивности, установлены общий и частные компоненты их семантической структуры. Предполагается, что наличие того или иного семантического компонента в структуре исследуемых коннекторов аддитивности влияет на их взаимозаменяемость в контекстах. Перспективным видится определение того или иного частного компонента семантической структуры, который, превалируя над другими частными, влияет на образование функционально-семантического ряда коннекторов аддитивности, становясь общим компонентом для единиц этого ряда.

М. П. Булгакова

ПРОБЛЕМА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫХ КОНЦЕПТОВ ЛЕКСИЧЕСКИМИ СРЕДСТВАМИ

Лингвокультурная концептология является одним из наиболее интенсивно развивающихся направлений лингвистики, что обусловлено общей логикой развития гуманитарных наук на современном этапе – их ориентацией на усложнение объекта исследования и междисциплинарность.

Особый интерес в данном направлении имеют сопоставительные исследования, то есть сравнение средств репрезентации концептов в разных языках. И в этой связи возникает проблема лакунарности концептов. Сопоставление с другим языком, анализ лексико-фразеологических парадигм показывают, что при наличии слова, вербализующего концепт в одном языке, в другом языке соответствующего слова может не быть. Иначе говоря, в этом языке обнаруживается словесная лакуна.

В связи с проблемой лексической лакунарности встает вопрос о том, означает ли лексическая лакуна отсутствие и соответствующего концепта в концептосфере данного народа.

Причины лакунарности (вербализации или отсутствия вербализации) концепта – чисто коммуникативные (коммуникативная релевантность концепта). Наличие или отсутствие вербализации концепта не влияет на реальность его существования в сознании как единицы мышления. В сознании существует большое количество невербализованных концептов. Значительная часть концептов индивидуального сознания вообще не подлежит вербализации. Наличие большого количества номинаций того или иного концепта свидетельствует о высокой номинативной плотности данного участка языковой системы, что отражает актуальность вербализуемого концепта для сознания народа. Концепт в случае коммуникативной необходимости может быть вербализован различными способами (лексическими, фразеологическими, синтаксическими и др.), целым комплексом языковых средств, систематизация и семантическое описание которых позволяют выделить когнитивные признаки и когнитивные классификаторы, которые могут быть использованы для моделирования концепта.

Отсутствие непосредственной связи между словом и концептом, как он понимается в философии и психологии, создает впечатление, что доминирующий на постсоветском пространстве вариант лингвоконцептологии близок к внутрисистемным исследованиям языка, прибегающим к концепту как удобному средству выделения и описания материала по тематическому принципу

К базовым характеристикам лингвокультурного концепта ученые относят:

- 1) Комплексность бытования (комплексное изучение языка, сознания и культуры).
- 2) Ментальная природа (концепт локализуется в сознании).
- 3) Ограничность сознанием носителя (концепт существует в индивидуальном или коллективном сознании).
- 4) Ценностность (центром концепта всегда является ценность, поскольку концепт служит исследованию культуры).

Концепты, объективируемые лексическими и фразеологическими единицами, часто называют лексическими или лексико-фразеологическими. Но важно помнить, что данное наименование характеризует способ вербализации концепта, а не тот факт, что концепт является словом или фразеологизмом.

Концепт рассеян в языковых знаках, его объективирующих. Чтобы восстановить структуру концепта, надо исследовать весь языковой корпус, в котором репрезентирован концепт (лексические единицы, фразеологию, паремиологический фонд), включая систему устойчивых сравнений, запечатлевших образы-эталоны, свойственные определенному языку.

Продуктивным в этом отношении представляется использование полевого подхода, базирующегося на выявлении синонимических, антонимических, иерархических и эпидигматических связей лексических единиц.

Т. В. Внук

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПАРАФОРМУЛ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

Одной из самых интересных и наименее исследованных групп фразеологизмов являются параформулы (парные сочетания слов, формулы-близнецы) – фразеологизмы, состоящие из двух однородных слов, относящихся к одной части речи (И. И. Чернышева, 1970). В советской фразеологии лишь немногие исследователи включали данные единицы в свои классификации (В. Н. Телия, А. В. Кунин, И. И. Чернышева и др.). В немецкой фразеологии структурные и семантические особенности данных единиц рассматриваются в коллективной монографии под редакцией Х. Бургера, Д. Добровольского и др. (H. Burger, D. Dobrovolskij, P. Kühn, Near R. Norrick, 2007).

Параграфы по своим структурным особенностям значительно отличаются от других фразеологизмов. На материале 300 параграфов немецкого и русского языков было установлено, что наиболее частотным средством соединения компонентов немецких параграфов является союз *und* (в 94 % единиц); также встречаются союзы *oder* ‘или’ (*über kurz oder lang* ‘рано или поздно’), предлоги *von...bis* ‘с...до’ (*von Kopf bis Fuß* ‘с головы до ног’), *über* ‘через’ (*Hals über Kopf* ‘сломя голову’), *um* ‘вокруг’ (*Zug um Zug* ‘постепенно’), двойной союз *weder...noch* ‘ни...ни’ (*weder Salz noch Schmalz* ‘ни капли’).

В материале русского языка союз *и* представлен в 38 % единиц; частотны также союзы *и...и*, *да*, *или*, *ни...ни* (*и зимой и летом, рожки да ножки, рано или поздно, ни ложки ни плошки*), предлоги *с...до*, *от...до*, *из...в* (*от корки до корки, с головы до ног, изо дня в день*). В русском языке компоненты параграфов могут быть связаны при помощи дефиса (*любодорого, молодо-зелено, жили-были*). В немецких параграфах данный тип связи встречается крайне редко, например: *landauf – landab* ‘повсюду’, *klotzen – nicht kleckern* ‘не размениваться по мелочам’.

В обоих языках преобладают субстантивные единицы (58 % в немецком и 66 % в русском), за ними следуют вербальные единицы (18 % и 9 % соответственно). На третьем месте в немецком языке адъективные параграфы (15 %), а в русском – адвербиальные (13 %). Наименее частотны

в обоих языках предложные единицы (2 % и 1 % соответственно), а также парапрограммы с числительными (*ни два ни полтора, один к одному*), с компонентами-местоимениями (*все и вся, ни нашим ни вашим*).

Примеры субстантивных парапрограмм: *Haus und Hof* ‘все, что имеешь’, *mit Spott und Hohn* ‘с насмешкой’; *кровью и потом, ни дна ни покрышки*.

Компоненты вербальных парапрограмм в большинстве своем употребляются в форме инфинитива в обоих языках (*zotteln und zuckeln* ‘вести себя беспокойно, *rumpeln und rumpeln* ‘грохотать’; *ни пройти ни проехать, судить и рядить*). Однако встречаются также другие глагольные формы: в немецком языке – форма Partizip II (*verzerrt und verzogen* ‘искаженный’). В русском языке: форма повелительного наклонения (*ищите и обрящете*), форма настоящего времени для 3-го лица единственного числа (*ни шьет ни порет*), форма прошедшего времени страдательного залога (*не пито, не едено*).

В немецком и русском языках имеются и адвербиальные парапрограммы (9 % и 10 % соответственно), например, *ganz und gar* ‘полностью’, *hin und wider* ‘иногда, по временам, там-сям’; *вдоль и поперек, мало-помалу*.

Адъективных парапрограмм в русском языке насчитывается меньше, чем в немецком (5 % и 15 % соответственно). В обоих языках встречаются прилагательные как в полной форме (с окончанием), так и в краткой форме (без окончания), а также субстантивированные прилагательные (например, *hieb- und stichfest* ‘неуязвимый’, *стар и млад; белый и пушистый, im Großen und Ganzen* ‘в целом’, *Jung und Alt* ‘стар и млад’).

Несмотря на то, что структура парапрограмм и используемые в них знаки препинания константны, встречаются единицы, у которых имеется несколько вариантов (*ни больше ни меньше / больше или меньше, туда и сюда / ни туда ни сюда, Alt und Jung / Jung und Alt*).

Интерес представляют также парапрограммы, компоненты которых, на первый взгляд, одинаковы (например, *aufgeschoben ist nicht aufgehoben* ‘отложить не значит отменить’) и напоминают тавтологические формулы-близнецы, типа *Tasse für Tasse* ‘чашка за чашкой’, *leben und leben lassen* ‘жить и позволять жить’. Однако вопрос об их тавтологичности не так однозначен, как кажется, поскольку в парапрограмме каждое слово соотносится с отдельным объектом (И. И. Чернышева, 1970).

Структурно-синтаксический анализ парапрограмм позволил также выделить синонимы и антонимы в их составе. Компоненты-антонимы в составе парапрограмм встречаются одинаково часто (по 13 % в русском и немецком языках) (*Zucker und Zimt* ‘сладкое и пряное’, *das Für und Wider* ‘за и против’; *в горе и в радости, добро и зло, направо и налево; zeitlich und ewig* ‘временно и вечно’). Некоторые парапрограммы имеют синонимичные варианты (*Sünde und Schande* ‘стыд и срам’, *Schmach und Schande* ‘стыд и позор’).

В 72 % единиц исследуемого материала в составе парапрограмм находятся компоненты одной тематической группы (*Gift und Galle spucken* ‘рвать и метать’ букв. ‘выплевывать яд и желчь’, *Auge um Auge, Zahn um Zahn*; *плоть и кровь*).

Параформулы являются не только инструментом выразительности речи, но и важным элементом сохранения культурно-языковой идентичности этноса, а также способом воздействия на адресата. Параформулы немецкого и русского языков предоставляют богатое поле для дальнейших исследований во многих направлениях лингвистики.

Корбачёва Т.В.

СЕМАНТИКА НОМИНАЦИЙ ДНЕЙ НЕДЕЛИ: ДИАХРОНИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Ключевым постулатом современной лингвистики является признание того, что значение слова тесно связано с репрезентируемой им концептуальной структурой. Слова не являются «предварительно упакованными кусками информации» (по Д. Геерартсу), а служат средством доступа к концептуальным структурам, что, в свою очередь, позволяет актуализировать в контексте любые участки заключенной в них информации. Взаимодействие семантики и концептуального мира человека, в котором находят отражение знания о постоянно изменяющейся окружающей действительности, представляет собой один из ключевых факторов, определяющих динамику лексического значения слова и направления его изменений.

Предметом данного исследования являются диахронические изменения семантики наименований дней недели в русском и испанском и языках, репрезентирующих периодически повторяющиеся отрезки времени, выделяемые во временном континууме названными языковыми коллективами.

Содержание номинаций недельного цикла, согласно проведенному ранее исследованию, включает наиболее часто актуализируемые в речевом употреблении социально закрепленные категориальные признаки, которые получают объективацию в лексикографических источниках. Ключевым фактором, определяющим специфику значений данных лексических единиц, является их релятивный характер, т.е. значение названия каждого дня недели объясняется через описание его взаимосвязи с другими компонентами цикла. Например, *вторник* «второй (после воскресенья) день недели». Значения названий дней недели включают в себя помимо указанных категориальных множество иных семантических признаков, раскрывающих широкие знания о видах деятельности человека и событиях, связанных с этими периодами времени, и их оценках, что формирует скрытую зону в семантике слов и высвечивается контекстом. Цель настоящего исследования заключается в определении стабильности *vs* изменчивости содержательных характеристик исследуемых лексических единиц, а также в установлении типов изменений.

Поставленная цель определила методику исследования динамики значений названий дней недели, которая заключается в сопоставительном анализе содержания лексических единиц, объективируемого в лексикографических описаниях и в различных деривационных процессах на разных временных срезах.

Проведенный анализ позволил сделать вывод об устойчивости категориальных признаков исследуемых лексических единиц. Данные русского языка демонстрируют идентичность информации, представленной в словарях XIX (словарь В. И. Даля), XX (словарь Д. Н. Ушакова) и XXI (словарь С. А. Кузнецова) веков. В описаниях дней недели указано их положение относительно других компонентов цикла, при этом первым днем недели неизменно называется *понедельник*. В испанском языке наряду с наблюдаемой стабильностью категориальных признаков (их релятивный характер и соотнесенность с другими компонентами цикла) были выявлены изменения в значениях, касающиеся называемого первого дня недели. Так, еще в словарях начала второй половины XX века счет дней начинается с *domingo* ‘воскресенье’ (словарь Мартина Алонсо Педраза), в то время как в словаре XXI века (словарь Национальной академии Испании) первым днем недели называется *lunes* ‘понедельник’. Изменения в семантике слов отражают социальные преобразования, связанные со снижением роли религии в сознании людей и в общественной жизни.

Больший объем изменений в значениях названий дней недели отмечается в скрытой зоне. Прежде всего привлекают внимания различия в видах деятельности, связанные с днями недели. Так, в XIX веке у носителей русского и испанского языков с этими периодами времени ассоциировались действия религиозного характера: поминование усопших (*родительская суббота, Дмитриева суббота*), соблюдене поста (*У Спаса на Сенной Была пятница – день постный; среды и пятницы мы по христианству держим, едим рыбное; субботничать «поститься по субботам»; понедельничать, понеделовать «поститься» ...no comen carne los miércoles ... para ser tuy buenos cristianos* ‘не едят мяса по средам... чтобы быть очень хорошими христианами’, *los viernes magros* ‘постные пятницы’), посещение храма (*Siendo domingo, aquel día, debíamos aprovechar las horas para visitar los templos, si habíamos de alcanzar en ellos los oficios*. ‘Поскольку в тот день было воскресенье, мы должны были воспользоваться временем, чтобы посетить храмы, если хотели присутствовать на богослужении’). Привлекают внимание виды деятельности, потерявшие свою актуальность в настоящее время, но ассоциировавшиеся с днями недели ранее. Например, представленные в словаре В. И. Даля языковые данные актуализируют проводившиеся по субботам телесные наказания. *Субботками* называли «сечение учеников по субботам, когда чинилась расправа за всю неделю». Интересными, на наш взгляд, являются фразеологизмы с указанием действий, которые в называемые дни совершаются не стоит или интерпретируются как предсказания: *В понедельник деньги выдавать – всю неделю расходы; В понедельник, среду и пяток дела не начинай; Чихнешь в понедельник натощак – к подарку, во Вторник – к приезжим, в среду – к вестям, в четверток – к похвале, в пятницу – к свиданью, в субботу – к исполнению желаний, в воскресенье – к гостям; Llorar el lunes de mañana, es llorar toda la semana* ‘Плакать в понедельник утром – плакать на протяжении всей недели.’; *Quien ríe en viernes llora en domingo*. ‘Кто смеётся в пятницу, тот плачет в воскресенье’.

Контекстные употребления названий дней недели на временном срезе XXI века объективируют связанные с ними новые действия. Например, пятница ассоциируется с распродажами (*Черная пятница – это любимый день шопоголиков всего мира*), встречами с друзьями, походами в клубы и т.п. (*Viernes, señor, dame flojera, porque si me das fuerzas, me voy de fiesta hoy.* ‘Пятница, господи, дайте мне лень, потому что, если ты дашь мне силы, я пойду сегодня на вечеринку’). Суббота представляется как день отдыха (*Una buena mañana de sábado solo comienza en la tarde después de muchas horas de sueño.* ‘Хорошее субботнее утро начинается только после полудня после многих часов сна’).

Диахронические изменения затрагивают также зону оценочных характеристик значений слов. Наибольший интерес вызывают случаи инвертирования характеристик. Яркий пример перехода от отрицательной характеристики к положительной демонстрирует, например, испанское слово *viernes* ‘пятница’. Лексикографические источники фиксируют для устойчивого выражения *cara de viernes* букв. ‘пятничное лицо’ значение «*cara macilenta y triste*» ‘изможденное и печальное лицо’. Таким образом профилируется прочно закрепленная негативная оценка этого дня недели. Однако употребление выражения *cara de viernes* в современном информационно-коммуникационном пространстве свидетельствует о происходящей смене эмоциональной «тональности». К такому выводу мы приходим на основании анализа мемов, представляющих собой единицы информационно-смыслового обмена, обладающие поликодовой структурой. Отличаясь высоким лингвокреативным потенциалом, они являются ценным источником данных для исследований современных тенденций в развитии значений языковых единиц. Анализ мемов, в которых вербальное содержание включает выражение *cara de viernes* ‘пятничное лицо’, но при этом визуальная информация представлена в форме образов, транслирующих положительные эмоции (улыбающиеся лица), раскрывает смену эмоциональной характеристики в значении данного дня недели.

Таким образом выявленная стабильность семантического ядра (категориальных признаков) названий дней недели, сопровождающаяся подвижностью скрытой зоны смыслового содержания этих единиц, в которой в большей степени находят отражение происходящие в жизни социума изменения, представляют собой взаимосвязанные стороны единого процесса развития значений этих лексических единиц.

К. А. Котов

МЕТАФОРИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ ГЛАЗ ЧЕЛОВЕКА: ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭМПИРИЙНЫХ ПРИЗНАКОВ И ЭТАЛОНОВ СРАВНЕНИЯ (на материале русского, английского и испанского языков)

Важнейшим средством описания глаз человека является метафора, которую мы рассматриваем не как стилистический прием, а как один из

важнейших когнитивных механизмов: «метафора пронизывает нашу повседневную жизнь, причем не только язык, но и мышление и деятельность» (Лакофф, 2004). Предложенное исследование ограничивается анализом эмпирийных признаков глаз (признаков, воспринимаемых органами чувств и осознаваемых человеком в результате одноступенчатой мыслительной операции сопоставления с «эталоном» (Шрамм, 1979). К эмпирийным признакам в соответствии с полученными данными относятся *цвет, степень прозрачности, характер поверхности, размер, форма, характер движения, положение на лице*.

Посредством метафоры говорящий устанавливает связь между признаками глаз и феноменами окружающего мира, которые выступают в качестве эталонов сравнения и относятся к различным денотативным областям и подобластям: природным объектам и явлениям, животному миру, растительному миру, объектам материальной культуры, абстрактным феноменам и др. Наименования и классификация денотативных подобластей, представленных в данной работе, были позаимствованы из Русского семантического словаря под редакцией Н. Ю. Шведовой (Шведова, 2002).

Выбор эталонов при метафорическом описании глаз человека не является случайным. Он обусловлен как универсальностью когнитивных механизмов, так и национально-специфическими особенностями осмысления мира. В связи с этим большой интерес представляет сравнительный анализ, направленный на выявление закономерностей обращения носителей русского, английского и испанского языков к тем или иным денотативным подобластям при метафорическом описании эмпирийных признаков глаз человека.

В качестве материала исследования выступают устойчивые и свободные атрибутивные словосочетания, предикативные и полупредикативные сочетания, сравнительные обороты. Материал получен методом сплошной выборки из корпусов текстов исследуемых языков (НКРЯ, BNC, COHA, CdE, CORPES XXI и др.) Объем выборки составил 247 дескрипций в русском языке, 364 – в английском, 192 – в испанском.

Проведя анализ материала исследования, мы получили следующие результаты.

Наиболее продуктивной денотативной подобластью при описании **цвета** глаз во всех трех языках является подобласть «Части растений» (14,43 % в русском, 17,78 % в английском и 15,66 % в испанском языке от общего числа эталонов сравнения): *глаза цвета спелого ореха, eyes as blue as cornflowers* ‘глаза синие, как васильки’, *los ojos rojos como tomates* ‘глаза красные, как помидоры’. Далее во всех трех языках в порядке снижения частотности расположились «Горные породы, камни» (8,55 %, 9,48 %, 9,03 %): *глаза цвета бирюзы, granite-grey eyes* ‘гранитно-серые глаза’, *unos ojos color ágata* ‘глаза цвета агата’; и «Продукты питания» (8,55 %, 8,69 %, 6,62 %): *глаза цвета яблочного желе, light brown buttermilk eyes* ‘светло-коричневые глаза цвета пахты’, *ojos de color canela* ‘глаза цвета корицы’. Таким образом, в анализируемых языках прослеживается совпадение среди наиболее частот-

ных денотативных подобластей, что указывает на их универсальный в рамках языков характер. Описание цвета осуществляется через различные образы живой и неживой природы, а также некоторые важнейшие образы материальной культуры. Носители исследуемых языков прибегают прежде всего к широко известным, конкретным и легко визуализируемым феноменам окружающего мира, которые обладают яркими и стабильными цветовыми характеристиками, подходящими для описания глаз человека.

При метафорическом описании **характера поверхности** глаз в русском языке наиболее продуктивны следующие денотативные подобласти: «Составы, смеси, жидкости» (2,13 %): *эмалевые глаза*, «Ткани и их компоненты» (1,6 %): *замшевые глаза* и «Горные породы, камни» (1,6 %): *блестящие, как слюда, глаза*. В английском языке список наиболее частотных подобластей иной:

«Машины. Станки. Механизмы. Приспособления» (1,18 %): *eyes shone like candles* ‘глаза светились, как свечи’, «Небесные тела, созвездия, планеты» (0,79 %): *eyes glowing like meteors* ‘глаза сияли, как метеоры’ и «Млекопитающие» (0,79 %): *eyes glowed like a panther’s in the dark* ‘глаза сверкали, как у пантеры в темноте’. В испанском языке лидирует «Огонь; продукты горения» (4,21 %): *sus ojos brillantes como ascuas* ‘ее глаза сверкали, как раскаленные угли’, затем «Составы, смеси, жидкости»: *le brillaban los ojos como esmaltes* ‘глаза блестели, как эмаль’ и «Горные породы, камни»: *los ojos la brillan como dos crisoprasos* ‘глаза блестят, как два хризопраза’. По 2,4 % на каждую из представленных подобластей. Таким образом, характер поверхности в кросс-лингвистической перспективе интерпретируется через объекты, обладающие особым блеском, свечением или блестящей поверхностью.

Размер глаз в русском языке преимущественно описывается через подобласть «Млекопитающие» (2,13 %): *маленькие медвежьи глаза*, затем «Насекомые и членистоногие»: *огромные стрекозинные глаза* и «Предметы обихода»: *большие, как лукошки, глаза*. По 1,06 % от общего числа эталонов на каждую из подобластей. В английском языке также лидирует подобласть «Млекопитающие» (2,37 %): *large ox eyes* ‘большие бычьи глаза’, на втором месте по частотности находится подобласть «Предметы, относящиеся к спорту, зрелищам, играм. Музикальные инструменты» (1,58 %): *eyes the size of baseballs* ‘глаза размером с бейсбольный мяч’. В испанском языке наиболее частотной является подобласть «Предметы обихода» (2,4 %): *ojos tan grandes como copas* ‘глаза большие, как бокалы’, далее «Предметы, относящиеся к спорту, зрелищам, играм. Музикальные инструменты»: *los ojos abiertos como dianas de tiro* ‘глаза раскрыты, как мишени для стрельбы’ и «Чувства, эмоциональные состояния, их проявления»: *ojos son grandes como mis penas* ‘глаза большие, как мои печали’. По 1,8 % от общего числа эталонов на каждую подобласть.

Характер движения глаз в русском языке чаще всего выражается через следующие подобласти: «Люди»: *глаза бегают, как у базарного жулика*, «Млекопитающие»: *глаза, прыгающие, как белки в горячем лесу*, «Насе-

комые и членистоногие»: *глаза быстрые, как тараканы*. По 1,6 % от общего числа эталонов на каждую подобласть. В английском языке через подобласти «Люди»: *their eyes were like little children at church, restless* ‘их глаза были беспокойны, как маленькие дети в церкви’ и «Млекопитающие»: *eyes twitched like small frightened animals* ‘глаза дергались, как маленькие испуганные зверьки’. По 0,79 % от общего числа эталонов на каждую подобласть. В испанском языке характер движения глаз актуализируется крайне редко через денотативные подобласти «Люди»: *inmóviles como los de un cadáver* ‘неподвижные, как у трупа’, «Насекомые и членистоногие»: *sus ojos, vivos como insectos* ‘глаза живые, как насекомые’, «Земля, природные явления»: *ojos vivos como un relámpago* ‘глаза живые, как молния’, «Предметы обихода»: *fijos como muñecos* ‘застывшие, как куклы’. По 0,6 % на каждую подобласть. Как можно видеть, во всех трех языках присутствуют подобласти «Люди», «Насекомые и членистоногие». В английском и русском также присутствует подобласть «Млекопитающие».

Форма глаз в русском языке чаще всего актуализируется через денотативные подобласти «Люди» (2,13 %): *глаза выпуклые, как у близоруких* и «Части растений» (1,06 %): *круглые, как головки подсолнухов, глаза*. В английском наблюдается почти равномерное распределение между множеством подобластей, включая такие, как «Знаки, эмблемы, деньги, документы» (0,79 %): *eyes as round as money* ‘глаза круглые, как монеты’, «Млекопитающие»: *eyes bulged like a Pekinese dog's* ‘глаза выпячивались, как у пекинеса’, «Одежда и сопутствующие ей предметы»: *round your eyes, like an opening umbrella* ‘круглые, как раскрывающийся зонтик, глаза’ и другие, которые составляют по 0,39 % от общего числа эталонов. В испанском языке метафорическое описание формы глаз встречается крайне редко и происходит за счет денотативных подобластей «Знаки, эмблемы, деньги, документы»: *ojos redondos como monedas* ‘глаза круглые, как монеты’, «Части растений»: *los ojos redondos como cebollas* ‘глаза круглые, как луковицы’ и «Предметы, относящиеся к спорту, зрелищам, играм. Музыкальные инструменты»: *los ojos redondos como discos de 33 revoluciones* ‘глаза круглые, как пластинки на 33 оборота’. По 0,6 % на каждую подобласть.

Число денотативных подобластей, вовлеченных в метафорическое описание **степени прозрачности** глаз человека, крайне ограничено, как и общее количество метафор, описывающих данный признак. В исследуемых языках наиболее частотной является подобласть «Земля, природные явления» (1,06 % в русском, 1,58 % в английском, 1,8 % в испанском языке): *глаза мутные, как вода в придорожной луже, eyes as limpid as tidal pools* ‘глаза прозрачные, как приливные заводи’, *ojos cenagosos como el fondo de un remanso* ‘глаза мутные, как дно заводи’. Денотативная подобласть «Составы, смеси, жидкости» в русском языке также составляет 1,06 % от общего числа эталонов: *прозрачные, как стекло, глаза*. В английском языке на втором месте по степени частотности располагается подобласть «Горные породы, камни» (0,79 %): *crystalline eyes* ‘кристальные глаза’. В испанском языке на

втором месте также находится подобласть «Составы, смеси, жидкости» (0,6 %): *los ojos claros como el cristal purísimo* ‘глаза ясные, как чистейший кристалл’.

Положение на лице является наиболее редко актуализируемым эмпирическим признаком глаз в исследуемых языках. Данный признак встречается только в русском и испанском языках. В русском языке он актуализируется через подобласть «Названия предметов по форме, целости» (0,53 %): *глубоко запавшие глаза, похожие на дыры, прожженные углем*, а в испанском через подобласть «Горные породы, камни» (0,6 %): *los ojos hundidos como guijarros en el barro* ‘глаза впалые, как камешки в грязи’. Данный признак, по-видимому, актуализируется при необходимости маркировать физиологическое отклонение от нормы.

Таким образом, можно заключить следующее: а) универсальные для сопоставляемых языков корреляции модели «признак – этalon» особенно характерны для метафоризации цвета, характера движения глаз и степени их прозрачности. Возможно, это связано с тем, что, во-первых, данные признаки воспринимаются быстрее и легче других, а во-вторых, для них проще подобрать эталоны, обладающие необходимыми признаками и одинаково хорошо известные широкому кругу лиц; б) межъязыковые различия проявляются в варьирующихся стратегиях метафорического описания характера поверхности глаз, их размера, формы и положения на лице. Вероятно, это связано с тем, что данные эмпирические признаки привлекают меньше внимания и они становятся объектом описания главным образом при отклонении от нормы; в) эталоны, принадлежащие к определенной денотативной подобласти, могут участвовать в метафорическом описании нескольких эмпирических признаков глаз. Это показывает, что в когнитивной системе говорящего некоторые эталоны хранят наборы связанных характеристик и свойств (цвет, характер поверхности, степень прозрачности, размер, форма и т. д.) и при метафорическом описании глаз в сознании активируется именно тот признак, который лучше всего выражает требуемую характеристику.

Н. Н. Кушнерук

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ НЕМЕЦКИХ ИМЕН СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ (в молодежном сленге)

Под молодёжным сленгом понимается ненормативная лексика, находящаяся на границе или же выходящая за рамки общелитературного языка. Молодёжным сленг называется постольку, поскольку основным источником его формирования является именно речь молодёжи.

Молодёжный язык – это лексика, находящаяся на границе или же выходящая за рамки общелитературного языка, имеющая ярко выраженную эмоциональную окраску и сниженную этическую и эстетическую нормы.

Понятие молодёжный сленг употребляется в качестве синонима для термина «молодёжный язык».

Молодёжный сленг характеризуется наличием определенных функций: репрезентативной, которая заключается в том, что молодежный сленг выступает как бы паролем всех членов особой референтной группы; и игровой функцией, в которой игровой принцип реализуется в массированной, гипертрофированной энглизированности "системного" сленга.

Характерными особенностями немецкого молодёжного сленга являются многочисленные заимствования из различных языков, метафоризация и лексическая деривация.

Каждый из путей пополнения молодёжного сленга обладает своими значимыми особенностями:

1) Метафоризация лексических единиц – это вторичная номинация общенародной лексики. В основе всех видов вторичной номинации лежит ассоциативный характер человеческого мышления. Эти ассоциации весьма по-разному проявляются у зрелой и молодёжной части общества, что хорошо заметно в ходе исследования.

2) Иностранные заимствования из других языков делают речь молодёжи ярко выраженной, это значит непохожей на речь других социальных групп. Чаще всего новые слова заимствуются из английского языка, но также были обнаружены слова и из других языков, например, итальянского и французского.

Основные пути пополнения современного языка немецкой молодёжи, т. е. метафоризация общенародной лексики и иностранные заимствования, представлены в языке различными словообразовательными моделями.

В ходе исследования удалось выяснить, что многие слова возникли в результате следующих процессов словообразования:

1) Словосложение – это цельнооформленное соединение двух и более морфем, выступающих в качестве корневых в отдельных словах. Данная словообразовательная модель является продуктивным способом образования новых имён существительных в современном молодёжном сленге немецкого языка.

Лексические единицы, возникшие в результате словосложения, можно рассматривать исходя из следующих принципов: морфологического, семантико-синтаксического и структурно-генетического.

Исходя из структурно-генетического принципа, образованные путем словосложения лексемы можно разделить на следующие группы: полносложные композиты, неполносложные композиты и сдвиги.

Что касается сдвигов, они представляют собой особый вид словосложения, при котором структура слова оформляется таким же образом, как словосочетание или предложение, лежащее в его основе, однако обладающее фонетической и морфологической целостностью.

2) Деривация (аффиксальное словообразование) – образование новых слов при помощи аффиксов (или посредством дез аффиксации) согласно словообразовательным моделям, свойственных данному языку.

Деривация делится на эксплицитную (с помощью словообразовательных аффиксов) и имплицитную (с помощью нулевой морфемы), соответственно, говорят о собственно деривации и конверсии.

Деривация проанализированных имён существительных представлена преимущественно лексемами, образованными суффиксальным способом.

3) Сращение – это особый способ словообразования, протекающий на основе целого словосочетания с помощью суффиксации и субстантивации. Большинство сращений обычно образовывается при помощи одновременного сдвига и суффиксации на основе глагольных словосочетаний.

4) Контаминация (скрещение) – взаимодействие языковых единиц, со-прикасающихся либо в ассоциативном, либо в синтагматическом ряду, приводящее к их семантическому или формальному изменению, или к образованию новой (третьей) языковой единицы.

5) Сокращение – это слово, подвергшееся уменьшению числа фонем или морфем. При сокращении слова исходное слово теряет одну из частей слова.

Лексемы могут терять вторую часть слова или несколько частей слова одновременно, а также при этом получать типичные для молодёжного сленга суффиксы -и или -о.

Использование такого большого количества усечённых форм в молодёжном языке может быть обусловлено желанием представителей молодёжной группы говорить и писать быстрее за счёт сокращения всех слов.

В ходе исследования было выявлено, что наиболее частотными способами образования имен существительных в немецком молодежном сленге являются сокращения (или усечения) формы слова и словосложения, которые составляют 49 % и 31 % от всех исследуемых лексем.

Л. М. Лещёва

МЕЖЪЯЗЫКОВЫЕ ЛЕКСИЧЕСКИЕ СООТВЕТСТВИЯ И ИХ ПЕРЕВОД

Содержание целей и способов их достижения при установлении межъязыковых лексических соответствий в сопоставительной лингвистике и в переводе принципиально иные.

В сопоставительной лингвистике, следуя принципам структурного подхода к исследованию языка, проводится многоаспектный контрастивный анализ коррелятивных лексических единиц, обычно в двух языках, для выявления сходств и различий их планов выражения и содержания в целях установления их генетического родства, типологического или структурно-семантического и функционального сходства.

Сопоставлению подвергаются **количественные составы лексем** в разных языках, именующие определенный фрагмент действительности (например, одному англ. слову *cherry* соответствуют два рус. слова: *вишня* и *черешня*).

Сравнивается **этимология коррелятивных слов** – история их появления в номинативном пространстве анализируемых языков (в наших примерах указывается на общность греческого происхождения англ. слова *cherry* и рус. *черешия*, но разные пути их появления в своих языках (ср.: англ. *cherry* [ME, fr. ONFr *cherise*, fr. medieval L. *ceresia*, based on Gr. κέρασος – *kerasos* ‘cherry tree’ ‘вишня, черешня (дерево)’] и рус. *черешия* [praslaw. заимств. из др.-бав. **cherisa* из лат. *cerasus*, *ceresium*, далее из др.-греч. κεράσιον ‘вишня, черешня (плод)’ из κέρασος *kerasos* ‘вишня, черешня (дерево)’]; рус. слова *вишня* связано с нем. *Weichsel* ‘вишня’ [лат. *viscum* ‘птичий клей’]). Такой анализ указывает на семантические различия этих слов с момента их появления в своих лексических системах: по-видимому, в русский язык были заимствованы два слова из немецкого языка, одно, имеющее отношение к др.-бав. **cherisa*, восходящего к лат. и др.-гр., а другое *Weichsel* ‘вишня’, что стало причиной различий в семантическом объеме русского и английского слов.

Далее сопоставляются параметры планов выражения анализируемых коррелятивных лексем, в частности, **характеристики их звучаний** ([‘ʃeri] и [feɪ'rɪeʃn̩], ['vɪʃn̩]). Анализ фонетических характеристик сопоставляемых лексем позволит, например, на основании рифмы – созвучий в окончании двух или нескольких слов – определить их фонетические связи с другими единицами в лексической системе языка и в ментальном лексиконе: они будут принципиально иные. Так, английское слово *cherry* ‘черешня, вишня’ оказалось связанным рифмой со многими словами германского происхождения *merry* ‘веселый’ – *berry* ‘ягода’ – *ferry* ‘паром’, а также словами романского и ирландского происхождения: *sherry* ‘херес’ – *perry* ‘перри – грушевый сидр’ – *terry* ‘махровая ткань’ – *Kerry* ‘графство в Ирландии; распространенная фамилия’ и др. Коррелятивное же слово же *черешия* на основе рифмы связано в русском лексиконе лишь с ограниченным количеством исконных редко используемых и устаревших слов: *внешня* – *прежня* – *здешия* – *нездешня*, как, впрочем, и заимствованное слово *вишня*: *нижня* – *ближня* – *вышня* – *всевышня*.

Важным параметром межъязыкового сопоставления является также **морфологическая и словообразовательная структура коррелятивных слов**. В нашем случае все сопоставляемые корреляты, являясь заимствованными единицами, оказались мономорфемными и деривационно простыми номинативными единицами и не имеют внутренней формы, мотивирующих признаков, которые бы способствовали еще большему расхождению значений коррелятов, а также их положений в языковых системах.

Самым важным аспектом сопоставительных лексических исследований являются семантические характеристики слов-коррелятов, касающиеся **организации их главных лексико-семантических вариантов**, именующих понятие о соотносимом референте (в данном случае им является ‘съедобный сочный обычно темно-красный небольшого размера фрукт семейства косточковых’). Такое исследование можно проводить с помощью традиционного компонентного анализа или же более удобного, но менее надежного его варианта – дефиниционного анализа и даже с помощью перевода.

В самом начале работы мы отмечали, что согласно переводным словарям одному англ. слову *cherry*, именующему определенную ягоду, соответствуют два рус. слова: *вишня* и *черешня*, т. е., экстенсионал главного ЛСВ англ. слова *cherry* в два раза шире его русскоязычных коррелятов *вишня* и *черешня*.

Анализ толковых словарей указывает на еще более радикальные расхождения экстенсионалов этих слов: согласно Oxford American Dictionary (в LINGVO), любой небольшой круглый косточковый плод ярко- или темно-красного цвета может именоваться *cherry* (1) a small, round stone fruit that is typically bright or dark red), например, плоды, которые мы именуем ‘кофейными бобами’.

Интересно отметить, что национальные лексикографические традиции описания значений слов могут системно различаться. Так, в англоязычных толковых словарях семантическая информация о плоде, именуемом словом *cherry*, видится первичной и обычно представлена самостоятельным главным ЛСВ этого слова, а название дерева представлено в качестве производного ЛСВ. В русскоязычных же словарях эти два метонимически связанные понятия, плод и само растение, представлены в одном главном ЛСВ, причем вначале дефиниции приводится характеристика растения, а затем упоминается его плод (*вишня* ‘плодовое дерево или кустарник семейства розоцветных с белыми цветами и сочными темно-красными ягодами, содержащими твердую круглую косточку’; *черешня* ‘плодовое дерево семейства розоцветных, близкое к вишне, с крупными сочными косточковыми ягодами’).

Сопоставлению также подлежат *семантические структуры многозначных слов-коррелятов*, которые, как правило, не совпадают в разных языках. Так, английское слово *cherry* содержит в своей семантической структуре производный ЛСВ, именующий дерево, дающие соответствующие плоды, при этом указывается на его разновидности, выросшие из сортов сладкого или кислого плодов (2) (also *cherry tree*) the tree that bears such fruit.
• Genus *Prunus*, family Rosaceae: several species, the edible fruits being derived from the *mazzard* (or *sweet*) *cherry* (*P. avium*) and the *morello* (or *sour*) *cherry* (*P. cerasus*)), а также иные растения с плодами, похожие на вишню/ черешню, например, *cornelian cherry* ‘кизил’.

Кроме того, слово *cherry* имеет переносные неформальные значения ‘девственная плева, гимен’, ‘девственность’, а также девушку с этим качеством, которые отсутствуют в семантической структуре русскоязычного коррелята этого слова.

Особой семантической характеристикой сопоставляемых лексических единиц в разных языках является их *значимость* – положение, которое они занимают в лексических системах не только благодаря экстенсиональным характеристикам своих главных ЛСВ и их внутрисловным деривационным связям с другими ЛСВ, но и благодаря своим межсловным связям с другими номемами лексической системы на основании:

– своего *деривационного потенциала* (он количественно и качественно различается в анализируемых коррелятах: чрезвычайно высок у английского

слова и достаточно ограничен у русского, ср.: дериваты англ. *cherry* → ~*stone* ‘вишневая/ черешневая косточка’, ~*wood* ‘древесина вишневого дерева’, ~*like* ‘подобный вишне’, ~*-bob* ‘связка вишен’, ~ *picker* ‘автомобиль с телескопической вышкой’, ~ *tomato* ‘сорт помидоров черри’, ~ *plum* ‘алтыча’, ~ *bomb* ‘фейерверк красного цвета’, ~ *brandy* ‘черри-брэнди’; *Jerusalem* ~ ‘паслён лжеперечный’, *cornelian* ~ ‘кизил’, *choke* ~ ‘чёрёмуха карликовая’, *bird* ~ ‘чёремуха птичья’, *coffee* ~ ‘кофейные плоды’ и мн. др. и рус. *вишня* → *вишневый*, *вишнево-красный*, *вишнево-коричневый*, *вишенка*, *вишневка*, *лавровишина*, *вишенник* и *черешина* → *черешиновый*, *черешенка*);

– количества *парадигматических связей* с членами соответствующей лексико-семантической группы лексической системы (в нашем случае – это группа ‘косточковые плоды’), которые могут быть как одинаковыми в разных языковых коллективах, благодаря общим знаниям об этом фрагменте мира (например, с существительными, именующими такие косточковые как *манго*, *абрикос*, *персик*, *оливка*, *слива*, *вишня*, *нектарин*, *миндаль* и др.), так и различными в силу лингвокультурных отличий. Так, в английском языке имеются такие гипонимы у слова *cherry* для разновидностей сортов этих ягод, как *Bing*, *Rainier*, *Chelan*, *Montmorency* и др., а в русском – это *Шпанка*, *Новодворская*, *Молодежная*, *Шоколадница*, *Харитоновская*, *Жуковская* и др.;

– *синтагматических связей* с другими лексемами в речи, которые могут у коррелятов разительно отличаться (ср: сочетания со словом *cherry*: *to pit* ~, *to reissue* ~, *a bob of* ~s, *a bunch of* ~s, *a pound of* ~s, ~ *dole whip* и со словом *вишня*: удалить косточки из ~и~, ~ в шоколаде; *пьяная* ~, *ведро* ~и и др.

Для сопоставительного лингвокультурологического анализа, в центре внимания которого находятся концепты, поименованные средствами разных языков, особая роль принадлежит анализу не только семантики, но также pragmatики и оценочности лексических единиц. Благодатным материалом для этого являются фразеологизмы, в концентрированной форме аккумулирующие историю и культуру народа (ср. фразеологизмы с анализируемыми коррелятивными словами в английском и русском языках: *to make two bites of a cherry* ‘получить второй шанс для чего-то’; *life is a bowl of cherries* ‘жизнь полна удовольствий и наслаждений’; *cherry picking* ‘снимание сливок’; *to lose one's cherry* (сленг) ‘утратить девственность’ или ‘делать что-либо в первый раз’ и *были вишни, да все вышли* ‘для выражения разочарования по поводу упущенных возможностей’; *сладко вишенье, да барско кушанье* и др.)

Лингвисты также принимают во внимание *ассоциативные, частотные, стилистические характеристики коррелятивных слов*, которые, конечно же, отличаются, учитывая системно-языковые и социокультурные различия языков (ср., например, ассоциации англ. *cherry*: *brandy*, *Cola*, *Pepsi*, *soda*, *coke*, *candy*, *cream*, *oats*, *jam*, *jelly*, *gum*, *backyard*, *pagoda*, *bomb*, *choke*, *shrimp*, *olive*, *spitting*, *reissue*, *americana*, *pink*, *housewife*, *recipe*, *salad*, *pint*, *tomato*, *birch*, *brandy*, *Nissan* и др. в англ. яз. и ассоциации для рус. слова *вишня*: черешня, варенье, клюква, слива, дача, Чехов, сад, дядя Ваня,

вишневка, сакура, торт, компот, весна, пироги, вареники, черенок, цветение, белый цвет, яблоко, спелость, сладость, настойка, аромат, ведро, июнь, кислятина, бордовый цвет, зимняя вишня и др. – в русском).

Целью же поиска межъязыковых лексических соответствий при переводе является установление максимально равновесных номинативных единиц для двух языков в конкретном контексте.

Так, в качестве перевода предложения *After all, the picking of cherries from the coffee plant is, if anything, an ideal form of juvenile labour* можно рассмотреть такой вариант, учитывая более широкий экстенсионал слова *cherry*: ‘В конце концов, сбор плодов с кофейных деревьев – это, пожалуй, идеальная форма труда для несовершеннолетних’. Перевод предложения *He sent her for cherries* оказывается еще более сложным, учитывая разный экстенсионал этого слова в английском и русском языках. Здесь важно принять во внимание лингвокультурные особенности контекста дискурса. Так, используя слово *cherry*, американцы, имеют обычно в виду *черешню*, когда речь идет о свежей ягоде, и *вишину*, когда говорят об обработанной ягоде. Кроме того, речь обычно идет, скорее, о *черешине*, если дискурс имеет место в штатах Вашингтон, Калифорния и Орегон, где это ягода интенсивно выращивается, а если дискурс происходит в штате Мичиган, то речь, скорее всего, идет о *вишнях*, которыми он славится на всю страну.

Для корректного выбора переводческих соответствий важно владеть максимальным объемом информации, содержащейся в лексических системах сравниваемых языков и в ментальных структурах их носителей, к чему нужно стремиться в ходе специальной лингвистической подготовки и многолетней профессиональной практики.

Ло Чжэнцзинь

СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ЗНАЧЕНИЯ РУССКИХ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ, ПРОИЗВОДНЫХ ОТ НАИМЕНОВАНИЙ ЖИВОТНЫХ, И ИХ КИТАЙСКИХ КОРРЕЛЯТОВ

В разных языковых системах существует богатое разнообразие сравнений с животными, с помощью которых подчеркиваются как общие, так и отличительные характеристики сравниваемых объектов. В данной работе рассматриваются прилагательные, образованные от названий животных в русском языке, в компаративных значениях и их китайские корреляты в соответствующем значении с целью выявления сходств и различий между ними. Выборка контекстов употребления данных прилагательных русского языка получена из национального корпуса русского языка (НКРЯ), а контексты, в которых употреблены коррелятивные им наименования соответствующих домашних животных в сравнительных оборотах, извлечены из корпуса китайского языка (ВСС).

Как показывает материал, прилагательные данной группы в русском языке, равно как коррелятивные им сравнительные обороты в китайском

употребляются для выражения многих смыслов. Например, прилагательное *собачий* в сочетании с обозначениями частей тела (*морда*, *пасть*, *хвост*, *череп*, *кости*), физиологических испражнений (*моча*, *деръмо*), мест обитания (*конура*, *площадка*) видов деятельности (*лай*, *грызня*), образуемых групп (*стая*, *свора*), обслуживающих лиц (*парикмахер*) и др. используется для описания разнообразных свойств: физических характеристик людей (*с огромными как собачьи хвосты бровями*), их поведения (*русский интеллигент как собачий парикмахер, побежит...*), перцептивных свойств веществ (... *смесью...;* *цветом она была светло-желтая, как собачья моча...*), оценки (... *конкретным до противности, как собачье деръмо...*), совокупной деятельности (*кидались защитники, как собачья стая на одинокого волка*) и т.д.

Аналогичным образом в сравнениях с животными в китайском языке актуализируются многие свойства. Например, 狗的 *gǒude* ‘собачий’ в сочетании с обозначениями частей тела (**狗的尾巴** *gǒu de wěibā* ‘собачий хвост’, **狗的心脏** *gǒu de xīnzàng* ‘собачье сердце’, **狗的脸** *gǒu de liǎn* ‘собачья морда’), физиологических испражнений (**狗的粪** *gǒu de fèn* ‘собачий кал, собачий помет’), мест для обитания (**狗的窝** *gǒu de wō* ‘собачьей конуры’, **狗的收容所** *gǒu de shōurónghuǒ* ‘собачий приют’, **狗的屋** *gǒu de wū* ‘собачий дом’) и др.

используется для описания разнообразных свойств: физических характеристик людей (**鼻子像狗鼻子一样灵敏** *bízi xiàng gǒu bízi yǐyàng língmǐn* ‘нос такой же чувствительный, как у собаки’), их черт характера (**像狗一样忠诚可靠** *xiàng gǒu yǐyàng zhōngchéng kěkào* ‘предан и надежен, как собака’) и т.д. В сочетаниях со словом **绵羊** *miányáng* ‘овца’ в сравнение втягиваются такие свойства как: мягкость овечьей шерсти (**头发像绵羊的毛一样柔软** *tóufā xiàng miányáng de máo yǐyàng róuruǎn* ‘ волосы мягкие, как овечья шерсть’), твердость рогов у самцов (...**雄性绵羊的羊角...质地坚硬...** **彰显雄性绵羊的威严** *xióngxìng miányáng de yángjiāo...zhìdì jiānyìng...zhāngxiǎn xióngxìng miányáng de wēiyán...* ‘...рога самцов овец... твердые по своим природным свойствам... подчеркивают величие самцов овец...’) и др.

Наибольший интерес привлекают те случаи сравнения в исследуемых языках, в которых имеют место различные основания для сравнения с одними и теми же животными. Ярким примером таких несовпадений могут быть сравнительные обороты со словом *овца* и его китайским коррелятом **绵羊**

miányáng. При общности таких свойств как робость, послушность, боязливость, страх, приписываемых данному животному и актуализируемых в сочетаниях типа *овечий тон*, *овечий страх*, *дрожать как овечий хвост*, *овечьи глаза навыкате вовсе вылупились...*, *овечья натура христианина* и др. в русском языке или кит. 像绵羊一样温顺 *xiàng miányáng yīyàng wēnshun* ‘послушный как овца’, 像绵羊一样胆小 *xiàng miányáng yīyàng dǎnxiǎo* ‘робкий как овца’ (например, 小李 ... 突发情况 ... 胆小如羊 ... *Xiǎolǐ...tūfā qíngkuàng...dǎnxiǎo rú yáng...* ‘Сяо Ли...в критических ситуациях...трусливый, как овца...’), в китайском языке используются сравнения с глазами (眼睛像绵羊一样灵动明亮 *yǎnjīng xiàng miányáng yīyàng língdòng míngliàng* ‘живые и сияющие глаза, как у овцы’). медленным движением (像绵羊一样慢悠悠 *xiàng miányáng yīyàng mànyōuyōu* ‘неторопливый, как овца’, например, ... 老人... 散步... 绵羊一样慢悠悠 ...*lǎorén... sàn bù ...miányáng yīyàng mànyōuyōu...* ‘старик... прогуливается... медленно, как овца’), ее густой шерстью (像绵羊一样毛茸茸 *xiàng miányáng yīyàng máoróngróng* ‘волосатый (мохнатый) как овца’) и др.

В заключение подчеркнем, что семантика прилагательных, образованных от названий животных в русском, и их китайских коррелятов, не только имеет сходство, основанное на сходстве свойств животных, но и демонстрирует разнообразие в выборе характеристик как оснований для сравнения, обусловленное различиями в культурных и языковых привычках.

А. А. Мяховский

СООТНОШЕНИЕ СТРУКТУРНЫХ И СОДЕРЖАТЕЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК В ГИПЕРО-ГИПОНИМИЧЕСКОЙ ИЕРАРХИИ НА ПРИМЕРЕ НАЗВАНИЙ ЖИВОТНЫХ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

На сегодняшний день устоялось мнение, что при помощи компонентного анализа возможно установить точный состав значения конкретных лексических единиц, а также выявить ядерные – устойчивые, регулярно повторяющиеся – компоненты значения в ЛСГ. На базе таких компонентов в дальнейшем можно установить устойчивые комбинации признаков, характерные для конкретных ЛСГ. Такие сочетания называются по-разному разными авторами – идеальные когнитивные модели (Дж. Лакофф), лексико-семантические модели (М. И. Олейник), когнитивные матрицы (Н. Н. Болдырев) и т.д.

Согласно данным научной литературы, лексико-семантические модели названий животных могут состоять из разного числа компонентов, у разных авторов их число широко варьируется, например:

- базовая модель А. Вежбицкой насчитывает 5 основных компонентов: место обитания, размер, внешний вид, поведение, связь с человеком;

- расширенная модель О. Ю. Гавриловой вобрала в себя 14 компонентов, из которых 11 относятся к стержневым (классифицирующие, перцептивные, особенности размножения и вскармливания детенышей, локативность, связь с человеком, происхождение вида, поведение, особенности питания, время активности, пол, возраст), а 3 являются дополнительными (эра / время появления вида, оценка, состояние популяции).

В рамках данной работы мы ставим себе цель – на материале лексической базы WordNet установить зависимость между структурной организацией в гиперо-гипонимической иерархии названий животных и структурой лексико-семантических моделей членов в составе данной иерархии в современном английском языке. Мы исходим из гипотезы, что классы с более сложной структурной организацией соответствуют более сложным многокомпонентным лексико-семантическим моделям.

Для сравнения нами выбрано 4 класса названий беспозвоночных (*arachnid* ‘паукообразные’, *crustacean* ‘ракообразные’, *mollusk* ‘моллюски’ и *worm* ‘черви’), которые различаются между собой по общему числу членов. Сравнение проведено по таким структурным параметрам, как **инклузивность** (соответствует сумме всех гипонимов, непосредственно и опосредованно подчиненных гиперониму), **локальная глубина** (число уровней, которые охватывает микроструктура класса) и **локальная ширина** (число членов на одном уровне в пределах класса); результаты представлены в таблице:

Класс	Инклузивность	Глубина	max. ширина
<i>arachnid</i> ‘паукообразные’	31	4	13
<i>crustacean</i> ‘ракообразные’	65	4	25
<i>mollusk</i> ‘моллюски’	72	4	32
<i>worm</i> ‘черви’	38	3	17

Согласно полученным данным, классы названий беспозвоночных животных в современном английском языке имеют схожую структуру, а именно радиально-цепочечную конфигурацию, в которой развертывание в ширину преобладает над ветвлением в глубину. В случае названий паукообразных на уровень максимального развертывания структуры приходится 41,9 %, ракообразных – 38,5 %, моллюсков – 44,5 %, червей – 44,7 % от

общего числа единиц в классе. Однако классы «моллюски» и «ракообразные» несколько превосходят классы «паукообразные» и «черви» по общему числу членов.

На материале дефиниций, приведенных в WordNet, выявлены основные типы признаков, которые представлены в названиях беспозвоночных:

- 1) классифицирующие (**К**): научные таксономические термины (*arthropod* ‘членистоногие’, *any member of the genus Physa* ‘любой представитель рода *Physa*’), общеупотребительные названия классов (*lobster* ‘лобстер’, *mite* ‘клещ’);
- 2) перцептивные (**ПЦ**): размер (*minute* ‘микроскопический’), цвет (*whitish* ‘беловатый’), форма (*elongated* ‘удлиненный, продолговатый’), вес (*weighs up to 6 pounds* ‘вес достигает 6 фунтов’);
- 3) локативные (**Л**): среда обитания (*marine* ‘морской’), физико-географическая область (*found near the Channel Islands* ‘их можно найти близ Нормандских островов’), климатическая область (*tropical* ‘тропический’);
- 4) поведенческие (**ПВ**): издаваемые звуки (*makes a snapping noise with one of their enlarged chelae* ‘издает щелкающий звук одной из своих крупных клешней’), особенности локомоции (*hop like flees* ‘прыгают как блохи’), способ добычи пропитания (*hunts its prey instead of using a web* ‘охотится на добычу вместо того, чтобы использовать паутину’);
- 5) утилитарные (**У**): польза и функция (*edible* ‘съедобный’), вред и опасность (*parasitic* ‘паразитический’);
- 6) содержащие научную информацию (**Н**): анатомическое устройство (<*a mite* ‘клещ’> *lacking a dorsal shield* ‘не имеющий спинного щитка’);
- 7) пол (**ПЛ**): половая принадлежность (*male* ‘самец’, *female* ‘самка’, *hermaphroditic* ‘гермафродит’).

Далее нами были выявлены все комбинации признаков, встречающиеся в рассматриваемой выборке. Относительно устойчивые комбинации признаков (встречаются два раза и более) мы рассматриваем в качестве лексико-семантических моделей, присущих названиям беспозвоночных. Всего в материале исследования установлено 19 лексико-семантических моделей (лишь модели «К» и «У» представляют собой не сочетание, а отдельные признаки):

Комбинация признаков	Доля от общего числа %	Комбинация признаков	Доля от общего числа %
К + ПЦ + Л	20,93	К + ПВ	2,79
К + ПЦ	15,35	К + ПВ + ПЦ + У	2,33
К + ПЦ + У	9,77	К + ПВ + У	1,4
К	6,51	К + ПЦ + Н	1,4
К + Л	6,05	К + Л + ПВ	1,4
К + Л + ПЦ + У	5,58	К + Л + ПЦ + ПЛ	0,93

K + Л + ПВ + ПЦ	5,12	K + У + Н	0,93
K + У	5,12	B + K	0,93
K + ПВ + ПЦ	4,19	У	0,93
K + Л + У	3,26		

Также в рассмотренной выборке есть 30 комбинаций признаков, которые встречаются всего один раз, например: «К + ПЦ + ПЛ», «К + ПВ + ПЦ + ПЛ», «К + ПЦ + У + Н» и др. Как правило, однократно встречающиеся комбинации признаков являются многокомпонентными, большая часть таких комбинаций напоминают варианты более устойчивых многокомпонентных лексических моделей. Например, «К + ПВ + ПЦ + ПЛ» представляет собой усложненный вариант модели «К + ПВ + ПЦ». Следовательно, отклонения от устойчивых лексико-семантических моделей возможны, но встречаются довольно редко.

Также примечательно, что в разных группах беспозвоночных тенденции к формированию устойчивых лексико-семантических моделей выражены в разной степени. Так, среди названий ракообразных явно прослеживаются наиболее устойчивые прототипические модели «К + ПЦ + ПВ + Л» и «К + ПЦ + Л», а среди названий моллюсков преобладают модели «К + ПЦ + Л» и «К + ПЦ». В то же время анализ дефиниций названий паукообразных и червей позволил выявить лишь несколько относительно устойчивых комбинаций признаков (например, «К + Л + ПЦ + ПЛ», «К + ПВ + У», «К + У + Н»), которые не отличаются высокой регулярностью и воспроизводимостью.

Из всего вышесказанного можно заключить, что в организации информации в дефинициях ракообразных и моллюсков, с одной стороны, и паукообразных и червей – с другой, наблюдаются явные различия. Нам представляется, что это связано с разной степенью инклузивности классов. Классы ракообразных и моллюсков явно крупнее (насчитывают около 70 единиц), их объема достаточно для формирования прототипической структуры в рамках обозначенных групп беспозвоночных. Классы названий паукообразных и червей значительно меньше (не достигают 40 членов), и тенденции в организации информации в этих классах беспозвоночных носят более спорадический характер.

К. Г. Никитенкова

ФЕНОМЕН ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА (на материале немецкого языка)

Игра – это элементарная функция человеческой жизни и один из универсальных механизмов психики человека. Языковая игра пронизывает все

сферах жизнедеятельности *homo sapiens* (человека разумного) и призвана привести в движение творческие способности *homo indens* (человека играющего). В этой связи классические определения языка как средства номинации и средства общения дополняются пониманием языка как инструмента игры, а точнее манипуляции.

В медиадискурсе среди различных техник манипуляции можно выделить следующие игровые приемы:

1) средства массовой информации, в том числе так называемые «новые медиа», призваны формировать общественное мнение, но таким образом, чтобы у массового реципиента сохранялась уверенность в наличии у него собственного мнения, т. е. он хочет быть уверен, что это его мнение;

2) политический дискурс пронизывает другие субдискурсы, включая рекламный и маркетинговый дискурс, экономический дискурс, социальный дискурс и другие субдискурсы, что естественным образом способствует повсеместному обсуждению политической повестки дня;

3) популяризация негативного содержания – «Антислово года» (*Unwort des Jahres*). Они широко представлены в средствах массовой информации в богатом разнообразии.

Критериями отбора антислова года в Германии с 1991 года являются негативные, клеветнические, вводящие в заблуждение понятия, нарушающие принцип человеческого достоинства, сп.: *Unwort ‘schlimmes, unangebrachtes Wort; böser, übler, unerwünschter Ausdruck, Begriff’* (плохое, неуместное слово; злое, дурное, нежелательное выражение, понятие). Так, в 2024 году одним из проявлений дискриминации в общественных дискуссиях и в социальных сетях стало употребление лексемы *biodeutsch* ‘бионемецкий’, ‘биологически немецкий’. Первоначально в 1996 году единица использовалась в юмористическом контексте, обыгрывающем известный знак качества органического земледелия – по аналогии с биопродуктами, сп.: *Du bist ein getürkter Deutscher! Eine Fälschung! [...] Ich bin ein Original! Ein Bio-Deutscher!*. ‘Ты – поддельный немец! Фальшивка! [...] Я – настоящий! Коренной немец!’. Фраза содержит этническую дискриминацию (идею о «настоящих» и «не-настоящих» немцах). В оригинале используется окказионализм *getürkt* (от *Türke* ‘турок’), что может указывать на мигрантское происхождение адресата. В русском переводе это передано как «поддельный», чтобы сохранить смысл, но без прямого указания на национальность.

С течением времени слово «бионемецкий» стало использоваться, чтобы дифференцировать и иерархически классифицировать немцев с миграционными корнями. Ироническая коннотация эксплицирована в дефиниции понятия, сп.: *biodeutsch* (meist ironisch abwertend) *deutscher Abstammung und in Deutschland lebend* ‘(часто ирон., пренебр.) немецкого происхождения и проживающий в Германии’. Таким образом, подобный расистский конструкт явно нарушает идею демократического равенства и инклюзивности немецкого общества, что соответствует критериям отбора антислова года.

В прямом значении конструкция с компонентом *bio-* указывает на органическое происхождение, например, *Bio-Lebensmittel* ‘органические про-

дукты', то есть конструкция имеет положительную коннотацию и описывает полезные понятия (1. auf das Leben bezogen: *bioaktiv*, *Biomedizin* и т.д.) или экологически чистые, натуральные материалы, произведенные без вреда природе (2. aus natürlichen Stoffen oder auf natürliche, umweltschonende Weise hergestellt: *Biogemüse*, *Bioschokolade*). Однако в результате языковой игры (игры с контекстом) происходит полная подмена оценки. Приведем примеры игр с контекстами, в которых *biodeutsch* приобретает нейтральную коннотацию: *Ich bin Deutscher, auch wenn ich vielleicht nicht typisch biodeutsch aussehe und Türkisch sprechen kann, erzählt S[...]*. [Die Welt, 10.09.2020] – 'Я немец, даже если, возможно, выгляжу не совсем как чистокровный немец и умею говорить по-турецки', – рассказывает S[...]. [Die Welt, 10.09.2020]. Однако нужно принимать во внимание формально-публицистический стиль издания Die Welt, а также уточнить, требует ли контекст нейтральности или сарказма.

Таким образом, лингвистическим инструментом манипуляции в современном немецком медиадискурсе является языковая игра, одним из приемов которой может стать использование антислова года. Созданная на основе положительных или нейтральных оценочных компонентов конструкция в контексте может приобретать негативную коннотацию и популяризировать негативное содержание.

Ю. И. Петракова

ПРОИЗВОДЯЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИМЕН СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА (на материале окказионализмов и неологизмов)

Лексикон представляет собой действующую систему языковых единиц, которую можно сравнить с набором инструментов (lexical tool-kit), предназначенных для решения разнообразных задач в процессах порождения и восприятия речи. Выступая как языковая данность, лексическая система языка открывает доступ к словесной памяти, или внутреннему лексикону, – психическому образованию, которое обеспечивает хранение и извлечение информации, ассоциируемой с языковыми знаками. Опора на когнитивные структуры также позволяет использовать слова для создания новых единиц лексикона – производных наименований. Развивая метафору об «инструментальной» сущности лексического компонента, следует отметить, что не все его члены в равной степени участвуют в решении данной номинативной задачи. В дериватологии хорошо известны морфологические, синтаксические, семантические, этимологические и иные ограничения, налагаемые на возможность использования лексических единиц в тех или иных словообразовательных моделях. Выстраиваемые преимущественно на материале узульной лексики, описания словообразовательных систем могут быть дополнены и сведениями о закономерностях порождения новых наимено-

ваний – окказионализмов, которые при определенных условиях могут переходить в разряд неологизмов (более подробно о диффузности границ между данными типами единиц см. Х. Эльзен, 2005).

Такие результаты номинации, называемые в немецкой лингвистической литературе «мгновенными образованиями» (*Augenblicksbildungen*), особенно часто встречаются в публицистических текстах. Это связано не только с потребностью обозначения новых явлений, но и с необходимостью сжатого изложения информации, а также с использованием окказионализмов и неологизмов в качестве средства создания определенного эмоционального фона вплоть до манипуляции общественным мнением. Часть данных единиц может быть легко декодирована благодаря использованию регулярных словообразовательных моделей с предсказуемыми семантическими отношениями между непосредственно составляющими, однако некоторые новообразования требуют общих фоновых знаний (*Vorwissen*) говорящего и слушающего (Х. Эльзен, 2005).

На материале словарей неологизмов Д. Штеффенс и О. А. Никитиной, а также У. КваствхоФфа, данных электронного корпуса текстов Берлинско-Бранденбургской академии DWDS (URL: <https://www.dwds.de>) было установлено, что окказионализмы и неологизмы существенно расширяют уже имеющиеся словообразовательные гнезда, составляя их открытую, динамичную часть: появляясь в языке под влиянием временной номинативной потребности, такие производные единицы могут затем исчезать или переходить в разряд узуальных наименований (*Auge* ‘глаз’ > *Achtaugengespräch* ‘(политическая) беседа с участием четырех человек’; *Gold* ‘золото’ > *goldtreu* ‘верный, преданный всем сердцем’; *Haar* ‘волосы’ > *Haaranalyse* ‘анализ волос’, *Haarprobe* ‘исследование волос’; *Sekt* ‘шампанское’ > *Arbeitersekt* ‘шампанское для трудящихся’ – минеральная вода’; *Suppe* ‘суп’ > *Suppenkoma* ‘суповая кома’ – чувство усталости, сонливости после обильного приема пищи’; *Wasser* ‘вода’ > *Wasserplatz* ‘место для парковки водного транспорта’, *Wasserspielplatz* ‘игровая площадка у воды / с использованием воды’; *Wein* ‘вино’ > *Weinzunge* ‘винный язык’ – способность распознавать вкусовые ощущения от вина’ и др.).

Как и при узуальной словообразовательной номинации, создание таких наименований сопровождается компрессией сложных когнитивных структур и их сведением «к простому признаку или набору признаков, попадающих в первичный фокус семантики лексемы» (О. К. Ирисханова, 2014). Так, в единицах *Haaranalyse*, *Haarprobe*, *Haartest*, называющих новый способ обнаружения наркотических веществ на основе химического анализа волос, в фокусную зону попадает конструктивный семантический признак производящей базы *Haar* ‘волосы’. Благодаря опоре на этот фрагмент знания об исходной категории журналисты активно используют неологизмы для описания скандала с участием предполагаемого футбольного тренера национальной сборной ФРГ Кристофа Даума: *Dass er die Haaranalyse [...] vornehmen ließ, bezeichnete Daum als «Fehler».* (Rhein-Zeitung vom 12.01.2001)

‘Даум назвал ошибкой свое согласие провести анализ волос [...]’; Daum wurde am Montagmorgen [...] eine **Haarprobe** entnommen. (Rhein-Neckar-Zeitung vom 09.10.2000) ‘В понедельник утром [...] у Даума взяли пробу волос’; Es sei allerdings unwahrscheinlich, dass der **Haartest** bereits nach einer einmaligen Drogeneinnahme positiv ausfalle, sagte der Hamburger Gerichtsmediziner Klaus Püschel. (Berliner Zeitung vom 19.02.2002) ‘Тем не менее, маловероятно, что результат теста волос будет положительным после однократного приема наркотиков, как утверждает гамбургский судмед-эксперт Клаус Пюшель’.

Внося вклад в увеличение массива производных единиц, окказионализмы и неологизмы также могут расширять производящее поле лексического класса. Единицы, которые не востребованы в узульной словообразовательной номинации, выступают в качестве производящих при наличии соответствующего знания у говорящего и необходимости (пусть и временной) зафиксировать новый элемент опыта. Так, по данным словообразовательного словаря Й. Шплетта, слово *Weißbier* ‘пшеничное пиво’ не имеет своих производных. Однако в корпусе немецкого языка имеется единица *Weißbierdusche* ‘«душ» из пшеничного пива’, закрепленная в словаре «Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache»: *Im Berliner Olympiastadion feierten die Münchner mit Weißbierdusche und Sektfontäne ihren verdienten Pokalsieg.* ‘На Олимпийском стадионе в Берлине мюнхенцы праздновали завоевание кубка душем из пшеничного пива и фонтаном шампанского.’ [Die Zeit, 17.05.2010, Nr. 20]. Потребность журналиста назвать элемент наблюдаемой ситуации с помощью цельнооформленного наименования инициирует соединение языковых знаков *Weißbier* ‘пшеничное пиво’ и *Dusche* ‘душ’ и приводит к появлению сложного слова. При этом производный характер исходного наименования *Weißbier* ‘пшеничное пиво’ (< *weiß* ‘белый’, *Bier* ‘пиво’), как видно, не является преградой для его вовлечения в словообразовательный процесс. Таким образом, существующие закономерности, связанные с ограничением использования производных слов в качестве производящих баз, нарушаются при условии возникновения соответствующего номинативного запроса у говорящего. Об этом свидетельствуют и такие наименования, как *fingernagelgroß* ‘размером с ноготь’ (< *Fingernagel* ‘ноготь’), *Löschwasserversorgung* ‘пожарное водоснабжение’ (< *Löschwasser* ‘вода для тушения’), *Brauchwasseranlage* ‘ установка для технической воды’ (< *Brauchwasser* ‘техническая вода’), *Blattlausbefall* ‘поражение тлей’ (< *Blattlaus* ‘тля’), *Handlungs rationalität* ‘рациональность действий’ (< *Rationalität* ‘рациональность’), *Weltanschauungsgemeinschaft* ‘сообщество близких по мировоззрению людей’ (< *Weltanschauung* ‘мировоззрение’) и др.

Полученные результаты позволяют сделать два важных вывода. Во-первых, ограничительное действие языковых параметров единицы как компонента словообразовательных правил не носит абсолютный характер и, по-видимому, подчиняется коммуникативной потребности. Во-вторых, производящие поля лексико-семантических групп, которые содержат участую-

щие в словообразовании единицы, являются открытыми системами. Именно благодаря динамичности и комплексности когнитивных структур, репрезентируемых языковыми знаками, в номинативный акт могут быть введены любые необходимые говорящему «инструменты» – производящие единицы.

Л. В. Солонович

КОННОТАТИВНАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ ГЛАГОЛОВ СЛУХОВОГО ВОСПРИЯТИЯ В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Восприятие представляет собой один из ключевых процессов познания. Антропоцентрическая направленность восприятия обуславливает интерес к данному феномену различных отраслей науки, восприятие становится предметом исследования в таких направлениях, как психология, лингвистика и философия. В рамках психологии восприятие понимается как психический процесс, а именно как процесс приема, обработки и интерпретации информации, поступающей от органов чувств. При этом в процессе восприятия задействованы не только перцептивные системы, но и такие когнитивные процессы, как внимание, мышление и память. Отмечается, что прошлый опыт влияет на интерпретацию стимулов из окружающего мира. Изучение восприятия в философии связано с исследованием эпистемологических характеристик. В лингвистике можно выделить несколько направлений исследования восприятия. С одной стороны, данный процесс изучается в контексте понимания речи, другим аспектом исследований является языковая категоризация. Еще Сепир-Уорф в своей гипотезе лингвистической относительности подчеркивал роль языка в формировании способа восприятия мира.

Слуховое восприятие является второй по значимости после зрительного восприятия сенсорной системой. Лексико-семантическая группа глаголов с семантикой слухового восприятия характеризуется относительно небольшим количеством единиц как в русском, так и в немецком языках. Материалом исследования послужили глагольные единицы, отобранные методом сплошной выборки из универсального словаря Дуден для анализа лексем немецкого языка и толкового словаря С.И. Ожегова для формирования лексико-семантической группы глаголов со значением слухового восприятия в русском языке. Следует отметить, что данное исследование ограничивается глаголами, объединенными общностью категориально-родовой семы, в которых имеется активный субъект процесса восприятия. То есть такие глаголы как *послышиаться*, в которых субъект перцепции выражен имплицитно, не вошли в выборку. Как правило, субъект восприятия представлен одушевленным существом. В результате проведенного анализа было выявлено 38 глаголов слухового восприятия в немецком языке и 28 глагольных единиц в русском

языке. Наличие большего количества лексем со значением слухового восприятия в немецком языке обусловлено с одной стороны, наличием префиксальных лексико-семантических вариантов, и диалектизмов, с другой стороны.

В рамках данного исследования под коннотативным компонентом значения понимается передаваемая словом, дополнительная по отношению к вещественному содержанию информация, свидетельствующая об отношении говорящего к обозначаемому предмету или явлению. Основной функцией единиц, обладающих коннотативным компонентом, является реализация экспрессивной функции. В структуре коннотации выделяются четыре основных компонента: эмотивный (эмоциональный), оценочный, экспрессивный и стилистический. Прагматические семы также относятся к коннотативной составляющей лексического значения и передают не только отношение говорящего, но и социальные и культурные смыслы (В. И. Шаховский, 1980).

Коннотативная вариативность глаголов слухового восприятия в немецком языке характеризуется наличием стилистически маркированных и диалектных единиц. Стилистически анализируемая группа варьируется и включает разговорные и фамильярные варианты, некоторые лексемы принаследуют высокому тилю либо могут использоваться в специализированной сфере, в частности, радио. Всего было выявлено 12 единиц, обладающих коннотативными семами, что составляет 31,6 % от общего количества глаголов анализируемой лексико-семантической группы. Наиболее широко в значении анализируемых глагольных единиц представлены стилистические семы, отмеченные соответствующими пометами в словаре. Доминантной коннотативной характеристикой являются разговорные варианты, например, *raushören* '(aus einem Gemisch von Tönen, Stimmen, Worten, Geräuschen) mit dem Gehör wahrnehmen', *mitkriegen* 'etwas, was eigentlich nicht für einen bestimmt ist, [unbeabsichtigt] hören, wahrnehmen', *herhören* 'aufmerksam hören, was jmd. sagt, was geschieht, jmdn., etw. anhören', *behorchen* 'jmdm., einer Sache heimlich zuhören, jmdn., etw. belauschen'. Разговорные варианты отмечены в таком количестве, как и единицы, относящиеся к высокому стилю, например, *ablauschen* 'etw. durch aufmerksames Hinhören von jmdm. erfahren', *erlauschen* 'etw. durch Lauschen erfahren', *hineinhorchen* 'nach dort drin horchen'. Оценочный компонент значения выявлен у глагола *aufschnappen* (фам.) ''. Диалектизмы не являются типичными для анализируемой группы и представлены единицами *losen* 'aufmerksam, angestrengt hören, lauschen, um unbeobachtet etw. zu erfahren, jmdn. heimlich zu belauschen', которая относится к южнонемецкому диалекту. Специальная лексика представлена глаголом *abhören* 'jmdn., etw. mit dem Gehör prüfen; 2) etw. aufmerksam anhören', который используется в контексте радиовещания, и единицей *auskultieren* 'ein Organ auf Geräusche hin abhorchen'.

Коннотативные характеристики лексико-семантической группы глаголов слухового восприятия в русском языке также вариативны, однако распределение коннотативных сем глаголов представлено несколько по-другому. Количество единиц, обладающих коннотативными характеристиками,

составляет 8, то есть 28,6 %. Большая часть глаголов, обладающих коннотативным компонентом, относится к разговорному стилю, например, *услыхать, слыхать, понаслышаться*. К устаревшей лексике относятся лексемы *расслушать* (устар.), *внимать* (устар. поэт.). В исследуемой группе также выявлен глагол *заслушивать*, относящийся к канцеляризмам, и использующийся в официальном стиле. *Аускультировать* является медицинским термином. Глагол *уловить* в переносном значении также обозначает слуховое восприятие и имеет разговорную окраску. Диалектная лексика не представлена в лексико-семантической группе глаголов слухового восприятия русского языка. Обобщенные данные исследования представлены в таблице.

Таблица

**Коннотативная вариативность глаголов слухового восприятия
немецкого и русского языков**

Коннотативные характеристики	Глаголы немецкого языка	Глаголы русского языка
Устаревшие глаголы	behören	Внимать, расслушать
Разговорный стиль	raushören, mitkriegen, herhören, behorchen	понаслышаться, услыхать, слыхать
Переносное значение	-	уловить
Официальный стиль, канцеляризмы	-	заслушивать
Медицинская сфера	auskultieren	аускультировать
Поэтический/высокий стиль	vernehmen, ablauschen, hineinhorchen, erlauschen	внимать
Фамильярный стиль	aufschnappen	-
Диалектизмы	losen	-

Таким образом, лексико-семантическая группа в немецком языке характеризуется большей вариативностью коннотативных сем, как в количественном, так и в качественном плане. Доминантными коннотативными характеристиками глаголов слухового восприятия являются разговорные лексемы в обоих языках. В немецком языке также широко представлены глаголы, относящиеся к поэтическому и высокому стилю, однако, отсутствуют единицы, используемые в переносном значении, и канцеляризмы. В русском языке присутствуют коннотативные семы всего спектра, за исключением глаголов фамильярного стиля и диалектизмов.

3. А. Харитончик

РЕФЕРЕНТНЫЕ VS НЕРЕФЕРЕНТНЫЕ УПОТРЕБЛЕНИЯ ИМЕН СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ И ИХ РЕФЛЕКСИЯ В ЗНАЧЕНИЯХ ПРОИЗВОДНЫХ СЛОВ

Наличие у имен существительных интенсионала (сигнификата), определяющего границы обозначаемой именем категории, и одновременно «способность к денотации, т.е. обозначению предметов» (Лингвистический энциклопедический словарь, М., 1990, с. 411), лежащая в основе их экстенсионала, предопределили два различных типа употребления слов: референтное (Зачарованная вспышками, *овца* прыгала на одном месте, будто дожидалась, когда же влепит прямо в нее. [Юрий Коваль. Гроза над картофельным полем (1974)]; Грязные *овцы* с декадентскими физиономиями вяло щипали траву. [Сергей Довлатов. Заповедник (1983)]) и нереферентное (Это если она *овца*, – сказал старик и строго взглянул на Яшу. – А если не *овца* она, волк? [Ю. О. Домбровский. Факультет ненужных вещей, часть 5 (1978)]; *Овцы* невосприимчивы как к синему цвету, так и к красному. [Когда светофор будет черно-белым? // «Знание – сила», 2003]).

В семантике отсубстантивных дериватов русского языка, как показывает анализ, наследуются референциальные характеристики имени существительного, и соответственно имеет место референтное или нереферентное употребление исходных имен, которое, однако, обнаруживает специфичные черты в разных типах производных. В отсубстантивных глаголах актуализируются в основном нереферентные смыслы, что можно наблюдать в дериватах, образованных, например, от названий инструментов, лиц по профессии и др. (*лопатить* ‘разгребать, сгребать, пересыпать лопатой’ – Конечно, Никон именно искал. И все искали – *лопатили* землю... [Александр Терехов. Коммуналка (1995-2005)]; ... – ведь я весело *лопатил* снег от гаража, пока он грел машину... [Александр Терехов. Бабаев (2003)]; ...снова *лопатить* руду, неподъёмную от бесконечных «ночь-прочь», «Луна-весна» и пр. [Н. В. Якушев. Моя литературная жизнь // «Волга», 2000]; *инженерить* ‘быть инженером’ – ... Она скромно *инженерит*, трое детей. Что?! [Татьяна Набатникова. День рождения кошки (2001)]; ... когда Павел Шемметов работал в литейке «Поршня», Фима *инженерил*, Генка выписывал наряды, а Вагрич Бахчанян писал по трафа-рету лозунги. [Эдуард Лимонов. Молодой негодяй (1985)], *учительствовать* ‘быть учителем’ - Как будут жить Людмила и Надя? *Учительствовать?* Сдавать комнату? [Василий Гроссман. Жизнь и судьба, часть 3 (1960)]; Более того, и мать,... *учительствовать* бросила, за пенсией не ходила, и отец за нее расписывался в почтальонских ведомостях. [Анатолий Азольс-кий. Лопушок // «Новый Мир», 1998] и др. Роль инструментатива или предикатива производящего имени существительного в соответствующих мотивирующих суждениях коррелирует с его нереферентным употреблением, предопределяя тип референции.

Несколько сложнее картина референтных и нереферентных употреблений исходных единиц в семантике отсубстантивных прилагательных. Четко отсылая к референту в одних случаях, в других они указывают на класс (вид) того, к чему отсылает атрибут. Наглядным примером первого типа выступают адъективные дериваты от релятивных имен (*отцовский, материнский* и др.), четко отсылающие к референту в следующих контекстах: *отцовский* ‘принадлежащий отцу’ *портфель, кабинет, автомобиль* и т.д., или *отцовский* ‘такой, как у отца, матери’ *нос, подбородок*. Во втором типе контекстов имя существительное, выступающее в качестве производящей базы, указывает не на отдельный референт, а на всю область референции имени: *материнская заботливость, отцовская нежность, братский поцелуй* и др.

Следствием единого оформления как референтных, так и нереферентных употреблений субстантивных производящих баз является референтная амбивалентность и семантическая неопределенность отсубстантивных адъективных дериватов (*материнская, отцовская забота* – забота конкретных матери, отца или забота, свойственная материам, отцам), требующая для своего разрешения более широкого контекста. Ср.: *Была у нас «медвежья ночь», когда лесной гость вслед за ночным сборщиком грибов – Алексеем явился прямо к нашей избушке, покряхтывая и шурша галькой, а то и постукивая невзначай как бы стальными когтями.* [М. Быкова. Человеку дана возможность // «Техника – молодежь», 1993]; *На первых же днях разыгралась медвежья эпопея; медведи здесь по преимуществу «скотинники»: задирают скот, и поэтому для местного населения они бедствие.* [А. А. Реформатский. Из «дебрей» памяти (1960) // «Новый Мир», 2002].

Референтные / нереферентные употребления субстантивных производящих баз, находящие отражение в семантике производных лексических единиц, пополняют реестр скрытых в производных словах смыслов (типа числа и иных количественных модификаторов, вида, модальности и т.д.), составляя интересную и малоизведенную область семантического словообразования. Возможно также, что они являются главными линиями, по которым осуществляется дифференциация синонимичных конструкций (например, атрибутивных конструкций типа *отцовский дом* и *дом отца, заречные луга* и *луга за рекой* и многих других).

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

Т. В. Аникеева

СЕНСОРНЫЕ ОЦЕНКИ ПРЕЦЕДЕНТНОГО ФЕНОМЕНА СОВРЕМЕННОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

В рамках семантико-прагматических исследований одна из ключевых ролей принадлежит оценке как фактору осмыслиения говорящим предметов и явлений окружающей действительности. В современной лингвистической науке разделяются субъективная и объективная оценки (Ш. Балли, 1961), в свою очередь субъективные представляют собой эстетические, этические, количественные, логические, а также сенсорные оценки. Под сенсорными понимаются те виды оценки, которые являются результатом восприятия говорящим информации, транслируемой через пять органов чувств: слух, зрение, обоняние, осязание, вкусовые рецепторы (А. Ф. Папина, 2002). Особо важным вопросом предстает выявление оценки единиц современного художественного текста, где множественность способов введения инотекста в пространство текста-реципиента обуславливает актуальность и необходимость предпринимаемого анализа. Объектом настоящего исследования предстает оценка прецедентного феномена современного художественного текста, а предметом – ее выделяемые типы, в частности, сенсорная оценка.

Семантико-прагматический анализ средств выражения межтекстовых связей современного художественного текста позволил установить, что всем исследованным средствам свойственная глубокая прагматическая направленность. Так, В. В. Красных отмечается, например, что коннотативный фон и аксиологическая маркированность свойственны инварианту восприятия прецедентного текста; совокупность данных феноменов с необходимостью составляет когнитивную базу феноменов определенного лингвокультурного сообщества (В. В. Красных, 2003). На основе предпринятого анализа было выявлено, что прецедентные феномены как средства выражения межтекстовых связей реализуют морально-этические, эстетические (связанные с понятиями о красоте и прекрасном) и перцептивные признаки. На материале обоих изученных языков (русского и английского) установлено, что перцептивные признаки являются термином для отражения многообразия как сенсорных, так и иных установок, свойственных языковому сообществу.

Одними из наиболее многочисленных (42,61 %) выступают сенсорные признаки, выделяемые на основе языковых единиц, отражающих сенсорную семантику. Характерной чертой семантико-прагматической реализации средств выражения межтекстовых связей является то, что сенсорная оценка типична для прецедентных компаративов, в то время как номинативные прецеденты, хоть и содержат визуально воспринимаемую оценку факта или явления действительности, тяготеют к отражению параметрической оценки

(номинант ‘*монблан картона*’ и его интерпретация указывают на скрытое сравнение характеризуемого объекта с горой Монблан, но отражают не сенсорную, а параметрическую оценку, занимающую крайнюю позицию по шкале градуированности). Также такие единицы не являются частотными, занимая всего 6,25 % от общего числа исследованных случаев, в то время как доминирующим типом единицы, отражающей сенсорную оценку, выступают прецедентные компаративы.

Структура компаратива, имеющего прецедентный характер, включает имплицитно или эксплицитно выраженный субъект, характеризуемый компаративом, основание сравнения, а также прецедентный текст или наименование, служащее ресурсом заимствования (субъект X имеет свойство, истинно принадлежащее Y). Анализ всех типов сенсорной оценки позволил установить, что наиболее часто среди сенсорных оценок выявляются оценки трех основных типов:

- визуальная оценка (воспроизводящая способ восприятия предмета или объекта через визуальный канал восприятия) – 80 %;
- аудиальная оценка (указывающая на воспринимаемые посредством слуха свойства или признаки) – 15 %;
- тактильная оценка – 5 %.

Как отмечается Н. Д. Арутюновой, сенсорная и сенсорно-гедонистическая оценка восходит к каузативным глаголам, обозначающим отношения между объектами внешнего мира и вызываемыми им состояниями человека. Они отсылают к некоторому свойству объекта (предмета, лица, события, ситуации), которое стимулирует в человеке определенную реакцию, но при этом само свойство не эксплицируется (Н. Д. Арутюнова, 1988). При этом, выявляемые оценки могут раскрываться посредством широкого спектра таких номинантов, как *возмутительный, очаровательный, чарующий, радостный, волнующий, раздражающий, отвратительный, грустный, интересный и т. д.*, далее интерпретируемых по шкале этических качеств ‘*хороший/плохой*’. В рамках анализа прецедентных компаративов данные свойства реализуются не в качестве эксплицируемых предикатов, а признаков, выявляемых в интерпретации, что позволяет вербализировать это свойство для получателя сообщения. Так, прецедентный компаратив ‘*превратиться в скользкую устрицу, как Мавроди*’ указывает на свойство, характерное для прецедентного имени *Мавроди*, что включает представление об отвратительности данного человека для сознания потребителя банковских услуг, его восприятие как обманщика и лжеца. Данный тип также включает не только компаративы, основанные на единичном прецедентном имени или названии, но и компаративы с генерализованными наименованиями в качестве объектного слота прецедентной конструкции (‘*смотретьеться [раздражаяще], как у киношников*’). Среди исследованной группы компаративов также велик процент тех случаев, когда экспликация компаратива конструкции основана на лексемах сенсорной семантики, однако, это предполагает воспроизведение образа осуществления действия и не ведет к конструированию сенсорной оценки.

Вторым по частотности подтипов языковых средств, выражающих сенсорную оценку, выступают компаративы, эксплицирующие аудиальную оценку. Данный тип оценки функционирует на основе глагола, который вводит прецедентный компаратив, а также может включать в русскоязычном художественном тексте отглагольные прилагательные и причастия ('чарующий', 'завораживающий', 'оглушительный', 'волнующий'). Оценки данного типа представляют собой вторую по частотности категорию (15 % случаев реализации сенсорной оценки), что, тем не менее, позволяет установить тенденцию к доминированию сенсорно-гедонистической оценки, воспроизведяющей положительные представления (более чем в 43 % случаев).

Проанализированные примеры и положения позволяют сделать несколько выводов относительно проявления сенсорной оценки средств выражения межтекстовых связей. Прецедентный компаратив выступает глубоко прагматическим средством межтекстовых связей, который как характеризуется общей оценочной направленностью, так и способен актуализировать семантику через оценочные лексемы. Наиболее частотно в пространстве современного художественного текста реализованы компаративные конструкции, отражающие визуальную сенсорную оценку (80 %). Среди прецедентных компаративных конструкций, отражающих оценку данного типа, частотными выступают как единицы, непосредственно содержащие сенсорный компонент (глаголы 'выглядеть', 'смотреться' и т. д.), но не репрезентирующие непосредственно сенсорную оценку, так и сенсорно-гедонистические компаративы. Вторым по частотности типом выступает аудиальная оценка, основанная на глагольных средствах, где сенсорно-гедонистический признак воспроизводится в составе компаратива при помощи прилагательных 'чарующий', 'завораживающий', 'оглушительный', 'волнующий' и т. д., что демонстрирует, что данный тип оценки тяготеет в сторону проявления положительной оценочности. Третий тип оценки (тактильные оценки) связан с проявлением ощущений, свойственных для познания мира через осязание, и представляет собой наиболее малочисленную в процентном отношении группу.

А. Э. Карпеш

ОТРАЖЕНИЕ КУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТА «*DOLCE FAR NIENTE*»

В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА ИТАЛЬЯНЦЕВ.

**КОМПАРАТИВНЫЙ АНАЛИЗ ОТНОШЕНИЯ К ТРУДУ И ОТДЫХУ
В ИТАЛЬЯНСКОЙ, РУССКОЙ, БЕЛОРУССКОЙ, АМЕРИКАНСКОЙ
И БРИТАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ**

Исследования концептов труда и отдыха в различных лингвокультурах представляют собой важное направление когнитивной лингвистики и лингвокультурологии, позволяющее выявить ценностные ориентации и национально-специфические особенности восприятия этносами данных фундаменталь-

ных категорий человеческого бытия. Культурные концепты являются «сгустками культуры в сознании человека», тем «в виде чего культура входит в ментальный мир человека» и тем, «посредством чего человек – рядовой, обычный человек, не «творец культурных ценностей» – сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее» (Ю. С. Степанов, 2001). Концепт как явление ментального мира может быть репрезентирован как словом (словосочетанием), так и предложением, и даже текстом.

Итальянский язык фиксирует уникальное восприятие понятия «отдых» через фразеологизм *dolce far niente*, который не имеет точных эквивалентов в других языках. Культурный концепт *dolce far niente* (ит. букв. ‘сладкое ничегонеделание’) является ключевым элементом итальянской языковой картины мира, отражающим философию жизни, в которой ценность отдыха и наслаждения моментом уравновешивает стремление к продуктивности. Это выражение, восходящее к античной традиции (Плиний Младший), передает идею наслаждения моментом бездействия как искусством жизни, где праздность не порок, а осознанный выбор мыслящего человека. На юге Италии сложился особый культ «ничегонеделания» как формы наслаждения жизнью, напрямую связанный с *temento mori* – философией осознания ее быстротечности.

Понятие *dolce far niente* стало особенно популярным в эпоху *Grand Tour* (фр. «Большое путешествие») (XVIII–XIX вв.), когда в моду вошли образовательные путешествия аристократов за искусством и культурным просвещением, в которых Италия была обязательным пунктом для посещения.

Немецкий поэт и мыслитель Иоганн Вольфганг фон Гете, совершая путешествие по Италии в 1786–1788 годах, описал в своем дневнике («Итальянское путешествие») схожую философию жизни. В Риме (1786) он отмечал, что итальянцы «работают лишь для того, чтобы жить, а не живут, чтобы работать». «У них нет этой северной алчности к труду, этой ненасытной жажды деятельности, превращающей жизнь в сплошное служение долгу. Даже самый бедный римлянин обладает врожденным чувством наслаждения бытием – он умеет проводить время в праздности, не испытывая угрызений совести». В Неаполе (1787) Гете восхищался умением местных жителей наслаждаться простыми радостями: «Труд для них – лишь необходимость, а истинная жизнь начинается там, где кончаются заботы: в тени виноградных лоз, за кубком вина, в бесконечных беседах под ласковым солнцем». (пер. Н. Манна)

Согласно словарю Treccani, *dolce far niente* – это состояние «счастливой и безмятежной праздности». Когнитивной основой концепта является идея «осознанного бездействия», которое не является ленью, а рассматривается как необходимость для творчества и психического благополучия и способ восстановления гармонии.

Данный мировоззренческий конструкт актуализирован в итальянском языке с помощью таких лексических маркеров, как слово *ozio* ‘праздность’ с позитивной (!) коннотацией, устойчивых выражений *prendersi il proprio*

tempo ‘брать свое время, не спешить’, *prendersela comoda* ‘не спешить’, *godersi la vita* ‘наслаждаться жизнью’, *staccare la spina* букв. ‘выдернуть вилку из розетки’ в значении временного отключения от суеты; афоризмов («*Chi va piano, va sano e va lontano*» («Тише едешь – дальше будешь»)). Частица «*mi*» в возвратных глаголах (*mi riposo* ‘я отдыхаю’) подчеркивает личное удовольствие от процесса, а не его результативность. Концепт также отражен в повседневных привычках-ритуалах: *aperitivo* ‘неторопливое общение с напитками и закусками’, *pennichella* ‘легкий сон, вздревывание’, *passeggiata* ‘прогулка’, подчеркивающих ценность медленного ритма жизни, приоритет семейных обедов над рабочими встречами, священное право на отдых (напр., Ferragosto, 15 августа, когда останавливают работу большинство магазинов). Таким образом, *dolce far niente* визуализирует эстетику покоя, противопоставления урбанистической спешке, и может романтизировать праздность как интеллектуальную свободу.

В то же время итальянский язык богат словами различной эмоциональной окраски, подчеркивающими ценность труда: *lavoro*, *fatica*, *mestiere* ‘труд, ремесло’, пословицами о его пользе: «*Chi non lavora, non mangia*» («Кто не работает, тот не ест»), «*Chi dorme, non piglia pesci*» («Кто спит, тот не ловит рыбу»), особыми выражениями для описания благого труда: *lavoro Benedetto* букв. ‘благословенная работа’ – о честном заработке, *sudore onesto* ‘честный пот’ – о достойном труде.

В русской лингвокультуре отношение к работе формировалось под влиянием коллективистских ценностей, православия и специфических природно-географических условий. Праздность часто осуждается («Лень – мать всех пороков»), доминирует восприятие отдыха как награды за труд, а не естественной части жизни («отдых должен быть заслуженным»). Идиоматически неодобрение лени подчеркивается выражениями «бить баклуши», «гонять лодыря». *Dolce far niente* не имеет прямого русскоязычного аналога, однако схожий концепт существует в бытовой сфере в смягченной форме: люди наслаждаются праздностью, хоть и нередко с легким чувством вины (баня, дача, «ничегонеделание выходного дня»). Часто праздность видится проблемой, бездействием, ведущим к жизненному краху и даже символом душевной пустоты. Русский концепт труда исторически сочетает противоречивые установки. Так, пословицы «Бог труды любит», «Без труда не выловишь и рыбку из пруда», «Делу время, потехе час» подчеркивают труд как добродетель и приоритет, в то время как известное «Работа не волк, в лес не убежит» является своего рода оправданием отдыха.

Белорусская модель близка к русской, также тяготея к дилеммии «труд=добродетель (*працаваць да сёмага поту*) / праздность=грех (*ляніцца на печы*)». Встречается акцентирование коллективизма (напр., *сябрына* – совместное времяпровождение, будь то помочь соседям и последующее застолье или празднование особых дат), что частично напоминает итальянскую семейную культуру, но без акцента на гедонизм. Концепты труда и отдыха в белорусском языковом сознании отображают наци-

нальную специфику, связанную с аграрной культурой и близостью к природе. Сельские традиции демонстрируют элементы созерцательности в моменты послеобеденного отдыха от труда (*сядзець на ганку*).

Лексическими маркерами концепта отношения к труду в американской культуре служат пословицы (напр., «*Time is money*» «Время – деньги»), глаголы *to grind* ‘изнурительно работать’, *to hustle* ‘суетиться’, понятия *business* ‘занятость’ как статусный символ, *FOMO* (*fear of missing out*) ‘страх пропустить важное’. Отмечается гипертрофированность ценности *hustle* ‘трудового напряжения’, отдых часто воспринимается как потеря времени. Исследования показывают, что 60 % американцев чувствуют себя слишком занятыми для отдыха, а бездействие часто воспринимается как «упущенная возможность» (Celeste Headlee, 2025). Людей, избегающих работы, пренебрежительно обозначают *lazybones* ‘ленивые кости, ленивец’. В американской лингвокультуре концепт труда тесно связан с идеями индивидуализма, успеха и личных достижений. Американские паремии и афоризмы подчеркивают ценность упорного труда как пути к *prosperity* ‘процветанию’ («*Early to bed and early to rise makes a man healthy, wealthy and wise*» «Кто рано ложится и рано встает, здоровье, богатство и ум наживет») (Т. А. Островская, 2005). Молодое поколение итальянцев под давлением экономических факторов начинает перенимать *hustle culture*, но базовый концепт *dolce far niente* остается частью их национальной идентичности.

В связи с переосмыслением психологами важности «ничегонеделания» в противовес культуре продуктивности, в американском обществе, равно как и в других здесь описанных, все больше значения придается компенсации интенсивного труда таким же интенсивным отдыхом (*Work hard, play hard*) с предупреждениями о вреде как работы, так и развлечений без меры (*burn the candle at both ends*).

Британская лингвокультура часто демонстрирует необходимость разумного сочетания труда и досуга (“*work-life balance*”), подчеркивая важность не только профессиональной реализации, но и личного времени: “*All work and no play makes Jack a dull boy*”. Аналогом итальянской метафоры *staccare la spina* (см. выше) здесь служит выражение *switching off*. Допускаются традиционные чаепития и культура пабов как социально одобряемые формы пауз, но без философского наполнения *dolce far niente*. Британское *mooching* ‘бесцельное времяпровождение’ ближе к итальянскому концепту, однако часто иронизируется – в литературе праздность ассоциируется с эксцентричностью высших классов.

Компаративный анализ концептов труда и отдыха в рассматриваемых лингвокультурах демонстрирует их глубокую связь с национальными ценностями, историей и менталитетом. Итальянская языковая традиция отражает осознанно гедонистическое восприятие жизни; русская и белорусская культуры подчеркивают моральную ценность труда, допускают элементы созерцательности; американская модель акцентирует индивидуализм и культ продуктивности, тогда как британская стремится к балансу между работой и досугом.

Е. В. Качанович, А. В. Разумова

**ОСНОВНЫЕ ФОНЕТИЧЕСКИЕ, ГРАММАТИЧЕСКИЕ
И ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА
АВСТРАЛИИ И НОВОЙ ЗЕЛАНДИИ**
(на материале интервью со знаменитыми людьми
Австралии и Новой Зеландии)

Язык – это не просто система знаков, а система, которая постоянно изменяется и адаптируется под влиянием социальных, территориальных и исторических фактов. Исторически так сложилось, что у английского языка существует множество вариантов и он распространён по всему миру. Наше внимание привлекли австралийский и новозеландский варианты. Прежде чем проанализировать их основные фонетические, грамматические и лексические особенности мы хотели бы отметить как именно английский язык попал в Австралию и Новую Зеландию и как появились данные варианты.

Краткое описание истории Австралии и Новой Зеландии даёт представление о том, почему эти два варианта тесно связаны. Английский язык появился здесь в конце 18 века. Продолжающийся процесс британского исследования мира установил английский язык в южном полушарии. Число носителей никогда не было слишком большим по сравнению с числом носителей в северном полушарии, но разновидности английского языка, которые появились, столь же отличительны.

Крупномасштабное заселение затронуло Австралию примерно на 50 лет раньше, чем Новую Зеландию. В 1770 году Австралию посетил Джеймс Кук, и в течение двадцати лет Британия основала свою первую исправительную колонию в Сиднее, тем самым снизив давление на переполненные тюрьмы в Англии. С самого начала в страну также прибывали так называемые «свободные» переселенцы, но их число оставалось небольшим вплоть до середины девятнадцатого века. С тех пор иммиграция быстро росла. Британские острова стали основным источником поселенцев и, таким образом, оказали основное влияние на язык. Многие из осужденных приехали из Лондона и Ирландии, и черты акцента кокни в Лондоне и акцента ирландского английского можно проследить в речевых моделях, которые можно услышать в Австралии сегодня. С другой стороны, это разнообразие содержит много выражений, которые возникли в Австралии (включая ряд из языковaborигенов), и в последние годы влияние американского английского и растущего числа групп иммигрантов стало заметным, так что в настоящее время страна имеет очень смешанный лингвистический характер.

В Новой Зеландии история английского языка началась, как мы отмечали ранее, позже и развивалась медленнее. Капитан Кук нанес острова на карту в 1769–70 годах, а европейские китобои и торговцы начали селиться там в 1790-х годах, расширяя уже имевшиеся в Австралии разработки. Христианская миссионерская работа среди маори началась примерно с

1814 года. Однако официальная колония была основана только в 1840 году после Договора между вождями маори и британской короной. Затем наблюдался быстрый рост европейской иммиграции. В 20 веке три ключевых аспекта новозеландской истории оказали влияние на язык. Во-первых, в отличие от Австралии, здесь сохранялась более тесная связь с Британией, а британские ценности и институты пользовались большей поддержкой. Это отразилось на местном акценте, в котором до сих пор заметно британское влияние. Во-вторых, усиление национальной идентичности, особенно стремление подчеркнуть отличие от Австралии, привлекло внимание к различиям в произношении и способствовало активному использованию характерной новозеландской лексики. В-третьих, растущее внимание к правам и культуре маори, которые сегодня составляют более 10 % населения, привело к включению большего числа слов из языка маори в новозеландский вариант английского.

Что касается непосредственно фонетических, грамматических и лексических особенностей австралийского и новозеландского вариантов английского, лучше всего различия видно на лексическом уровне. Оба варианта являются неротическим (*non-rhotic*) что характеризуется игнорированием произношения звука [r] в конце слов, как и в многих британских акцентах. Также эти варианты характеризуются заменой “сложных” звуков более простыми. Если бы мы визуализировали различия вариантов английского языка на фонетическом уровне, то на прямой справа расположился бы американский английский, где-то посередине – британский, а австралийский и новозеландский варианты где-то слева.

Так, например, австралийская актриса Кейт Бланшетт использует следующие слова, которые характерны для австралийского варианта английского: *cobber* ‘друг’, *dinky die* ‘честно, правда’, *footy* ‘австралийский футбол’, *porky* ‘ложь (от *pork pie*)’, *grundies/bundies/scungies* ‘нижнее бельё’, *chewy* ‘жевательная резинка’, *two up* ‘азартная игра с монетами’, *mad as a cut snake* ‘сумасшедший’, *ripper* ‘отличный’, *bathers/swimmers/cozzie* ‘купальник’, *hooroo* ‘аналог *bye bye*’. Можно также выделить такую особенность, как сокращение или добавление суффиксов ie/y: *footy* от *football*, *chewy* от *chewing gum*, *defo* от *definitely*, *tongue*, *thingo*.

Из грамматических особенностей можно выделить использование разговорных конструкций, упрощённых форм, и неформальные сокращения: *I don't tell porky* вместо *I don't tell lies*, *defo* вместо *definitely*, *go see it*, *I dunno*.

На фонетическом же уровне можно отметить:

сдвиг [eɪ] в сторону [aɪ] в таких словах как: *G'day* [dai] вместо [deɪ], *mate*

[maɪt] вместо [meɪt], *Australian* [ɒ'strɔɪliən] вместо [ə'striːliən]; использование [ɪ] вместо [iɛ]: *here* [hɪ];

звук [n] как [ŋ]: *thing* [θɪŋ] – вместо [θɪŋ];

[r] на конце слов не произносится: *cobber*, *piker*, *porky*, *soccer*;

okay [ə'keɪ] вместо [əʊ'keɪ];

footy ['fʊdɪ] вместо ['fʊti]; [ɪ] > [iɛ]: *beer* [biɛ].

Далее рассмотрим какие особенности новозеландского английского встретились в интервью с актёром Кей Джей Апа. Можно отметить восходящую интонацию в утверждениях, которая как бы завлекает в диалог. На фонетическом уровне также были отмечены:

[æ] > [e]: Например, в слове *jandals* ['dzendəz] вместо ['dzændəlz];

yes [jɪs] вместо [jes];

не произносится [r] на конце, например, в *yarn*; *mate* [maɪt] вместо [meɪt].

На грамматическом уровне используются:

Разговорные конструкции: *bro* и *cuz*;

Использование *she* вместо *it*: *She'll be right* вместо *It will be alright*;

Mean as как превосходная степень: *The cake was mean as!* в значение *It was the best cake!*

На лексическом уровне можно выделить: *bugger all* ‘ничего, отсутствие’, *piece of piss* ‘очень легко’, *chur* – ‘спасибо/ круто’ (многофункциональное слово, пример: *Chur, that cake was mean as!*), *jandals* ‘шлёпанцы’, *taking the piss* ‘подшучивать/насмехаться’. *Yeah nah* ‘нет’ пример: *Yeah nah, I don't think so, nah yeah* ‘да’ пример: *Nah yeah, that's correct*.

Современные австралийский и новозеландский английский представляют собой уникальное смешение британских и американских языковых элементов, обогащённое влиянием языков коренных народов. Эти варианты английского, сохраняя общие черты с другими вариантами, развили собственные яркие особенности. Таким образом, хотя австралийский и новозеландский английский выросли из одних корней, сегодня они живут своей жизнью с особенностями, которые могут поставить в тупик даже носителей языка из других стран.

Т. А. Козлова

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СЕМАНТИКИ НАИМЕНОВАНИЙ МОРАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ И ФИЗИЧЕСКИХ ВЕЛИЧИН

Моделирование внутреннего мира человека происходит по аналогии с внешним миром, вследствие чего лексика, номинирующая физический мир, используется во вторичной номинации для фиксации в языке духовного мира. Лексемы, репрезентирующие моральные качества в английском, белорусском и русском языках, позволяют выявить общность во включении в лексико-семантическое поле «Моральные качества» лексем на основании образования вторичных значений у слов, обозначающих физические величины. Установлено, что в английском языке 36 единиц (6,41 % от общего количества наименований моральных качеств в английском языке) обозначают моральные качества на основании развития вторичного значения у единиц, которые прямым номинативным значением обозначают физические величины, в белорусском языке таких единиц 37 (8,45 % от общего количества наименований моральных качеств в белорусском языке), в русском –

35 (6,43 % от общего количества наименований моральных качеств в русском языке). Отмечается близость в степени репрезентативности наименований физических величин для именования моральных качеств человека в английском и русском языках при большей репрезентативности в белорусском языке.

Неоднородность наименований физических величин, которые в результате семантического развития называют моральные качества, позволяет установить наиболее репрезентативную группу лексем, включающую наименования физических характеристик, свойств, состояния объектов: 25 слов в английском языке (*coarseness* ‘грубость’, *slipperiness* ‘скользкость’), 26 слов в белорусском языке (уедлівасць, тонкасць) и 24 слова в русском языке (жёсткость, стойкость). Выявлены совпадения в номинации пространственных характеристик (*directness* ‘прямота’, *прамалінейнасць*, *прямота*), температуры (*coolness* ‘прохладность’, *цеплыня*, *прохладность*), физических процессов (*refinement* ‘утончённость’, *загартоўка*, *тепло*). Совпадение в белорусском и русском языках отмечается в наличии наименований временных характеристик (*пільнасць*, *постоянность*).

В качестве признаков мотивации наименований моральных качеств в сопоставляемых языках физические характеристики установлены у 77 слов английского языка (14,1 % от общего количества наименований моральных качеств в английском языке), 50 слов белорусского языка (11,4 % от общего количества наименований моральных качеств в белорусском языке), 67 слов русского языка (12,3 % от общего количества наименований моральных качеств в русском языке). Данные единицы фиксируют следующие параметры: скорость (*slothfulness* ‘ленивость’ (*sloth* – от ср.-англ. *slou*, *slowe* заменило др.-англ. *slæwð* ‘лень, леность’; *slow* – др.-англ. *slaw* ‘неактивный, медлительный, вялый, ленивый’, а также ‘не умный’); *лянівасць* (лексема *лень* происходит от ст.-слав. *лънь*, а прасл. **lēpъ* от *ляны* ‘ленивый’, ‘медлительный’); *наглость* (лексема *наглый* восходит к др.-русск., ц.-слав. *нагль* ‘быстрый, скорый’)); размер (*large-heartedness* ‘великодушие’; *велі-кадушнасць*; *малодушие*); количество (*rascality* ‘нечестность’; *паскуднасць*; *накопительство*); сила (*fortitude* ‘мужество’; *слабадушнасць*; *слабость*).

Наблюдается сходство в апелляции к пространственным характеристикам верх / низ (*uprightness* ‘честность’; *высакароднасць*; *проникновенность*), спереди / сзади / в центре (*forwardness* ‘развязность’; *аб'ектыўнасць*; *необъективность*), противопоставлению прямой / кривой (*crookedness* ‘криводушие’; *крыгадушнасць*; *прямодушие*). Универсальность проявляется в апелляции к физическому устройству (*simple-heartedness* ‘простосердечие’; *праставатасць*; *простосердечность*). В английском и белорусском языках представлены лексемы, фиксирующие физические процессы (*causticity* ‘язвительность’; *загартоўка*, *скваннасць*), в английском языке у лексемы *pertinacity* ‘неуступчивость’ фиксируется этимологическая сема интенсивности проявления качества, в белорусском и русском языках представлены лексемы, характеризующие категорию времени (*спагадлівасць* (*спагада* от *спагадаць* ‘относиться с сочувствием, испытывать жалость’), от праслав.

**goditi-godina* (*год* – первоначальное значение ‘наступающее время’); *добрость* (от ст.-слав. *добъль*, связано с *добра* ‘время, пора’)). В семантике отдельных лексем присутствуют этимологические семы ‘вес’ (*адвага*; *отважность*), ‘острота’ (*punctiliousness* ‘щепетильность’; *пунктуальнасць*; *пунктуальность*). Отличительной чертой английского языка является наличие этимологической семы ‘качество’ (*crudeness* ‘грубость’), а также противопоставление открытого состояния закрытому (*open-handedness* ‘щедрость’, *close-handedness* ‘прижимистость’) в английском языке при указании на открытость в белорусском и русском языках (*адкрытасць*; *открытость*). В русском языке в качестве признака мотивации выступает такая характеристика, как расстояние (*искренность, неискренность*).

Контекстное употребление наименований моральных качеств подтверждает объективность выделения нечастотных этимологических сем, актуализирующихся в отдельных выражениях: ‘структура’ (элементарная *справядлівасць* (В. Быкаў. Мёртвым не баліць)), ‘сила’ (*мацнела патрабавальнасць* (І. Мележ Завеі, снежань)), ‘цвет’ (*yellow-eyed malignancy* ‘букв. желтоглазая злобность’ (I. Murdoch. The Nice and the Good)).

Исследуемая группа слов относится к отадъективным существительным, вследствие чего в семантике единиц можно констатировать наличие количественного признака. Данный признак позволяет языковым средствам номинации моральных качеств утрачивать или усиливать оценочность, свойственную прилагательным. Актуализация семы ‘количество’ частотна: *she had much less mercy on him* ‘она испытывала намного меньше сострадания к нему’ (G. Greene. A Burn-Out Case); *Было гора на твары ўдавы, але дабраты, здаецца, няшмат* (А. Адамовіч. Нямко); *Гуманности много!* (Г. Медынский. Честь). Одним из материальных показателей градуирования служат «размерные» прилагательные, которые теряют своё «физическое» значение перед предикатными именами: *the atmosphere of cordiality deepened* ‘углубилась атмосфера радушия’ (G. Greene. The Third Man); *высокая справядлівасць ягонага лёсу* (В. Быкаў. Альпійская балада); *мелкая небрежность в отношениях* (В. Гроссман. Жизнь и судьба).

Сема ‘количество’ может быть поддержана вербализованными маркерами, обозначающими большую или меньшую степень проявления номинируемого качества, что позволяет выделить сему ‘интенсивность’: *interest was hidden by an almost excessive severity* ‘интерес скрывался под почти чрезмерной строгостью’ (M. Drabble. Jerusalem the Golden); *лішня самаўпэўнасць* (І. Навуменка. Вайна каля Ітавай копанкі); *крайняя подлость* (Г. А. Газданов. Пробуждение).

Важной особенностью оценочных существительных является их способность обозначать постоянные свойства объекта оценки. Действительно, актуализация сем ‘устойчивость’ и ‘постоянство’ частотна для исследуемых единиц: *the constant diligence* ‘постоянное прилежание’ (M. Keane. Loving and Giving); *нязменная адданасць* (І. Навуменка. Настаўнік чарчэння), *доброта вечна* (В. Гроссман. Жизнь и судьба). Тем не менее, для имени существительного, называющего моральные качества, свойственны семы ‘случай-

ность' или 'эпизодичность': *with unexpected modesty* 'с внезапной скромностью' (G. Greene. A Burn-Out Case); *мяне палохае яе раптоўная вінаватая клапатлівасць* (А. Адамовіч. Хатынская аповесць); *холодность сменялась вдруг [...] неожиданной мягкостью* (Г. Медынский. Честь). Установлены случаи указания на связь морального качества с временным показателем: *summer indolence* 'летняя леность' (I. Murdoch. The Nice and the Good), *начная рацуучасць* (І. Мележ. Подых навальніцы).

Функционирование в тексте наименований моральных качеств позволяет выявить отдельные случаи их употребления для именования свойств не человека, а физических величин: *austerity in the light* 'аскетизм света' (F. Cooper. I Believe in Angels); *зласлівасць* колеру (І. Шамякін. Сэрца на далоні), *ненадзейнасць* хуткасці (В. Казько. Неруш); *время свихнулось, потеряло самообладание* (Е. Маркова. Каприз фаворита) и др.

Таким образом, взаимодействие наименований моральных качеств и физических величин установлено по развитию вторичных значений у лексем, называющих физические характеристики, в результате чего они употребляются для именования морального качества; по наличию у наименований моральных качеств признаков мотивации, отсылающих к физическим величинам (сила, размер, температура и др.); по актуализации в тексте потенциальных сем, которые характеризуют категорию физических величин ('количество', 'интенсивность', 'постоянство' и др.).

А. А. Куц

ПОНЯТИЕ ПОБЕДА В МЕДИЦИНСКОМ ТЕКСТЕ БЕЛОРУССКИХ СМИ

Обращение к понятию *победа* в лингвокультурологической парадигме современного языкознания обусловлено актуализацией вопросов взаимосвязи языка и культуры, языка как транслятора культурно-исторического наследия от одного поколения к другому. Особой значимостью при исследовании функциональных особенностей языковых единиц, объективирующих понятие победа, отличаются современные тексты газетно-публицистического стиля, которые характеризуются универсальностью, актуальностью, периодичностью и публичностью. Всего было исследовано 50 контекстов (25 контекстов до и 25 контекстов после 2020 года), отобранных методом сплошной выборки. Работа посвящена исследованию семантики и функционирования языковых единиц, обозначающих победу, в ракурсе их национальной специфики. На основании корпусных данных сайта «СБ. Беларусь сегодня» и «Звязда» проведено исследование семантико-прагматических особенностей актуализации единиц, обозначающих победу в современных белорусских газетных текстах медицинской тематики.

Победа в современных белорусских газетных текстах реализуется в таких сферах жизнедеятельности, как *спорт, социальный быт, политика, война, религия, медицина*. Особый интерес вызывают тексты медицинской

тематики, так как в них речь идет о таких витальных ценностях, как жизнь и здоровье. Понятие *победа* в таких текстах также предстает в качестве витальной ценности: *Мінулы год паказаў вельмі цікавую тэндэнцыю: на фоне росту сярэдняй працягласці жыцця ў нас у краіне пачала павялічвацца нараджальнасць. Вядома, гэтая перамога была дасягнута дзякуючы той палітыцы, якая праводзіцца ў краіне, дзякуючы ўвазе Прэзідэнта і Урада да гэтага пытання, а таксама, безумоўна, дзякуючы тым праграмам нацыянальнай дэмаграфічнай бяспекі, якія ў нас былі прыняты ў мінулыя гады* [СБ. Беларусь сегодня, 07.06.2016].

В текстах медицинской тематики понятие *победа* предстает в качестве ценности на разных уровнях человеческого сообщества:

1. *Победа как общечеловеческая ценность* признается максимальным количеством людей наравне с такими понятиями, как любовь, мудрость, честь (*перамога над эпідэміяй, перамога над пандэміяй*). В следующем примере победа рассматривается как ценность на международном уровне: *У свой час Сусветная арганізацыя аховы здароўя ініцыявала праграму элімінацыі адру, і многія краіны пазбавіліся ад яго. Аднак у апошнія гады гэта захворванне зноў пачынае сябе прайўляць, у тым ліку ў еўрапейскіх краінах* [Звязда, 23.04.2025]. Так преодолеть пандемию или эпидемию возможно только при условии объединения общественных усилий.

2. Победа представляется важной на национальном уровне: *Беларусы заўсёды думаюць пра трэцяе пакаленне: дзяцей, унукаў, каб ім жылося лепей. І гэта мабілізуе кожнага на пераадolenне цяжкасцей* [СБ. Беларусь сегодня, 09.04.2020]. Такие ценности создают специфику этнокультуры. *Пандэмію каронавіруса беларусы ўспрымаюць крыху інакш, чым другія народы. Не раз даводзілася чуць: перажылі вайну, перабудову, розныя «атыпічныя пнеўманії», што нас возьме?* [СБ. Беларусь сегодня, 09.04.2020].

3. *Победа как групповая ценность* консолидирует относительно небольшие группы людей в зависимости от их деятельности и устремлений: *Вельмі шмат увагі ўдзяляем ляжачым хворым з ДЦП. Перамогай для нас з'яўляецца тое, што пасля лячэння такога паціентана можна пасадзіць* [СБ Беларусь сегодня, 04.10.2020]. В этом примере это одновременно и индивидуально-личностная ценность (для самого победителя), и групповая (для команды).

4. *Победа как семейная ценность* характерна для достаточно замкнутой маленькой группы людей, именуемой иначе микросоциумом, предопределенным семейными традициями и обычаями: *Толькі летасць было выканана 1522 поўныя цыклы лячэння бясплоддзя, у выніку чаго наступіла 576 цяжарнасцяў* [Звязда, 12.05.2025].

5. *Победа как индивидуально-личностная ценность* особенно важна для конкретного человека: *Хваля эпідэміі закранула і мяне, шмат хто з пажылых людзей не вытрымаў хваробы і пайшоў з жыцця. Аднак мы гэта перамаглі*, – успамінае Дзіна Леанідаўна Карбоўская [Звязда, 21.03.2025].

Анализ контекстов показал, что список наименований болезней, с которыми велась борьба и над которыми одерживаются победы, более широк в текстах до 2020 и после 2022 годов: *эндакрынныя захворванні, захворванні*

на бранхіяльную астму, дыябет, рак малочнай залозы, рак тоўстай кішкі, інсульт, лімфабластны лейкоз, вострыя рэспіраторныя інфекцыі, рак шыікі маткі, туберкулёз, СНІД, дэпрэсія, хвароба Боткіна, хвароба легіянеру; Знайшли вучоныя і спосаб, каб перамагчы хранічны недасып [СБ. Беларусь сёгдня, 17.05.2017]. Однако пасля 2020 года речь ідзе толькі ў пандеміі коронавіруса. Данная тэнденцыя не азначае, што болезні, з якімі бороліся, исцезлі ў перыяд паміж 2020 і 2022 годамі. В гэты перыяд уважанне было ўрашчана на большэ агрэгацыйнае жыццё.

Чашэ ўсёгда путь да перамогі характерызуецца дастатковай працяженнасцю: Сёння каронавірус аслабіў сваю хватку, хворых стала менш. Але загадчык аддзялення рэанімацыі Сяргей Шапартаў лічыць, што пільнасць губляць не трэба. Да моманту, калі ў справе барацьбы з каварнай інфекцыяй можна будзе паставіць крапку, усё яшчэ далёка [СБ. Беларусь сёгдня, 23.06.2020].

Перед асновай і окончательной победой над недугом обычно следует череда больш мелких по значимости побед. Если мы рассматриваем победу над коронавирусной инфекцией, то более мелкими победами на пути к ней будет:

а) вакцинация: *Не выключана і трэцяя хваля пандэміі. Нагадаю, што важнейшым кампанентам у барацьбе з эпідпрацэсам з'яўляецца імунізацыя насельніцтва [СБ. Беларусь сёгдня, 25.02.2021];*

б) установление карантинных мер: *Эпідрасследаванні пры выяўленні ачагаў захворвання праводзяцца значна хутчэй і больш эфектыўна. Даў вынікі і комплекс раней прынятых мер, які ўключае абмежаванні па перасячэнні мяжоў, працэдуры па самаізацыі [СБ. Беларусь сёгдня, 29.01.2021];*

в) обеспечение необходимым количеством ИВЛ: *У два разы павялічылі колькасць кіслародных крапак. Ваенны шпіталь, напрыклад, даў у карыстанне дзве кіслародна-інгаляцыйныя сістэмы – на 19 крапак кожная, што дазволіла аператыўна і надзейна падаваць кісларод пацыентам. Па цэнтрализаваных пастаўках Міністэрства аховы здароўя атрымалі апараты ШВЛ. Гэтага, як і сродкаў індывідуальнай абароны для медперсаналу, цалкам дастаткова для вырашэння пазаштатных сітуацый [СБ. Беларусь сёгдня, 25.01.2021];*

г) профилактика: *Асаблівая ўвага ўдзялецца арганізацыі супрацьэпідэмічных мерапрыемстваў і мінімізацыі рызык распаўсюджвання рэспіраторных інфекций у дзіцячых калектывах, ва ўстановах адукатыўнай – школах, дзіцячых садках. Педагогі і медыцынскія работнікі вядуць работу па недапушчэнні ў арганізаваныя калектывы дзяцей з прыкметамі рэспіраторных інфекций. Гэта так званыя ранішнія фільтры, якія падразуміваюць своечасовае выяўленне дзяцей з прыкметамі ВPI [Звязда, 14.01.2025].*

Анализ контекстов медицинской тематики также позволил сделать вывод, что победа в эпидемиологических процессах характеризуется цикличностью: *Пандэміі ў сусветнай гісторыі паўтараюцца. Яны як рэпетыцыя д'ябальскіх сіл перад прыходам Антыхрыста, каб ён кіраваў чалавецтвам [СБ. Беларусь*

сегодня, 22.10.2022]. Цикл начинается с возникновения источника заболевания, его распространения, борьбы общества или индивида, затухание процесса, и его исчезновения: *Наогул цяжска прагназіраваць, як сябе павядзе вірус – бывае, што людзі маладога ўзросту пераносяць інфекцыю цяжэй, чым людзі старэйшага. Таксама здараліся сітуацыі, калі хвароба амаль адступіла, але потым зноў заяўляла пра сябе, прычым з новай сілай* [СБ. Беларусь сегодня, 23.06.2020].

Человечество постоянно стремится к увеличению продолжительности жизни и улучшению ее качества. Каждая победа в медицине способствует этому, а каждое поражение – препятствует: *Цяпер у Беларусі, па свеце дастаткова добра навучыліся лячыць лейкоз – рак крыві. Падбіраюцца камбінацыі рэчываў, якія дазваляюць рэзка павялічыць працягласць і якасць жыцця, здараецца і поўнае вылечванне* [СБ. Беларусь сегодня, 17.05.2017].

Таким образом, в современных медицинских текстах белорусских СМИ понятие *победа* рассматривается в качестве витальной ценности и реализуется на разных уровнях человеческого сообщества: победа как общечеловеческая, национальная, групповая, семейная и индивидуально-личностная ценность. В текстах медицинской тематики в промежуток между 2020 и 2022 годами 95 % наименований болезней связано с коронавирусной инфекцией. Победа в области медицины характеризуется цикличностью, так как отражает повторяющиеся процессы, связанные с началом заболевания, течением болезни, лечением, выздоровлением и мерами профилактики.

О. В. Леон

БИОГРАФЕМА В РЯДУ СМЕЖНЫХ ЯВЛЕНИЙ СОВРЕМЕННОГО БИОГРАФИЧЕСКОГО НARRATIVA

В современном исследовательском поле особую значимость приобретает изучение биографического нарратива как способа понимания и конструирования идентичности. Биографический нарратив как форма текста и дискурса – это логически структурированное изложение ключевых событий из жизни человека, сопровождающееся описанием и осмысливанием жизненного опыта и личных переживаний субъекта, которое вписывается в предметное поле лингвистики, предполагающей работу с языковыми средствами, материализующими нарратив как текст (след состоявшегося дискурса).

Для Республики Беларусь данное направление исследований представляет особую ценность в условиях глобализационных процессов, вопросов сохранения культурной самобытности и повышения интереса белорусских филологов к диалектным текстам (личным нарративам) как носителям исторической памяти и коллективного историко-культурного нарратива. Об этом свидетельствует, в частности, издание 2023 года “Вайна – трагедыя и памяць народа”, в котором собраны диалектные тексты (личные истории-воспоминания) о Великой Отечественной войне.

В контексте белорусских лингвистических исследований биографического нарратива представляется важной разработка единых критериев анализа для разных типов биографических текстов – от официальных резюме до личных нарративов блогосферы (Ж. Ян, 2022), единой методологии анализа биографического нарратива, а также определение его минимальной структурно-смысловой единицы, вопрос о которой остается дискуссионным как в мировом, так и в белорусском языкоznании.

В рамках данного исследования в качестве минимальной структурно-содержательной единицы биографического нарратива в текстовой форме рассматривается *биографема*, которая понимается как вербальный репрезентант жизненно значимого (с точки зрения адресанта) события в контексте нарратива. Важной отправной точкой в лингвистическом исследовании биографемы является определение места данного явления в кругу других смежных понятий гуманитарного знания и интеграция данного кластера терминов гуманитарных наук в понятийный аппарат современной лингвистики нарратива. Источником материала для научного описания биографемы как лингвистического явления послужили современные белорусскоязычные биографические издания из серии “100 выдатных дзеячаў беларускай культуры”.

Биографема как термин, обозначающий структурную единицу биографии (такую как учеба, дружба, работа, свадьба и др.), достаточно широко используется в научном описании нарратива с точки зрения различных гуманитарных наук: классической нарратологии (Р. Барт, 2002; Р. Барт, 2011), философии (Е. Е. Сапогова, 2016), лингвистики (В. К. Харченко, 2003). При этом в терминосистемах отдельных гуманитарных дисциплин, таких как нарративная психология, философия и социология, сформировалсяозвученный термин *биограмма* с собственной историей развития, обозначающий составную часть нарратива о жизни (М. Н. Эпштейн, 2007; Е. Е. Сапогова, 2016) или временную диаграмму биографии с обозначенными периодами, особыми точками и важными событиями (Ю. М. Батурина, 2023).

Паронимичность терминов *биографема* и *биограмма* и разночтения в трактовке последнего обзывают обратиться к содержанию называемых ими понятий в составе разрабатываемого терминологического кластера.

В парадигме данного исследования биограммы понимаются как концепты жизненно значимых событий (минимальные значимые фрагменты жизненного опыта, закрепленные в концептуальной форме – в виде образно-когнитивного элемента, представляющего собой результат семантизации событий и их участников (экзистентов) как фундаментальных составляющих жизненного нарратива). Биографемы же интерпретируются как частные случаи контекстуальной репрезентации биограмм в нарративе:

Як бы там ні було – ясна, што дзяцінства Казіміра праішло ў правінцыі ці ў сельскай мясцовасці, паколькі сям'я бацькі па акалічнасцях службы некалькі разоў мяняла месца жыжарства, пераязджаючы з аднаго сельскага раёна ў іншы.

“Казімір Малевіч : Вялікі мастак з тутэйшых”

За 18 гадоў сваркі з сястрою паміж ёй і братам не было сустрэч, і толькі калі ўжо Альгерд цяжска захварэў, яна два разы наведала яго.

“Альгерд Абуховіч : Зачараваны беларускім словам”

Таким образом, биографема выступает как вербальный маркер биографического нарратива, контекстуальный репрезентант биограммы, которая становится структурно-смысловой единицей жизнеописания как конкретного жанра текста, рожденного в нарративном дискурсе.

Нарратологическая методология современного гуманитарного знания рассматривает в качестве важного маркера интерпретативной деятельности нарратора *автографему* – особую форму биографемы, характеризующуюся присутствием языковых единиц, которые отражают описание и хранение личного экзистенциального опыта субъекта, превращенной формы индивидуально воспринятого жизненного факта, наилучшим образом раскрывающего личности самое себя («Я-жизнь») и самобытность ее жизни:

Здзекаванні ГПУ, турэмны рэжым, паўторныя арышты і трагізм уласнага амаль жабрацкага жыцця... не перавярнулі ўсведамленні і не засцілі яго мозг.

“Казімір Малевіч : Вялікі мастак з тутэйшых” Автографема как терминологическая единица представляет интерес как структурно-содержательная единица языковой репрезентации тех событий жизни, которые конкретная личность поместила в биографический нарратив, преломив их через собственный опыт, смысловые конструкции, ценностные системы, индивидуальные переживания и пр., придавая им статус событий сознания. Автографемы являются продуктами и показателями синтеза персональной семантики, что позволяет отнести их к единицам метакогниции, одним из средств экспликации которой в биографическом нарративе являются лексические показатели метанарративного уровня.

Помня о том, что биографический нарратив представляет собой изложение значимых событий и участников жизни одного человека (главного героя) в интерпретации другого (биографа), представляется целесообразным поместить термин автографема в диахотомические отношения с термином *гетерографема*, который вводится нами как обозначение единицы для описания и хранения результатов индивидуально осмысленного человеком экзистенциального опыта Другого, на основании которого выстраивается личное отношение к Другому и концепт Другого, «Ты-жизнь»:

Але, на вялікі жаль, мае суайчыннікі і сучаснікі не ўгляджаюцца ў постаць Альгерда Абуховіча-Бандынэлі, не скарыстоўваюць магчымасць навучыцца ў яго любові да справядлівасці, Радзімы, ведаў, Бога! Гэта толькі, відаць, у нас магіла слыннага чалавека (а яна ў май родным Слуцку) не мае да сябе шырокасці жыжыны.

“Альгерд Абуховіч : Зачараваны беларускім словам” Дальнейшее исследование языкового воплощения метанарративного уровня биографии требует введения термина *мифографема* для обозначения средства вторичной номинации, представляющего собой сформированный на основе авто-

гетерографем символический метаконструкт, аккумулирующий все то, что нарратор хочет думать и/или сообщать о субъекте биографического нарратива (о себе либо Другом), и в любой момент способный развернуться в бесконечный ряд идентификаций, самосимволизаций и автонарративов:

Хто ж быў гэты герой, гэты Праметэй, які здабыў для людзей Антыагонь, чорны знак канца старога мастацтва і пачатку Новага, нябачнага дагэтуль?

“Казімір Малевіч : Вялікі мастак з тутэйшых” В данном исследовании мифографема (верbalная референция к мифу) выступает в качестве замыкающего элемента четырехуровневой модели наррации, согласно которой осуществляется лингвокогнитивное осмысление жизни через нарратив: «*когниция – наррация – метакогниция – мифологизация (метанаррация)*». Каждый из перечисленных уровней имеет собственную минимальную единицу содержания: «*биограмма – биографема – авто/гетерографема – мифографема*». При этом только биографема доступна изучению как лингвистическая данность, материализованная в языке и содержащая в себе языковые маркеры всех остальных уровней наррации.

Для исследований жизнеописания с точки зрения лингвистики нарратива данная трактовка мифографемы представляется довольно продуктивным методологическим конструктом, наводящим на мысли о необходимости установления границ особого уровня метакогниции жизнеописания (уровня вторичной герменевтической работы), на котором происходит мифологизация личности и самой жизни человека как конкретного объекта жизнеописания и как онтологического феномена.

Л. М. Надумович, И. Н. Денисова

СТРУКТУРА И СЕМАНТИКА НЕОЛОГИЗМОВ КОМПЬЮТЕРНОЙ СФЕРЫ

Единый процесс развития языка и общества как носителя языка, приводит к появлению новых слов. Самым значительным изменениям подвергается лексический аспект языка компьютерной сферы. Это обусловлено рядом причин, во-первых, большинство достижений в сфере высоких технологий имеют иностранное происхождение, следовательно, носят иностранную номинацию. Во-вторых, лексика как наиболее подвижная часть языка находится в постоянном развитии и обновлении, – что необходимо для того, чтобы соответствовать жизненным реалиям. Для обозначения появившихся слов в компьютерной сфере используются такие термины, как «неологизм», «инновация», «новообразования», каждый из которых имеет свое строго определенное значение в избранной сфере.

В соответствии со стилистической теорией, неологизмами можно считать слова, в которых присутствует эффект новизны. Этого определения придерживаются такие ученые, как Л. П. Крысин, Н. З. Котелова и др. Например, русский лексикограф Л. Ю. Касьянова определяет неологизм как

«слово, находящееся в начальной стадии своей исторической жизни в языке». Из этого определения следует, что спустя какое-то время слово перестанет считаться новым, несмотря на то, что определенная группа лиц может его услышать впервые спустя длительное время¹.

Признак новизны – это важная составляющая неологизма, однако возникает проблема неопределенности данного понятия. Более того, ощущение новизны – необъективное понятие: новое слово для одного человека будет совершенно обыденным и знакомым для другого. П. Н. Денисов считает, что «психологическая оценка факта новизны слова является субъективной, не поддается абсолютизации»².

Цель исследования – охарактеризовать особенности структуры и семантики неологизмов компьютерной сферы.

Материалом исследования послужили неологизмы компьютерной сферы, извлеченные методом сплошной выборки из Словаря неологизмов В. В. Никульцевой³. Всего проанализировано свыше 200 лексических единиц.

Нами были выделены 5 семантических групп, в которые входят неологизмы компьютерной сферы:

- компьютерные технологии;
- техническое оборудование;
- программное обеспечение;
- операции с данными и информационные процессы;
- наименования пользователей или программистов.

Группу «компьютерных технологий» составили наименования новейших технологий и стандартов в сфере компьютерных технологий. Выявлено 11 % (22 лексических единицы) таких терминов. Например: Мод, МАКС, МОБ, ВЕБ-САЙТ, ИТ, веб-браузер, Гугл, Инет и др.

Семантическая группа «техническое оборудование» включает в себя термины для обозначения вспомогательных средств в работе, с помощью которых учеными осуществляется их профессиональная деятельность, среди них: составные части компьютерных устройств, приспособления и установки, необходимые для их функционирования. Выявлено 31 % (62 лексические единицы). Примерами могут служить: апгрейдить, апгрейд, винчестер, веник, винда. При этом подавляющее большинство слов этой группы – это наименования компьютера, что составило 84 % (26 лексических единиц): бандура, банка, бочонок, бука, бычок, железо, ибээмка, керогаз, компухтер, крокодил, компьютер, машина, тачка, пентюх и др. Многие из перечисленных примеров слов находятся за пределами литературного употребления и относятся к жаргонизмам.

¹ Касьянова, Л. Ю. Векторы неологизации в современном русском языке : монография / Л. Ю. Касьянова. – Астрахань : Астраханский ун-т, 2016. – 148 с. – С. 21.

² Денисов, П. Н. Лексика русского языка и принципы ее описания / П. Н. Денисов. – М. : Русский язык, 2010. – С. 51.

³ Никульцева, В. В. Словарь неологизмов / В. В. Никульцева. – М. : Азбуковник, 2021. – 879 с.

Семантическую группу «программное обеспечение» составили наименования программ и других вспомогательных средств, необходимых для корректной работы компьютерных устройств. Выявлено 15 % (30 лексических единиц) слов с такой семантикой: архиватор, блеклист, вэб-узел, драйвер и др.

К группе «операции с данными и информационные процессы» были отнесены наименования и процессы, необходимые для получения, передачи и обмена данными, временные интервалы, необходимые для этого, лексические единицы, обозначающие процессы, имеющие место в осуществлении деятельности ученых, а также названия результатов этих процессов и осуществляемого эффекта и процедур. Выявлен 31 % (62 лексические единицы). Примерами служат следующие термины: бэдвиннд, трансмит, гуглить, кей, процесс, серфинг, коннектиться.

Наконец, семантическая группа «наименования пользователей или программистов»: адмíн, айпи, айпишник, айтишник, багоюзер, блогер, веб-дизайнер, веб-мастер, виндузятник. Выявлено 12 % (24 лексические единицы).

В области ИТ время от времени появляются редкие и порой экзотические наименования специалистов. Представители сервиса поиска работы и подбора персонала HeadHunter специально для CNews составили подборку таких необычных вакансий для ИТ-специалистов по состоянию на апрель 2021 г. В список вошли редко встречающиеся на российском рынке ИТ-профессии – например, мастер по обслуживанию майнинг-ферм, инженер по интеграции георадара, программист микроконтроллеров, сборщик робототехники, специалист по мастер-данным, а также должности, даже название которых зачастую понятно лишь узким специалистам в своей области – например, алготрейдер. Эта группа терминов немногочисленна.

Таким образом, были исследованы семантические особенности терминов сферы компьютерных технологий. Было выделено пять семантических групп. Наиболее многочисленными являются две семантических группы – «техническое оборудование» и «операции с данными и информационные процессы». Каждая из них составила третью часть от общего числа исследованных лексических единиц. На втором месте – группа «программное обеспечение» (15 % слов). Наконец, третье место разделили равнозначные группы «техническое оборудование» и «наименования пользователей или программистов».

И. Г. Урбанович

О КОНЦЕПЦИИ МЕДИАТЕКСТА В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

Медиасфера стала неотъемлемой составляющей современного общества в силу того, что каждый человек пользуется определенными медиапродуктами (интернет-страницы, интернет-СМИ, поисковые системы, блоги и т. д.). Медиатекст – современный язык, используемый в газетах, журналах, телевидении, радио и др. Как объект лингвистических исследований,

медиатекст является такой областью изучения, которая предлагает понимание специфики использования языка для передачи информации и последующего формирования общественного мнения. Исследование формирования и специфики языка медиатекста дает возможности изучения языка в его естественном контексте с точки зрения его применения в реальных жизненных ситуациях. Исследователи медиатекста отмечают его существенную роль в формировании общественного мнения, влиянии на социальные отношения и общественное поведение.

В медиатексте распространено широкое использование коммуникационных средств – видеоматериалов, музыки и др., что и делает его особенно актуальным объектом анализа. Наблюдается эволюция медиатекста, проявляющаяся в появлении новых медиаформатов, популяризации новых лексических и грамматических конструкций. Изучение данной сферы предполагает использование разнообразных методологических подходов: от корпусной лингвистики до критического дискурс-анализа наряду с количественными и качественными методами исследования.

Сам термин «медиатекст» был заимствован из англоязычной научной литературы конца 20 века. Ученые, как зарубежные, так и отечественные, исследовали медиатексты с различных лингвистических позиций. Накопленные знания сформировали самостоятельную область исследований, получившую название медиалингвистика (Т. Г. Добросклонская, 2010). Медиалингвистика предполагает всестороннее исследование языка, используемого в средствах массовой информации, при этом раскрывая механизмы, посредством которых речь СМИ влияет на массы. Медиа-ландшафт служит важнейшим инструментом коммуникации для различных социальных и профессиональных групп.

Медиатекст представляет собой отдельную форму текста, охватывающую новейшие информационные технологии и различные медиаплатформы, такие как вербальные тексты, фотографии, аудио, видео, графика, анимация и другие производные формы (Э. А. Лазарева, 1989). Многими исследователями отмечается его самобытность, проявляющаяся в его и многоуровневом характере. Медиатекст можно рассматривать с двух позиций: как систему с четко выраженным лингвообразовательными элементами и как продукт коммуникативной культуры, представляющий собой единицу коммуникации.

Глобальные процессы коммуникации привели к качественному изменению понятия «текст». Как подчеркивал Г. Я. Солганик, «мы живем в эпоху макролингвистики, так как наблюдается решительный поворот от изучения языка как замкнутой системы к использованию языка в его многочисленных связях и функциях» (Г. Я. Солганик, 2005). В настоящее время медиатексты классифицируются по следующим критериям (Т. П. Куранова, 2023): способ производства текста, форма (фактура) медиатекста, канал распространения, функционально-жанровый тип текста, тематическая доминанта.

Исследователь Н. М. Стеценко подчеркивает следующие отличительные особенности медиатекста от текста: многомерность (полифоничность, интег-

ральность и др.), под которой следует понимать сочетание разнородных вербальных, визуальных, аудитивных, аудиовизуальных или других компонентов в едином смысловом пространстве текста; языковая специфика, которая обусловлена прежде всего адресованностью массовой аудитории (Н. М. Стеценко, 2022).

По способу производства медиатекст может быть авторским или коллектильным. По своей текстуре медиатексты можно разделить на вербальные, невербальные и креолизованные. Наиболее распространенным является креолизованный текст, сочетающий в себе вербальные и невербальные компоненты из других знаковых систем, например, таких как рекламные тексты. Следует отметить, что в медиатекстах широко используются цифровые форматы, сопровождающиеся интерактивностью и обратной связью, подчеркивающие активное участие как автора, так и реципиента в процессе коммуникации.

Медиатексты охватывают разные жанры, включая традиционные публицистические тексты (информационные, аналитические и художественно-публицистические), а также жанры рекламы и PR. Выбор жанра позволяет передать и понять реципиентом идеи автора. Очевиден широкий спектр жанров, включая заметки, репортажи, статьи, комментарии, интервью, ток-шоу, эссе и многие другие. На современном этапе развития медиатекста появляются новые интегрированные жанры: информационно-развлекательный, образовательный и исторически-развлекательный (О. И. Северская, 2010).

Каждый текст, традиционный или медиаориентированный, содержит тематический аспект, глоссарий и задачи, которые следует учитывать при освоении темы. К этим лингвистическим и экстралингвистическим факторам, наряду с содержательным компонентом, относятся интонация, невербальное общение (язык тела, мимика, контактное пространство и др.), которые служат индикаторами аутентичного, подсознательного языка, передающего правдивую информацию.

Современные СМИ активно стремятся влиять на коллективное сознание общества. Это обстоятельство вызывает глубокие изменения традиционных газетных форматов и публицистического стиля в направлении нового смешанного жанра.

Медиакультура сегодня – это совокупность материальных и интеллектуальных ценностей, которые создаются и распространяются посредством средств массовой информации. Она включает в себя различные формы медиатекстов: фильмы, телепередачи, радиопередачи, газеты, журналы, интернет-ресурсы и т.д. Авторы медиатекстов используют различные медийные и речевые приемы: язык, образы, звук, музыку, помогающие передать сообщение или идею. Медиакультура играет важную роль в формировании общественного мнения, создании социальных норм и ценностей, а также в распространении информации, влиянии на восприятие мира, поведение взаимоотношения людей.

В процессе создания медиатекстов авторы должны учитывать такие факторы, как аудитория, цель сообщения, контекст и др., использовать эффективные медийные и речевые приемы для достижения своей цели и создания желаемого эффекта у аудитории.

Е. В. Шестакова

ТЕЛЕОЛОГИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА В ДИПЛОМАТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Оценка как комплексный языковой феномен исследуется в различных аспектах, одним из которых является вопрос классификации оценочных единиц. Среди многочисленных подходов к классификации выделяется объединение единиц по основанию оценки, то есть по признаку, с точки зрения которого производится оценивание объекта. Основанием оценки могут выступать значимость, удобство, польза, вызываемая объектом эмоция и целый ряд иных параметров. В классификации оценочных единиц по основанию оценки выделяются общеоценочные и частнооценочные единицы. В их семантике содержится общая или один из видов частной оценки (Н. Д. Арутюнова, 1988).

В ходе анализа текстов дипломатического дискурса (англоязычных и русскоязычных дипломатических выступлений представителей Великобритании и Республики Беларусь на заседаниях Генеральной Ассамблеи ООН) было установлено, что для данного типа коммуникации характерны общая, нормативная, утилитарная, интеллектуальная, эмоциональная, статусная, телеологическая оценки, а также оценка важности и оценка опасности.

Одним из основных типов частнооценочных значений в дипломатическом дискурсе является телеологическая оценка. В ее фокусе находится результат, а именно эффективность или неэффективность какого-либо объекта или действия. Так, в англоязычных и русскоязычных выступлениях объектами такой оценки являются процессы или способы, которые могут привести к определенному решению (*way* ‘способ’, *process* ‘процесс’, *approach* ‘подход’, *event* ‘событие’, *work* ‘работа’, *action* ‘действие’, *implementation* ‘выполнение’, *meeting* ‘встреча’, *technology* ‘технология’, *engagement* ‘вовлечение’, *prevention* ‘предотвращение’, *operation* ‘работа’, *system* ‘система’; *участие, усилия, работа, взаимодействие, система, среда, развитие, мера, занятие, борьба, цель, политика, преодоление, средство, выполнение, путь, партнерство*).

Объектом телеологической оценки также являются решения, принятые сторонами, или последствия таких решений (*concern* ‘забоченность’, *progress* ‘прогресс’, *stability* ‘стабильность’, *consensus* ‘консенсус’, *response* ‘ответ’, *solution* ‘решение’, *leadership* ‘руководство’, *outcome* ‘исход’, *treaty* ‘договор’, *challenge* ‘трудность’, *supremacy* ‘превосходство’, *lesson* ‘урок’,

future ‘будущее’, *benefit* ‘польза’, *sanctions* ‘санкции’, *experience* ‘опыт’, *result* ‘результат’; *ответ*, *мир*, *ошибка*, *катастрофа*, *изменение*, *будущее*, *достижение*, *конвенция*, *эффект*, *решение*, *резолюция*, *вклад*, *инфраструктура*).

Телеологическая оценка реализуется словами разных частей речи. Данный тип ярко выражен в семантике имен прилагательных – единиц, обладающих наиболее широким оценочным потенциалом. Так, в дипломатических выступлениях были выявлены такие прилагательные телеологической оценки, как *successful* ‘успешный’, *effective* ‘эффективный’, *productive* ‘продуктивный’, *forward-leaning* ‘прогрессивный’, *ambitious* ‘амбициозный’, *achievable* ‘достижимый’, *realistic* ‘реалистичный’, *tangible* ‘ощутимый’, *conducive* ‘благоприятствующий’, *efficient* ‘эффективный’; конструктивный, контрпродуктивный, эффективный, прогрессивный, деятельный, бесперспективный, успешный, благополучный, недальновидный, действенный, плодотворный, результативный:

The United Kingdom will do its utmost to ensure a successful and forward-leaning outcome ‘Соединенное Королевство сделает все возможное для обеспечения принятия **успешного** и **передового** итогового документа’ (A/C.1/72/PV.17).

Политизация же вопросов международной безопасности, разоружения и контроля над вооружениями, искусвенное нагнетание напряженности **контрпродуктивны** и недопустимы (A/C.1/70/PV.26).

Телеологическая оценка выражается с помощью наречий, образованных от рассмотренных прилагательных. Наречия выступают в роли показателя эффективности какого-либо действия, выраженного глаголом:

To be able to effectively use those levers, the Security Council must find the political will to act in our collective interest ‘Для того чтобы **эффективно использовать** эти инструменты, Совет Безопасности должен проявить политическую волю действовать в наших общих интересах’ (A/73/PV.8).

Необходимы эффективные команды Организации Объединенных Наций на местах, которые смогут результативно и рационально поддерживать правительства на пути к устойчивому развитию (A/73/PV.16).

Глаголы, выражающие телеологическую оценку в дипломатическом дискурсе, демонстрируют возможность достижения результата, а также указывают на положительный или отрицательный исход какого-либо процесса (*to provide* ‘обеспечивать’, *to ensure* ‘гарантировать’, *to develop* ‘разивать’, *to address* ‘решать’, *to enable* ‘обеспечивать’, *to reach* ‘достигать’, *to solve* ‘решать’, *to achieve* ‘достигать’; гарантировать, достигать, продвигать, обеспечивать, добиваться, решать, договариваться, справляться):

We must provide better, longer-term support to the refugees in those countries and to the host countries themselves ‘Мы должны **обеспечить** более эффективную, долгосрочную помошь для беженцев в этих странах, а также и для самих этих стран’ (A/70/PV.60).

Цифровой суверенитет должен гарантировать способность государства контролировать свое информационное поле, предупреждать и блокировать кибератаки, обеспечивать надежную защиту критической инфраструктуры (A/74/PV.8).

Телеологическая оценка содержится в семантике существительных, показывающих процесс или результат (положительный или отрицательный) действия, а также факт решения проблемы или отсутствие такого решения (*impetus* ‘импульс’, *achievement* ‘достижение’, *progress* ‘прогресс’, *solution* ‘решение’; *движение, сдвиг, гарантия, развитие, выход, прогресс, успех*):

The independence of our media is one of my country’s greatest achievements and it is the bedrock of our democracy ‘Независимость наших средств массовой информации является одним из величайших достижений нашей страны и краеугольным камнем нашей демократии’ (A/73/PV.8).

Именно в нашем многообразии — залог общего прогресса и успеха каждого (A/70/PV.10).

Для англоязычного и русскоязычного дипломатического дискурса характерно употребление свободных словосочетаний, в которых каждое слово выражает телеологическую оценку:

As many speakers have said today, we must all commit to working to achieve that solution, and to supporting the emergence of an inclusive, peaceful and prosperous Syria ‘Как сегодня уже говорили многие ораторы, у всех нас должно быть твердое намерение добиться такого решения и помочь созданию инклюзивной, мирной и процветающей Сирии’ (A/70/PV.60).

Именно здесь государства-члены могут успешно разрешать свои противоречия и находить взаимоприемлемые решения (A/72/PV.14).

В ходе анализа текстов англоязычных и русскоязычных выступлений были выявлены и связанные словосочетания, выражающие телеологическую оценку:

However, when and where the conditions are right, external financing can make a real difference ‘Однако в благоприятных условиях внешнее финансирование может реально изменить положение дел к лучшему’ (A/71/PV.78).

Ключевыми элементами такого подхода представляются <...> воплощение в жизнь роли лидера в объединении и координации международных усилий (A/74/PV.8).

Употребление словосочетаний разной степени связанности, выражающих телеологическую оценку, сигнализирует о стремлении участников дискурса сделать больший акцент на результатах своей деятельности и высоко оценить эффективность принимаемых решений.

Телеологическая оценка в англоязычном и русскоязычном дипломатическом дискурсе представлена практически пропорционально (12,12 % и 11,22 % соответственно), что свидетельствует о равной значимости результата принимаемых решений и выполняемых задач для участников дискурса.

Таким образом, в ходе анализа представленности телеологической оценки в англоязычных и русскоязычных дипломатических выступлениях установлено, что такая оценка выражается словами разных частей речи – именами прилагательными, именами существительными, наречиями и глаголами; самым продуктивным является имя прилагательное как основное средство демонстрации качества объекта. Для выражения телеологической оценки используются словосочетания разной степени связанности, показывающие значимость результата выполняемого действия. Практически пропорциональная представленность телеологической оценки в англоязычном и русскоязычном дипломатическом дискурсе позволяет сделать вывод о примерно равной важности описания результата действий для участников дипломатической коммуникации.

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

А. А. Биумена

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КАТЕГОРИИ СОЛИДАРНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Солидарность представляет собой как особое состояние общества, выполняющее функции формирования и сохранения целостности социума, а также легитимизации существующего политического порядка путем объединения населения вокруг той или иной системы взглядов. Средства массовой коммуникации являются ведущей платформой формирования символической среды солидарности в любом обществе. Солидарность как прагматическая категория печатного медиадискурса включает в себя интеграцию на основе общности интересов, взаимозависимости, ответственности; единение на основе сопереживания, сочувствия, взаимной симпатии; разделения единых норм и ценностей; совместную деятельность для достижения определенной цели; общую социальную (групповую) идентичность; помошь, взаимопомощь, поддержку социальных субъектов; различные формы социальной, экономической и политической поддержки, в том числе со стороны государства.

В прессе советского периода солидаризирующие статьи преимущественно посвящались добросовестной трудовой деятельности и одобрению широкой коллективной аудиторией деятельности руководителей страны и принимаемых ими решений. Главной сферой солидаризации в печатных медиа советского периода являлся трудовой дискурс как особая тематическая разновидность публичного дискурса, имеющая собственные топосы и субъекты и подчиненная решению специальных социальных задач. Основные ценности, акцентировавшиеся в трудовом дискурсе белорусской прессы советского периода, включали в себя: трудовую деятельность как основу человеческого существования и главный стержень развития общества; труд как сферу творческой реализации личности; самопожертвование, приоритет общественных интересов над личными; сотрудничество, коллективную трудовую деятельность; труд как манифестацию патриотизма; труд как средство достижения славы и успеха; движение вперед, прогресс, непрерывное развитие.

В материалах современной прессы солидаризирующие публикации обычно освещают социально значимую тематику, например, сохранение исторической памяти или ответственное поведение во время пандемии коронавируса. Тематическими доминантами материалов, посвященных сохранению исторической памяти о событиях Великой Отечественной войны, являются личные истории и переживания ее участников, связь между

поколениями, корреляция коллективной памяти с определенными местами и объектами, различные виды деятельности по ее сохранению. В публикациях о коронавирусе формирование солидарности охватывает такие темы как помочь уязвимым категориям людей, личная и коллективная ответственность, институциональная помощь (медицинским работникам, другим государствам и т. д.), единство и сплоченность.

В корпоративных медиа солидарность также играет важную роль. Мы провели анализ публикаций корпоративного интернет-сайта Минского государственного лингвистического университета за январь – апрель 2025 года и выявили, что солидаризующая интенция реализуется не менее, чем в 30 новостных тестах, опубликованных за этот период.

В данных публикациях акцентируются следующие семантические аспекты солидарности:

1) Совместная деятельность, сотрудничество, дружба:

Расширяем сотрудничество с Китаем;

Коллектив ИПКиП МГЛУ присоединился к Республиканскому субботнику Наводим порядок вместе;

Совместный белорусско-российский проект «О родном на немецком»!;

Укрепляем международное сотрудничество;

Vänskapen vinner! Победила дружба!;

Творим добро вместе;

Общими усилиями ради безопасности.

2) Единство ценностей, интересов:

Сила в труде и единстве;

Корни единства;

Единый день информирования; Формула мира и духовного единства;

Сила в единстве.

3) Помощь, волонтерство:

Научное волонтерство;

Волонтерская инициатива;

Вклад в новогоднее чудо.

Как видно из приведенных заголовков новостных статей, в роли ключевых лексических средств реализации категории солидарности в проанализированном материале выступают лексемы *единство, сотрудничество, дружба, солидарность, волонтерство, согласие, вклад, вместе, объединять, совместный, общий, наш*.

Солидарность влияет на состояние общества в целом, а средства массовой коммуникации выступают в роли основного носителя символической среды солидарности в обществе. При этом содержание медиадискурса солидарности всегда детерминировано экстралингвистическими факторами – социальными, политическими, экономическими, культурными.

М. А. Гладко

СЕМИОТИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОЙ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИИ

Коммуникативное пространство телевещания является динамической средой, представленной совокупностью коммуникативных медиаопосредованных ситуаций/практик, объективированных в телевизионных и радиотекстах, обеспечивающих конструирование реальности через коммуникативное взаимодействие социальных субъектов. Телевидение как аудиовизуальный канал формирует единую коммуникативную среду взаимодействия коммуникантов и вместе с тем определяют функциональную направленность, средства коммуникации, состав, языковые особенности передаваемых сообщений.

Для современного телевидения Беларуси характерен расширенный состав и функционал его антропоцентра – коммуникантов. Расширение функционала адресанта обусловлено сменой типовой для передач XX – начала XXI в. роли Транслятора знаний, Инструктора на коммуникативно-регулятивные речевые маски в телекоммуникации; речевые маски Человек из народа, Условный эксперт, Чувствительный, Откровенный в радиокоммуникации.

Общий вектор развития современного коммуникативного телепространства заключается в усилении функциональной ориентации на воздействие через информирование и рекреативизацию, не ограниченную только развлечением, на эмоционально регулятивный характер коммуникации (с активностью эмотивной функции языка). Телекоммуникация демонстрирует интенсивность фатической и эмотивной функций языка, о чем свидетельствует частотность средств, воплощающих фатический, развлекательно-гедонистический тип взаимодействия коммуникантов в студии и с адресатом (разговорные единицы, эмотивная лексика, модальные слова, выражающие несогласие, отрицание и т. д. в во всех кластерах), создания эмоционально-чувственной среды экспликации личностных смыслов (лексико-морфологические манифестанты «новой искренности» и т. д.).

Анализ информационного кластера позволил выявить тематические доминанты, которые представляют собой медиамаркеры белорусской культуры, мультилицируемые в телекоммуникации «Беларусь», «Беларусь – страны мира», «Наши люди». Текстовая модель доминанты «Наши» наполняется языковыми экспликаторами ценностных доминант: концептуальных (например, «любовь к делу», «любовь к Родине»); стратегических сценариев («трудная жизнь – покорение вершин»). Их функциями являются ценностноформирующая, этноконсолидирующая, регулятивная (формирование и корректировка моделей поведения), национальной идентификации, формирования позитивного отношения; воспитательная в радиокоммуникации. Стержневые ценностные диады и триады манифестируются лексикой с

семантикой обучения, эмоциональными лексемами, передающими психоэмоциональное состояние, сенсорной лексикой, глаголами с семантикой объединения, защиты, лексическими кластерами с семантикой преодоления, результативности и т. п.

В информационном кластере телевидения наблюдается усиление рекреативного вектора коммуникации. В ненапряженный период событийно-содержательный аспект теледискурса поддерживается за счет тематических доминант рекреативности (например, *Эксперимент*, *Истории спасения*), дискурсивных схем, отражающих взаимодействие рекреативных тематических доминант с серьезными темами, стратегий рекреативности (спектаклизации, «замочной скважины», праздничного миромоделирования). Категория рекреативности организует теледискурс не только с целью рекреативизации, но также нацелена на трансформацию темы/информации в ряд визуализаций, верbalных и неверbalных картин-изображений, которые в силу эмоционально-чувственного, эстетического ракурса создаваемых образов конструируют знаковые для определенного момента события/факты, вносят в текстовый континуум определенные мировоззренческие, ценностно значимые смыслы (уважение к стране и ее гражданам, труду, семье; красочность, праздничность жизни и т. д.).

В кризисный период в целях создания единой коммуникативной среды, в которой осуществляется информирование, моделирование и корректировка реальности, синхронизацию общественных настроений призваны осуществлять коммуникативные стратегии формирования эмоциональной атмосферы общества (*солидарности*, *моделирования оптимизма*, *формирования ощущения безопасности*), а также стратегии «новой искренности», дискурсопорождающие сценарии («Защита», «Оказание помощи/поддержки» и т. д.).

Коммуникативное телепространство расширяется за счет одного из наиболее ценных ресурсов – знания, объективируемого в познавательный медиадискурс (теле- и радио), который представляет собой гипердискурс. Жанрово-тематическая конструкция познавательного теледискурса демонстрирует востребованность следующих познавательных тематических доминант: досуговых, витальных, культурно-значимых ценностно нагруженных краеведческих (например, «история», «достижения страны»); консультативно-инструктивных, информативных, аттрактивных познавательных жанров. Познавательный теледискурс характеризуется специфическими иллюстративно-инструктивными жанрами, разнообразием рекреативных фокусов – эмоционально-чувственный (сенсорный), мистический и т. д. Их pragматические функции – формирование позитивного отношения к объекту высказывания, убеждающего воздействия, социально-стабилизирующая, регулятивная. Семантическая структура (*проблема – обсуждение – решение*) и языковое наполнение (местоименно-глагольные формы множественного числа, кооперативная, перцептивная лексика, глагольные формы с семантикой контроля, превентивности, заботы и т. д.) обеспечивают конструирование теледискурса как регулятора настроений и эмоций. Маркерами

мистического рекреативного фокуса являются лексические репрезентанты концепта «тайна», словесные комплексы, акцентирующие невозможность объяснения события, его вневременность, лексика выведения информации.

Структурообразующими элементами познавательного текста телевидения являются стратегии речевых масок и категория игры. Стратегии развлекательных, статусных, коммуникативно-регулятивных речевых масок выполняют консолидирующую, терапевтическую, гедонистическую функции. В их экспликации участвуют пейоративы и мелиоративы, неопределенные местоимения, дисфемистические обозначения, аксиологемы, кооперативная лексика, императивные глагольные формы и т. п.

Категория игры организует познавательный текст в телекоммуникации посредством внешнего (эксплицируется на уровне макроструктуры, с помощью стратегий игры с реальностью и игровых трансформаций сюжета, их языковых средств) и внутреннего (отбор фактов и персонажей) коммуникативного слоя; в радиокоммуникации – посредством внешнего слоя (игровые модели монтажа функционально разновекторных речевых отрезков, жанрового монтажа, личностроно ориентированных и социально ориентированных тематических блоков). В тексте телевидения языковыми репрезентантами игры являются лексические единицы с семантикой борьбы, результативности, преобразования и т. п.; тропы, транслирующие идеи препятствия, трудностей, монтаж лексики детективного, мистического, научного дискурсов и т. п.

Эмоционально-гедонистический вектор развертывания развлекательного теледискурса задается моделями взаимодействия ведущего и адресата – эмоционально настраивающей и интерактивной в телекоммуникации. Эмоционально настраивающая модель конструируется стратегиями речевых масок Доброжелатель, Друг; приватно-личностная – стратегиями «новой искренности», что ориентирует дискурс на соответствие запросам на эмоционально-фатическую, личностроно ориентированную коммуникацию, не только развлекательную.

Е. А. Завадская

ТЕНДЕНЦИИ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ФЕШНБРЕНДОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Под коммуникативным продвижением бренда мы будем понимать коммуникативные стратегии бренда, решающие задачи позиционирования бренда и коммуникации с определенными группами целевой аудитории.

Позиционирование бренда, то есть то, каким он видит себя на данном этапе, зависит от целей коммуникативной стратегии: увеличить узнаваемость бренда, привлечь новых и удержать старых клиентов, повысить продажи, улучшить имидж компании, создать комьюнити, привлечь новые аудитории и расширить географическое присутствие.

Поскольку фешн-бренды постоянно выпускают новый продукт, их коммуникативное продвижение решает две основные задачи: информировать целевую аудиторию о выпуске нового продукта и стимулировать целевую аудиторию к покупке.

Для достижения поставленных целей фешн-бренды используют различные интернет-площадки, на которых специалисты брендов информируют потребителей о продукции, о бренде, помогают осуществлять и анализировать обратную связь для реализации эффективных имиджевых и маркетинговых мероприятий.

Можно выделить три основные тенденции коммуникативного продвижения фешн-брендов: организацию коллабораций, продажу ценностей, использование сенсорного маркетинга.

Рассмотрим каждую тенденцию отдельно на примере различных фешн-брендов.

Наиболее распространенной является первая тенденция – коллаборации фешн-брендов: продуктивные (совместный запуск продукта с другим брендом/инфлюэнсером); контентные – совместные материалы (подкасты, статьи, видео); инфоповод (активации, бонусы, спецпредложения).

В качестве примеров можно привести совместные коллаборации *H&M*: *Sela* и Союзмультфильм, *Nike* – Из чего же сделаны наши девчонки (в видео снялись олимпийская чемпионка по фигурному катанию Аделина Сотникова, боец MMA Анастасия Янкова, скейтбордистка Катя Шенгелия, легкоатлетка Кристина Сивкова, футболистка Ксения Лазарева и т.д.). *Jacquetus* и *Apple* (Новое шоу *La Croisière* будет полностью снято на iPhone 16 ProMax).

Симон Порт Жакмюс заявляет: «*Jacquetus* как марка родилась благодаря *Apple*. В самом начале пути я делился с поклонниками снимками шоурума, вещей и друзей, сделанными на Iphone. Именно он позволили мне делиться работами с аудиторией и знакомиться с ней», – отметил

Вторая тенденция – продажа ценностей становится особенно актуальной. По данным The State of Fashion 2025 (BOF) более 40 % потребителей в США и Европе стали меньше тратить на одежду, обувь и аксессуары. Это касается всех сегментов, как массмаркета, так и люкса. Чтобы доказать ценность приобретения того или иного продукта фешн-бренды используют информационную коммуникативную стратегию, обеспечивающуюся следующими тактиками: тактикой «ставка на уникальность»: (*Balensiaga* – новая форма; *Coperni* – новый материал; *Jacquetus* – история), тактикой «не покупка – а инвестиция» (*Uniqlo* не просто продают футболки, а объясняют, почему они прослужат дольше и станут базой в гардеробе; *Loewe* показывают мастерство ремесленников и детали, которые превращают вещь в «инвестицию»); тактикой «восприятия цены» (бренды элемента люкс не делают частые распродажи, как *H&M* или *Zara*, – от того вещи кажутся более качественными), тактикой «личный опыт» (в люксе – персональный подход, в масс-маркете –удобство).

Третьей тенденцией коммуникативного продвижения фешн-брендов является использование сенсорного маркетинга, который позволяет создать

более глубокую связь с клиентом. Фешн-брэнд становится частью сенсорного опыта через звуки, тактильную структуру, визуальные метафоры. В качестве примера, можно привести рыцаря с логотипа Burberry в новой кампании, который разъезжает на электросамокате по Лондону, кутается в фирменный шарф и спасается от дождя в кэбе с Наоми Кэмблл.

Необходимо заключить, что коммуникативное продвижение фешн-брэндов становится более сложным, использующим не только достижения цифрового характера, но и результаты исследований в области гуманитарных наук (психологии, лингвистики, социологии и т.д.). Современные фешн-брэнды реализуют не только свои базовые потребностями целевой аудитории, но и заявляют о своих ценностях.

A. B. Коваленя

АВТОРСКИЕ СРАВНЕНИЯ В ОПИСАНИИ ГУБ ЧЕЛОВЕКА (на материале русского, белорусского, английского и турецкого языков)

Сравнение – это художественное сопоставление одного предмета с другим, придающим описанию изобразительность. Сравнения встречаются как в литературно-художественных произведениях, так и в повседневной речи. Они могут быть общими либо авторскими. В случае с авторскими сравнениями, И. В. Арнольд говорит о том, что для интерпретации намерений автора необходимо знать литературную, культурную, социальную и политическую обстановку эпохи. Именно поэтому анализ авторских сравнений в описании губ человека представляет особый интерес для исследования.

Во-первых, в разных языках и культурах существует свои источники формирования образов, используемых в метафорах для описания качеств человека и предметов.

Во-вторых, это позволяет выявить национально-культурную специфику, используемых в сравнениях при описании качеств человека (в данном случае – губ).

Таким образом, целью исследования является выявление, описание в сопоставительном аспекте авторских сравнений описания губ человека в русском, белорусском, английском и турецком языках. Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

1. Выделить основные источники формирования образов, используемых в сравнениях описания губ человека.

2. Выявить и описать особенности описания губ человека в указанных языках.

3. Идентифицировать национально-культурную специфику образов, используемых в сравнениях описания губ человека.

4. Определить и описать сходства и различия использования образов в авторских сравнениях описания губ человека, присутствующих во всех четырех языках и культурах.

Материалом для проведения анализа послужила выборка из национальных корпусов русского, белорусского, английского и турецкого языков (основной подкорпус). Общий объем материала составляет 1 742 авторских сравнений: 478 в русском языке; 397 в белорусском языке; 384 сравнений в английском; 483 – в турецком языке.

Рассмотрим основные результаты исследования. Так, в ходе анализа было выявлено, что при описании губ человека при помощи авторских сравнений в русском, белорусском, английском и турецком языках используется 7 источников формирования образов: названия представителей растительного мира (преимущественно цветы и ягоды), названия представителей животного мира, названия еды и алкогольных напитков, некоторые категории людей (например, дети), названия драгоценных камней, названия природных явлений и сравнения с кровью. Процентное содержание используемых образов представлено в таблице.

Таблица

Процентное содержание образов в сравнениях русского, белорусского, английского и турецкого языков, %

Источник формирования образов	Русский язык	Белорусский язык	Английский язык	Турецкий язык
Названия представителей растительного мира	35	42	40	44
Названия представителей животного мира	24	26	20	8
Названия еды и алкогольных напитков	26	24	12	16
Названия некоторых категорий людей	6	4	2	4
Названия драгоценных камней	3	2	14	18
Названия природных явлений	2	2	9	8
Сравнения с кровью	4	2	3	2

Согласно данным таблицы, во всех языках в описании губ человека в количественном плане превалирует группа «Названия представителей растительного мира». Второй достаточной крупной категорией являются «Названия представителей животного мира». Примечательно, что такая категория как «Названия драгоценных камней» в русском и белорусском языках представлена всего лишь 3 % и 2 % соответственно, а в английском и турецком языках 18 % и 20 % соответственно.

Проведенный анализ позволил выявить основные описываемые качества губ при помощи авторских сравнений во всех 4 языках:

1. Красота губ или ее отсутствие: рус. *губы, как у спящей старухи*; рус. *губы, как розовый лепесток*; бел. *вусны прыгожыя, як суніцы*; англ. *her lips like a Desert wind* ‘ее губы, как пустынный ветер’; тур. *kiraz gibi dudaklar* ‘губы, как вишня’.

2. Интенсивность красного цвета губ: рус. *губы красные, как кровь* тур. *Gül gibi kırmızı dudaklar* ‘губы, как красные розы’; бел. *губы чырвоныя, як маліна*; англ. *lips like red cherries* ‘губы, как красные вишни’.

3. Бледность губ: рус. *губы бледные, как снег*; англ. *lips as pale as a dead man's* ‘губы бледные, как у мертвеца’; бел. *вусны бледныя, як у нябожчыка*; тур. *yoğurt kadar solgun dudaklar* ‘губы бледные как йогурт’.

4. Морщинистость губ: бел. *вусны, як запечаны яблык*; англ. *lips like dried grapes* ‘губы, как сушеный виноград’; тур. *kuru kayısı gibi dudaklar* ‘губы, как сушеная курага’; рус. *морщинистые губы, как гнилая картошка*.

5. Размер губ: рус. *губы, как пельмени*; бел. *вусны, як два яблыка*; тур. *inek gibi kocaman dudakları var* ‘у нее большие губы, как у коровы’.

Полученные результаты позволяют говорить о том, что в описании губ человека во всех 4 языках есть ряд закономерностей:

1. Во всех 4 языках при описании красивых губ используются преимущественно названия ягод и цветов.

2. Во всех 4 языках при описании некрасивых губ используются преимущественно названия ягод и цветов, которые сгнили или отцвели. Аналогичные сравнения используются и при описании морщинистых губ.

3. Во всех 4 языках интенсивность красного цвета описывается при помощи сравнений с ягодами красного цвета (малина, клубника, вишня).

4. Во всех 4 языках большие губы описываются при помощи больших крупных плодов (преимущественно яблоки) или названий некоторых блюд (например, пельмени).

5. Самой многочисленной группой описания губ человека во всех 4 языках является «Красота губ или ее отсутствие» (более 50 %). Самой немногочисленной – «Бледность губ» – 3–4 %.

Наконец, в ходе исследования была выявлена национально-культурная специфика используемых образов в описании губ человека. К этой категории с уникальными образами относится 2 группы: названия представителей растительного мира, названия еды и алкогольных напитков.

Так, группа «Названия представителей растительного мира» включает в себя следующие уникальные образы в турецком языке: *мальва, сакура, гардения, айва*. Группа «Названия еды и алкогольных напитков» включает в себя следующие уникальные образы:

1. Русский язык: пельмени (рус. *огромные губы, как пельмени*); борщ (рус. *губы красные, как борщ*); козули (*губы сладкие, как козули*); кулебяка (*губы сладкие, как кулебяка*).

2. Белорусский язык: клецки (бел. *вусны вялікія, як клёўкі*); дранники (*вусны смачныя, як дранікі*).

3. Английский язык: хот дог (англ. *lips as big as a hot dog* ‘большие губы, как хот дог’).

4. Турецкий язык: долма (тур. *dolma kadar büyük ve sulu dudaklar* ‘губы огромные и сочные, как долма), рахат-лукум (тур. *Rahat Lukum kadar tatlı dudaklar* ‘губы сладкие как рахат лукум’), пахлава (тур. *baklava kadar sulu dudaklar* ‘губы сочные, как пахлава’).

А. И. Лёшина

СЛОЖНАЯ СИТУАЦИЯ ВЕРБАЛЬНОГО ИНФОРМИРОВАНИЯ

Моделирование ситуации информирования – это процесс схематического воспроизведения объекта с использованием абстракции и идеализации, что позволяет создать формальную модель языковой структуры. Ситуацию передачи информации формируют акциональные предикаты, такие как глаголы речи: *say, tell, speak, talk, utter, ask, answer, inform, report, explain, describe, announce, reveal, confess, clarify, state, declare, admit, warn* и др.

Субъект ситуации информирования – это инициатор сообщения, адресующий информацию другому участнику коммуникации. Объект – информация, которая может быть как отдельным фрагментом действительности, так и целой ситуацией. Адресат – активный участник, воспринимающий и интерпретирующий сообщение с помощью ментальных структур. Инструменты передачи информации делятся на три типа:

- 1) **неотчуждаемые** (части тела, напр. голос, руки);
- 2) **отчуждаемые** (внешние предметы: ручки, бумага, микрофоны);
- 3) **производные** (носители информации: письма, книги, записи).

На основе этих компонентов можно представить следующую обобщённую модель: субъект, обладающий определённой информацией (результатом осмыслиния фрагмента действительности), посредством одного или нескольких инструментов вербализует эту информацию и передаёт её адресату. Такая модель отражает сложную иерархическую структуру, в которой включающая ситуация (передача информации) содержит включённые: создание сообщения, создание носителя и, при необходимости, действия по интерпретации или презентации результата.

1) **Ситуация создания информационного сообщения**, которая в свою очередь также является включающей, поскольку формирование сообщения проходит в несколько этапов: этап восприятия факта или события экстралингвистической действительности; этап его осмыслиения; этап актуализации сформированного на втором этапе ментального конструкта. Результат данной ситуации – информационное сообщение – выполняет функцию объекта в общей ситуации верbalного информирования. Например:

1) *I speak now of course of ordinary successful marriages* (I. Murdoch, 2006); 2) *We talked of trivialities* (I. Murdoch, 2006); 3) *I pause here to say another word or two about my protégé Arnold Baffin* (I. Murdoch, 2006).

2) Ситуация создания носителя информации. В общем виде данная ситуация может быть описана следующим образом: субъект, используя неотчуждаемый инструмент (voice, hand) и отчуждаемый инструмент (pen, pencil, ink, etc.), переносит информацию, хранящуюся в его голове, на материальный носитель (paper, notebook, etc.). В результате этой деятельности возникает носитель информации (book, letter, note, etc.), выступающий в модели ситуации верbalного информирования в качестве производного инструмента.

Рассмотрим ситуацию создания носителя информации на примере двух предложений *What a horrid letter you wrote me* и *What a horrid letter you read me*. Компонент *a horrid letter* является общим для данных предложений. Этот элемент, будучи результатом ситуации описываемой глаголом *to write*, в ситуации реализуемой глаголом *to read* используется в качестве производного инструмента. Иными словами, ситуация порождения носителя информации актуализируемая глаголом *to write* включается в ситуацию самоинформирования через свой результат, который выступает в роли производного инструмента во включающей ситуации самоинформирования. Примеры: 1) *Rachel, I don't want a muddle. I've got to work and I've got to be alone, I'm just going to write a book I've been waiting all my life to write* (I. Murdoch, 2006); 2) *Bradley, I read such an extraordinary theory about the sonnets* (I. Murdoch, 2006); 3) *I was amused and somewhat astonished at a critic a few years back who wrote an article analyzing Dandelion Wine* (R. Bradbury, 1987).

В зависимости от способов организации структурных компонентов и от характера отношений, существующих между ними, можно выделить два вида сложных ситуаций – комплексные и инкорпорирующие (И. В. Иванова-Мицевич, 2010). Структурно компоненты оситуации верbalного информирования связаны отношениями иерархического включения, что позволяет отнести данную ситуацию к разряду инкорпорирующих. Особенность инкорпоративной иерархии заключается в том, что включающая ситуация не существует без своих включенных компонентов. Практически это означает, что при удалении из состава включающей ситуации хотя бы одной включенной ситуации инкорпорирующая единица либо разрушается, либо становится иной. Например: *Who could say where town or wideness began? Who could say which owned what and what owned which?* (R. Bradbury, 1987) → **Who could say; Bradley speaks of "the black Eros"* (I. Murdoch, 2006) → **Bradley speaks.*

Углубление анализа позволяет рассмотреть модель верbalного информирования сквозь призму межкультурной коммуникации. Поскольку процесс передачи информации опирается на когнитивные и культурные схемы интерпретации действительности, специфика этих схем в разных культурах оказывает прямое влияние на структуру речевых актов. Так, прямолинейная, эксплицитная подача информации, характерная для англоязычного дискурса, может вступать в противоречие с косвенными, контекстно-зависимыми стратегиями, принятыми в восточных или славянских культурах.

При этом использование одних и тех же глаголов, например, *say* и *tell*, может активировать в сознании носителей разных языков различные ментальные модели – в зависимости от коммуникативной цели, контекста, ролевых отношений и ожиданий. Это указывает на необходимость учитывать культурно обусловленные особенности в обучении иностранным языкам.

В практическом аспекте это предполагает:

1) обучение распознаванию и адекватной интерпретации типичных для англоязычной культуры паттернов речевого поведения (напр., различие между *say* и *tell*, использование *reporting verbs* в разных регистрах);

2) развитие навыков контекстного анализа высказывания с учётом роли субъектов и их коммуникативных намерений;

3) применение когнитивных моделей «включённых» и «включающих» ситуаций информирования в учебных заданиях (например, комплексное осмысление и воспроизведение последовательности действий: «написание письма» – «чтение письма» – «обсуждение письма»);

4) сопоставление pragматических функций аналогичных глаголов в английском и родном языках обучающихся, что способствует формированию устойчивых интеръязыковых связей и преодолению интерференции.

Таким образом, моделирование ситуаций верbalного информирования в рамках межкультурной парадигмы приобретает не только теоретическую значимость, но и практическую ценность для методики преподавания иностранного языка. Оно способствует развитию у обучающихся способности к осмысленному и гибкому использованию средств верbalной коммуникации в соответствии с социокультурным контекстом, тем самым формируя ключевую компетенцию современного пользователя языка – межкультурную коммуникативную компетентность.

М. А. Мацнева

ОТ ТРАДИЦИОННОЙ МЕДИЦИНЫ К ЦИФРОВОЙ: ТРАНСФОРМАЦИЯ КОММУНИКАЦИИ ЧЕРЕЗ ВИДЕОБЛОГИ

Традиционная медицина на протяжении многих веков опиралась на личные встречи врача и пациента, очные консультации и печатные материалы для передачи информации и оказания медицинской помощи. Такие формы коммуникации, безусловно, эффективны, однако они имеют ряд ограничений – доступность медицинских услуг часто зависит от географического положения пациента, времени ожидания и возможности лично посетить врача. В условиях стремительного развития технологий и цифровизации общества возникает необходимость поиска новых, более гибких и масштабируемых способов взаимодействия между медицинскими специалистами и пациентами.

В последние годы медицина переживает существенную трансформацию, связанную с внедрением цифровых технологий в коммуникацию между врачами и пациентами. Традиционные формы взаимодействия дополняются и во многом заменяются новыми средствами передачи информации. В этом процессе особую роль играют видеоблоги – динамичный и визуально привлекательный формат, который позволяет не только информировать и обучать, но и формировать доверительные отношения с аудиторией. Видеоконтент открывает новые горизонты для доступной и понятной коммуникации, расширяя возможности профилактики, лечения и поддержки здоровья. Формат видеоблога позволяет специалистам напрямую обращаться к пациентам, делая информацию более доступной, наглядной и эмоционально вовлекающей. Видеоконтент сочетает визуальные и аудиальные средства, что облегчает понимание сложных медицинских тем и способствует повышению медицинской грамотности населения.

В отличие от традиционных СМИ, видеоблоги обладают высокой мобильностью, интерактивностью и возможностью быстрой обратной связи, что создает более тесный и доверительный контакт между врачом и аудиторией. Благодаря неформальному стилю подачи и персональному подходу, блогеры вызывают у зрителей ощущение непосредственного общения, что значительно повышает уровень доверия к медицинской информации и мотивацию к соблюдению рекомендаций.

Врачи, создающие видеоблоги, применяют различные стратегии для взаимодействия с аудиторией. Во-первых, они используют простой и понятный язык, избегая сложной медицинской терминологии. Это помогает зрителям лучше усваивать информацию и делает ее более доступной. Во-вторых, многие блогеры активно взаимодействуют с подписчиками через комментарии и прямые эфиры. Это создает атмосферу доверия и вовлеченности, позволяя пациентам задавать вопросы и получать на них ответы в реальном времени.

Такой подход способствует формированию сообщества вокруг видеоблога и укрепляет связь между врачом и пациентами. Кроме того, врачи используют визуальные элементы – графики, анимации и примеры из жизни – чтобы сделать контент более наглядным и интересным. Такие визуальные средства помогают лучше донести сложные концепции и делают процесс обучения более увлекательным.

Вместе с тем, рост популярности видеоблогов требует ответственного подхода к качеству информации. Распространение недостоверных или непроверенных данных может привести к негативным последствиям для здоровья. Поэтому важна профессиональная подготовка блогеров и соблюдение этических стандартов при создании контента.

Кроме того, видеоблоги способствуют развитию коммуникативных навыков врачей, укрепляют их профессиональный имидж и расширяют возможности взаимодействия с пациентами. Это ведет к улучшению качества медицинской помощи и более эффективному решению задач здравоохранения.

Видеоблоги обладают рядом уникальных характеристик, которые делают их эффективным инструментом коммуникации:

- Визуализация сложной информации – использование графики, анимации и демонстраций позволяет лучше понять медицинские процессы и рекомендации.
- Доступность и мобильность – видеоконтент можно просматривать в любое удобное время и в любом месте, что расширяет аудиторию.
- Интерактивность – комментарии, опросы и обратная связь создают диалог между врачом и зрителем, способствуя адаптации контента под потребности аудитории.
- Эмоциональная вовлеченность – личное обращение врача и неформальный стиль подачи повышают доверие и мотивацию к соблюдению рекомендаций.
- Возможность многократного просмотра – видео можно пересматривать для лучшего усвоения информации.

Один из ярких примеров – доктор Евгений Комаровский, который использует свой YouTube-канал для разъяснения медицинских вопросов и распространения знаний о здоровье. Его подход заключается в доступной подаче информации, что позволяет родителям лучше понимать, как заботиться о здоровье своих детей. Другим примером является доктор Александр Шишонин, который активно делится своими знаниями о здоровье и лечении заболеваний. Его видеоблоги не только информируют, но и мотивируют зрителей на здоровый образ жизни. Эти примеры демонстрируют, как врачи могут эффективно использовать видеоплатформы для достижения широкой аудитории.

Таким образом, видеоблоги выступают как современный медиаканал, трансформирующий традиционную медицинскую коммуникацию в более доступную и динамичную форму взаимодействия между врачами и пациентами.

В. В. Новиков

ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА ЭСПЛИКАЦИИ КОММУНИКАТИВНЫХ СМЫСЛОВ СОГЛАСИЯ/НЕСОГЛАСИЯ В ТОК-ШОУ БЕЛАРУСИ И ГЕРМАНИИ

Ток-шоу – жанр аналитической журналистики, который характеризуется высокой степенью востребованности и динамикой развития. На современном телевидении представляет собой публичный экспертный обмен мнениями по темам с наибольшей общественной актуальностью.

Мнение – суждение одного из участников телевизионного дискуссионного ток-шоу, которое заключает в себе оценку каких-либо обстоятельств и выражается как отдельный взгляд на сложившееся положение вещей.

Оценка – осознанная интерпретация говорящим полученной в процессе дискуссии информации.

Согласие/несогласие – коммуникативные смыслы, которые возникают в ток-шоу в процессе столкновения однополярных и разнополярных точек зрения и представляют собой совпадение/несовпадение позиций собеседников, принятие/непринятие ими взглядов друг друга.

К основным средствам выражения **согласия**, в телевизионных дискуссионных ток-шоу **Беларусь** относятся:

- **Положительная оценка слов собеседника**

Пример:

Эксперт 1: ...любое путешествие подразумевает под собой шопинг... если не было шопинга, то путешествие не состоялось...

Ведущий: Великолепная фраза! («Форум» 26.12.2011).

- **Краткая форма прилагательных «согласный», «солидарный»**

Пример:

Эксперт 1: Уважаемые мои коллеги,... начитавшись... бумаг Всемирного банка, забывают..., что заработную плату в 2000\$ у нас имеют ну,... единицы и пусть сотни...

Эксперт 2: Я согласен с позицией министерства ...экономическая ситуация у нас складывается такова, что... («Форум» 20.02.2012).

- **Конструкции с глаголами «соглашаться», «поддерживать» и др.**

К основным средствам выражения **несогласия**, в телевизионных дискуссионных ток-шоу **Беларусь** относятся:

- **Отрицательная частица «не» в конструкциях с краткими формами прилагательного «согласный»**

Пример:

Ведущий: Иван Васильевич, Вы же сделали карьеру в профессии, которая как раз и является, вот, по нынешним меркам женская профессия...

Эксперт: Я с Вами не согласен, что это женская работа. Акушерство и гинекология – это хирургическая специальность... («Форум» 05.03.2012).

- **Отрицательная частица «не» в конструкциях с глаголами «соглашаться», «разделять»**

Пример:

Эксперт 1: У нас страховщики платят только, когда обращаешься в общество и идешь в суд с исковым заявлением

Эксперт 2: Вы знаете, я не могу согласиться с таким выводом... («Такова судьба» 27.02.2012).

- **Отрицательная оценка слов собеседника и др.**

К основным средствам выражения **согласия**, в телевизионных дискуссионных ток-шоу **Германия** относятся:

- Положительная оценка слов собеседника

Пример:

Эксперт 1: ...*unsere Großeltern und Mütter, die wussten schon auch, was ja mit Resten anfangen sollen...*

Эксперт 2: *richtig, genau, genau*

Эксперт 1: ‘...наши дедушки, бабушки и мамы, они то хорошо знали, что нужно делать с остатками...’

Эксперт 2: ‘правильно, точно, точно’ («PHOENIX-Runde» 15.09.2011).

- Конструкции с глаголом «zustimmen» ‘соглашаться, одобрять’

Пример:

Ведущий 1: ...*unsere Wirtschaft zeigt sich ziemlich krisenresistent...*

Эксперт 2: ...*ich stimme Ihnen völlig zu...*

Ведущий: ‘...наша экономика показывает себя достаточно стойкой по отношению к кризису...’

Эксперт 1: ‘...я полностью с Вами согласен...’ («Menschen bei Maischberger» 06.09.2011).

- Утвердительная частица «ja» ‘да’ и др.

К основным средствам выражения несогласия, в телевизионных дискуссионных ток-шоу Германии относятся:

- Отрицательная оценка слов собеседника

Пример:

Эксперт 1: ...*der Irrsinn kommt daher, weil die Eurokräfte gewöhnt sind von oben herab zu regieren und auf niemanden zu schauen...*

Эксперт 2: ...*ich... finde den Hinweis auf die Eurokräfte, lieber Herr Jörges, ...an der Stelle nicht gerecht...*

Эксперт 1: ‘...это безумие происходит от того, что еврократы привыкли управлять сверху вниз несмотря ни на кого ...’

Эксперт 2: ‘...я... считаю, это указание на еврократов, дорогой господин Йоргес, в этой ситуации неправильным...’ («Hart aber fair» 26.09.2011).

- Изменение модуса высказывания

Пример:

Эксперт 1: ...*unsere Wirtschaft dadurch flexibler wird... in guten Jahren partizipieren... alle Arbeitnehmer... davon.*

Эксперт 2: *nicht alle*

Эксперт 1: ‘...в хорошие годы все работники примут участие в этом...’

Эксперт 2: ‘не все’ («Presseclub» 26.06.2011).

- Отрицательная частица «nein» ‘нет’ и др.

Реализация средств выражения согласия/несогласия в ток-шоу Беларусь и Германии, как правило, носит комплексный характер. Используемые средства дополняют и усиливают друг друга.

Г. Л. Руденя

АПЕЛЛЯЦИЯ К ЦЕННОСТИ ЭКСПЕРТНОСТИ И ПОЛЬЗЫ В КОММУНИКАТИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ КРАСОТЫ ВО ФРАНЦУЗСКИХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

В индустрии красоты обозначение *био* является важным для потребителя, который стремится вести здоровый образ жизни. Что из себя представляет «био привлекательный» аромат? Это актуальный маркетинговый ход? Создатель нового парфюмерного бренда Brume Orpin (во французском языке **brume** обозначает туман, дымка, а **orpin** – очиток) Тифен Когез Куссо в процессе создания аромата предпочитает применять иные подходы, отличные от используемых в традиционных композициях парфюмерной индустрии:

Tiphaine Cogez Cousseau souhaite s'éloigner des compositions habituelles de l'industrie du parfum.

Свой девиз парфюмер характеризует и определяет как *bio agréable* «био привлекательный». Так, например, она пришла к пониманию и осознанию необходимости выявить пять базовых биоразлагаемых ароматов (*cinq fragrances à partir de matières premières 100 % biodégradables*) на основе эфирномасличного растительного сырья, которые представлены исключительно натуральными компонентами, выращенными и произведенными во Франции, Европе и Средиземноморье (*sorcés en Europe ou autour du bassin méditerranéen*).

Ее четкое представление фокусируется на ответственном подходе к технологии в парфюмерии, которая сочетала бы в себе как природную чистоту, так и креативную композиционность. Опыт работы автора в парфюмерных домах Рошас (Rochas), Бальман (Balmain), Дом Франсиса Куркджана (Maison Francis Kurkdjian) позволил Тифен Когез Куссо приобрести солидные знания в понимании культуры и конъюнктуры парфюмерного рынка, развить способность создать маркетинговую историю с сюжетным повествованием для создаваемого аромата, но не позволил в достаточной мере приобрести весомые знания об ингредиентах и их технологической переработке, чтобы бросить вызов и поставить под сомнение применяемые в парфюмерной индустрии технологии (*remettre en question les usages de l'industrie*).

До осознания готовности основать свою собственную торговую парфюмерную марку Тифен Когез Куссо проявила более детальный интерес к композиции аромата, эфирным маслам и преимуществам природной, так называемой «зеленой химии» (*les vertus de la chimie verte*).

Особенность создания аромата проявляется в том, что не все используемые ингредиенты, в том числе и натуральные эссенции, природные ароматы (*essences naturelles*) являются биоразлагаемыми (*biodégradables*),

то есть способны быстро естественным образом разлагаться в привычной природной среде, не оставляя опасных загрязняющих субстанций, минимизируя тем самым углеродный след.

В тесном сотрудничестве с химиками, технологами и парфюмерами Тифен Когез Куссо создает палитру парфюмерного сырья, характеризующегося 100 % биоразлагаемостью, выращенного и произведенного в Европе, в частности во Франции и Средиземноморье. Т. Когез Куссо оправдано задается вопросом, какую миссию способен нести аромат, созданный из ингредиентов, которые проделали путь в десятки тысяч километров до того, как их технологически преобразовали (*transformer*) и композиционно соединили между собой (*mélanger*).

Основываясь исключительно на строгой селекции абсолютно чистых составляющих элементов (*selection stricte d'éléments totalement propres*), которые Тифен доверяет своему парфюмеру Лесли Готье (Leslie Gauthier), автор создает пять базовых оригинальных ароматов (*cinq fragrances originales*), этических, то есть соответствующих моральным принципам ответственного отношения к окружающей среде (*éthiques*) и стойких (*durables*), которые достойно держатся (*qui ont de la tenue*) и плениют воздушным шлейфом (*qui ont du sillage*).

Как парфюмер и автор собственной торговой марки Т. Когез Куссо испытывает особую профессиональную гордость, поскольку двое ее детей могут «надевать» и «носить» (*ses deux enfants peuvent mettre et porter*) любую из ее композиций и ароматов, которые подтвердили свою безопасность и экологичность (*qui sont à l'innocuité avérée*).

Как показывает материал, современная индустрия красоты, значимой частью которой является парфюмерная отрасль, играющая важную роль в формировании образа и самовыражении человека, имеет в своем арсенале очень весомые составляющие, которые ценятся «на вес золота», то есть чрезвычайно высоко и очень дорого (*qui ont leur pesant d'or*).

В современной индустрии красоты парфюмерия занимает особое место, где-то между наукой и мечтой (*un secteur qui oscille entre la science et le rêve*). Поэтому именитые марки опираются как на существенные, убедительные доказательства результатов проведенных исследований (*s'appuient sur des preuves tangibles de résultats*), так и на историю создания аромата, которая способна подпитать и даже потрясти воображение потребителя (*des histoires qui nourrissent l'imaginaire pour vendre leurs produits*). Поэтому особую ценность здесь приобретает исключительность активных ингредиентов, входящих в состав аромата (*qui sont particulièrement attentifs à cet aspect qui passe par une sélection d'actifs d'exception; c'est là qu l'or entre en scène*).

Неудивительно, что в Греции, в частности, производство натуральной природной косметики имеет тысячелетнюю историю, а древние греки рассматривали его как искусство.

Исключительность в современной парфюмерии провозглашается через такие переосмысленные качества и ценности, как био привлекательность аромата (*bio agréable*), его эко ответственность (*éco responsable*), это про-

дукт, состоящий из выращенного и произведенного в регионе биоразлагаемого сырья (*matière première biodégradable sourcée en Europe*), это также продукт одновременно чистый и композиционно креативный (*parfumerie à la fois propre et creative*), поскольку современная парфюмерия воплощает в себе достоинства зеленой химии (*les vertus de la chimie verte*), это продукт, который способен быстро и естественным образом разлагаться в природной среде, не оставляя опасных отравляющих веществ (*se décomposer naturellement et rapidement sans laisser de substances dangereuses ou polluantes*). Парфюмерная отрасль в современном осмыслении осуществляет строгий отбор абсолютно чистых оригинальных ароматов (*sélection stricte d'éléments totalement propres, fragrances originales*), стойких (*durables*), кроме этого достойно себя проявляющих и оставляющих после себя легкий шлейф (*qui en plus ont de la tenue et du sillage*), а современный аромат можно «надевать» и «носить», будучи уверенным как в его полной безопасности (*une fragrance à l'innocuité avérée*), так и этичности (*fragrances éthiques*).

В. А. Рябых

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ СОЛИДАРНОСТИ В ФИЛЬМЕ «МОНТЕ КРИСТО»

Одной из ключевых тем в фильме «Монте-Кристо» является солидарность – моральная и эмоциональная поддержка, возникающая между персонажами в условиях несправедливости, предательства и борьбы за справедливость. Солидарность в фильме конструируется через систему речевых актов, которые создают эффект коллективной идентичности, взаимных обязательств и эмоциональной близости. Рассмотрим выражение солидарности через pragматический подход.

В современной лингвистике pragматический подход к анализу речевого взаимодействия занимает важное место, позволяя исследовать не только формальную структуру высказываний, но и их коммуникативную функцию в конкретных ситуациях общения. Теоретической основой для такого анализа служат работы Джона Остина и Джона Сёрля, разработавших теорию речевых актов, а также исследования П. Браун и С. Левинсона по теории вежливости.

Дж. Остин предложил революционный для лингвистики подход, согласно которому высказывание является не просто описанием действительности, но социальным действием (Остин Дж. Л., 1962). Согласно Остину, любое высказывание представляет собой речевой акт, который включает три уровня:

- локутивный (акт произнесения);
- иллокутивный (коммуникативное намерение);
- перлокутивный (воздействие на адресата).

Локутивный акт – это акт произнесения высказывания с определенным значением и референцией (Богданов В.В., 1989). Например, в фильме «Монте Кристо» Фария говорит Данте: *Я помогу тебе сбежать* (простое утверждение с конкретным лексическим значением), *Это туннель длиной 50 футов* (констатация факта), *Корабль «Фараон» вернулся в Марсель* (констатация факта), *Вам предъявлено обвинение в государственной измене* (формальное юридическое заявление), *Здесь холодно* (констатация физического акта).

Грамматические особенности локутивного акта могут выражаться: простыми повествовательными предложениями (*Это туннель, Корабль прибыл*); использованием указательных местоимений этот, тот, здесь и т. д.

(*Это ключ, Там свет*); конкретной лексикой с четкой референцией *Лестница ведет на крышу, Нож заточен* (предметное значение).

Для локутивного акта характерны такие части речи как существительные с конкретным значением *письмо, цепь, ключ* (объекты тюремного быта); глаголы в повелительном наклонении *Беги! Копай! Жди!*; числительные и точные данные *50 футов глубины, 14 лет заключения*; местоимения *Я – Фария, Ты будешь свободен*.

Один и тот же локутивный акт может приобретать разную иллокутивную силу в зависимости от контекста. Например, *Это твои цепи* может быть констатацией (если сказано тюремщиком) или упреком (если сказано Дантеом предателям).

Иллокутивные акты, или речевые намерения, могут прямо выражать принадлежность говорящего к определённой социальной группе. Это проявляется через комиссивы, когда человек даёт обещания, тем самым подтверждая свою надёжность и готовность действовать в интересах другого; через экспрессивы, которые выражают эмоциональную поддержку, сочувствие или солидарность, укрепляя чувство общности; а также через директивы, побуждающие к совместным действиям и тем самым вовлекающие собеседника в общее дело.

Иллокутивный акт выражается через конкретные языковые маркеры. Например, через перformatивные глаголы: *Клянусь отомстить! Запрещаю тебе умирать! Обещаю тебе свободу*. Также используются модальные глаголы и частицы *Ты должен выжить! Мы можем сбежать! Давай копать!*

В иллокутивных актах используется повелительное наклонение (для директивов) *Беги сейчас же!* (приказ), *Доверься мне!* (просьба).

Также употребляются вопросы: *Ты действительно хочешь умереть здесь? (побуждение к действию). Почему ты предал меня? (выражение боли)*.

Перлокутивный акт – это воздействие на адресата, который может проявляться в изменении его эмоционального состояния, поведения или убеждений. В отличие от локутивного и иллокутивного актов, перлокуция зависит от контекста и интонации.

Способы выражения перлокутивного эффекта могут проявляться по-разному. Один из них – прямое эмоциональное воздействие, когда реплика вызывает у собеседника сильную реакцию. Например: *Твой отец умер в нищете* вызывает шок и ярость Дантеса, или *Мерседес вышла замуж за Фернана* – приводит к коллапсу его надежд. Третий способ – это физические реакции как результат речевого воздействия, когда слова вызывают телесную реакцию: *А теперь – умри* – и Фернан хватается за сердце, *Это ваш сын* – и Вильфор теряет сознание.

Остин особо выделял перформативные высказывания, которые не описывают действие, а сами являются действием: *Клянусь отомстить за нас обоих, Обещаю, ты выйдешь отсюда.*

Прагматический подход в лингвистике предполагает анализ не только того, что говорится, но и зачем, в каком контексте, кому и с каким эффектом. Это делает ключевыми те языковые средства, которые не просто передают информацию, а конструируют социальные и межличностные отношения. В фильме «Граф Монте-Кристо» такие средства выполняют важную функцию в создании речевой солидарности.

Анализ речевых актов в «Монте-Кристо» показывает, что язык в фильме – это не просто средство общения, но инструмент построения нравственного мира, в котором солидарность, справедливость и предательство получают своё речевое и коммуникативное воплощение.

О. А. Сыкало

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Различные аспекты рекламы, в том числе ее содержание, претерпевают значительные изменения в ходе общественного развития, отражая наиболее важные параметры того или иного социума. В свою очередь реклама воздействует на потенциальных потребителей, с одной стороны, формируя их предпочтения, и, с другой стороны, выражая особенности мировосприятия и моделей одобряемого поведения определенных культурных групп. Успешные рекламные кампании не только демонстрируют позитивные образы товаров, но и пропагандируют устойчивую систему ценностей. В современном мире реклама апеллирует к ценностям, значимым для покупателей, таким образом, исследование рекламной коммуникации отдельно взятой культуры может способствовать выявлению специфики национального менталитета и языковой картины мира. Рассмотрение языковых средств рекламы помогает установить особенности современного состояния ценностной картины мира.

Необходимо отметить, что язык рекламы наиболее быстро реагирует на все изменения в общественном сознании. Главная особенность языка рекламы – оценочность и актуальность. Реклама вездесуща, а потому имеет

огромную значимость в мировом информационном процессе. Наряду с информативной функцией реклама выполняет также развлекательную, образовательную, воспитательную, идеологическую, пропагандистскую, психологическую и художественную функции. Все языковые средства направлены на то, чтобы воздействовать на аудиторию. Специфической особенностью рекламных текстов является то, что в них тесно взаимосвязаны функции сообщения и воздействия. Задача рекламных текстов состоит в том, чтобы с помощью достаточно коротких сообщений информировать потенциальных покупателей об индивидуальных достоинствах продукции и убедить аудиторию в необходимости приобретения рекламируемого товара. Одновременно реклама выступает общественным ориентиром, то есть создаёт определённую систему взглядов, мировоззрения, жизненных ценностей и установок. Поэтому понимание местной, локальной культуры очень важно для эффективной работы рекламы.

Культурные ценности и нормы, на которые опирается рекламодатель, обращаясь к потребителю, включают следующие виды: витальные (жизнь, здоровье, безопасность, благосостояние), социальные (семья, дисциплина, трудолюбие, предпримчивость, богатство, равенство, патриотизм), политические (гражданские свободы, законность, конституция, мир), моральные (добро, любовь, честь, порядочность и т. п.), религиозные (Бог, Священное Писание, вера) и эстетические (красота, стиль, гармония). Чтобы оказать определенное воздействие на установки, оценки, мнения и поведение получателя рекламные сообщения связываются с приоритетными ценностями и смыслами для конкретной социокультурной группы. В результате, реклама приобретает характер межкультурной коммуникации, включающей не только язык, но и культурно окрашенную языковую картину мира с характерными психоментальными представлениями.

Согласно социологическим исследованиям, автохарактеристики белорусских респондентов представлены патриотизмом, уважением традиций, трудолюбием, стремлением оказать помощь, законопослушанием, духовностью, толерантностью, расчетливостью, индивидуализмом и др. (В. В. Кириенко, 2009). Одним из ведущих культурных детерминантов социальной жизни белорусского общества является такая ценность, как традиционность, которая понимается как стремление к взаимосвязи поколений, постоянству и стабильности в быстро изменяющемся мире. Кроме того, традиционность выступает в качестве способа фиксации коллективной памяти социальной группы, поскольку обеспечивает ее самоидентификацию, консолидацию, регуляцию и преемственность в развитии. Современная белорусская рекламная коммуникация все чаще прибегает к использованию традиционно-исторических элементов.

Репрезентация ценностей белорусской культуры в телевизионной рекламе происходит посредством следующих особенностей: озвучивание рекламного ролика на белорусском языке, в некоторый исторический момент, с использованием известных исторических личностей, с опорой

на социально одобряемые ценности белорусской культуры (уважение к прошлому, щедрость, преданность делу, патриотизм, душевность отношений и др.). Например, в следующих рекламных роликах: квас «Хатні», пиво «Речицкое», «Евроопт», «Брест-Литовск» и др. заметна тенденция к более широкому использованию белорусских национальных мотивов, символики и языка, популяризации национальных традиций в рекламной коммуникации на телевидении. Важную роль в современном обществе, особенно в условиях глобализации, играет ориентация на сохранение самобытности национальной культуры, укрепление национального самосознания.

В белорусской рекламе в большинстве случаев показывается двухдетная или многодетная семья, что является отражением современной ситуации культурного сообщества (сосиски от «Пикант», йогурты «Суперкид»). Кроме того, в рекламе изображается полная семья, или семья с одним родителем, но при этом наличие второго предполагается. Также стоит отметить стремление к демонстрации теплых и добрых семейных взаимоотношений нескольких поколений (часто в рекламе продуктов питания: мороженое Юкки, сок «Сочный», пельмени «Бабушка Аня», колбасы Брестского мясокомбината). Образ семьи в белорусской телевизионной рекламе характеризуется эмоциональной связью, культурной идентификацией, сценарными ситуациями, целостностью и поддержкой, юмором и легкостью. Реклама все чаще демонстрирует аудитории позитивные образы семьи: счастливые родители и дети, забота друг о друге, доброта, любовь и уважение. На наш взгляд, это является свидетельством трансляции идеального образа семьи, что соответствует реализации пропагандирующей функции рекламы. Ведь как отмечалось выше, реклама не только отражает процессы, протекающие в обществе, но и непосредственно сама их формирует.

Образ женщины в рекламе занимает все более прочные позиции. Именно мама, бабушка или дочь выступает главным героем, разрешающим все трудности и проблемы. Кроме того, показана зависимость всех членов семьи от женщины. Образ мужчины соответственно отходит на второй план, иногда и вовсе отсутствует (масло Брест-литовское, холодильник «Атлант»).

Для белорусской рекламы характерен процесс стирания границ между социальными функциями мужчин и женщин. Замечен переход от образа патриархальной семьи к образу семьи с размытыми ролями. Роли полов в быту и общественной жизни практически уравнялись. Женщина действует наравне с мужчиной, а зачастую и перенимает типичные модели поведения (рекламные ролики оплаты Webpay, кваса «Очаковский», напитка CoolCola).

Таким образом, репрезентация культурных кодов и степень значимости той или иной ключевой идеи не являются одинаковыми во всех культурах, что находит отражение в современной белорусской рекламе, в которой чаще всего декларируются социальные и моральные виды ценностей. В исследуемом этнокультурном сообществе рекламные сообщения воздействуют на реципиентов как на рациональном уровне, так и базируются на глубинных социокультурных предпосылках. Реклама затрагивает не только экономи-

ческую сферу жизни, но и распространяется на все сегменты человеческой жизнедеятельности. Подводя итог вышесказанному, можно заключить, что рекламный дискурс оказывает непосредственное влияние на формирование индивидуальных и национальных / этнокультурных ценностей. Сохранение фундаментальных духовных смыслов способствует консолидации и устойчивости белорусского социума, в котором в основе культурных кодов картины мира лежат морально-этические категории, нравственные ценности, высокая роль социального взаимодействия, чувство долга и понимание значимости государства и семьи.

П. А. Сыропарова

ПАРЕМИОЛОГИЧЕСКОЕ ВЫСКАЗЫВАНИЕ КАК СРЕДСТВО РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТА

Репрезентация культурных концептов в каждом языковом сообществе обусловлена спецификой существующей картины мира. Понятие «картина мира» относится к числу широких междисциплинарных понятий, активно использующихся во многих областях гуманитарного знания: философии, психологии, языкоznании, культурологии, литературоведении и т. д. В самом общем смысле картина мира – это многомерный и сложный по структуре феномен, выражающий целостное представление человека о мире и его месте в нём. Представление о мире включает в себя восприятие окружающей реальности, понимание социальных норм, культурных традиций, научных знаний, философских взглядов и др.

Каждая из научных областей трактует картину мира по-своему. В зависимости от содержания данного понятия выделяют: научную картину мира, нравственную, художественную, религиозную, политическую, социальную и пр. Учёные-лингвисты выделяют и изучают языковую картину мира – мировоззрение определённого этноса, закрепленное в языке.

Понятие «языковой картины мира» восходит, с одной стороны, к идеям В. фон Гумбольдта, немецкого философа и языковеда. Гумбольдт писал: “Язык народа есть его дух, и дух народа есть его язык, и трудно представить себе что-либо более тождественное” (В. фон. Гумбольдт, 2000). С другой стороны – к идеям американской этнолингвистики, в частности, гипотезе лингвистической относительности Сепира-Уорфа. В научную терминологическую систему понятие «языковая картина мира» было введено немецким учёным Л. Вайсгербером, который полагал, что каждый язык уникален и в каждом языке заложена своя так называемая «картина мира», которая представляет собой способ мышления народа, определяемый языком. Своего рода стиль восприятия действительности посредством языка.

В последние годы языковая картина мира стала одной из наиболее актуальных тем языкоznания. Современная лингвистика предлагает различные дефиниции языковой картины мира.

Например, по определению В. Н. Телии языковая картина мира – это неизбежный для мыслительно-языковой деятельности продукт сознания, который возникает в результате взаимодействия мышления, действительности и языка как средства выражения мыслей о мире в актах коммуникации.

В. А. Маслова предлагает следующую дефиницию. Языковая картина мира – это общекультурное достояние нации, она структурирована, многоуровнева. Именно языковая картина мира обуславливает коммуникативное поведение, понимание внешнего мира и внутреннего мира человека. Она отражает способ речемыслительной деятельности, характерный для той или иной эпохи, с ее духовными, культурными и национальными ценностями.

Различные трактовки языковой картины мира объединяет определение языка не просто как средства общения, но инструмента, формирующего восприятие и понимание мира, а также транслятора и хранилища знаний о культурной реальности.

В силу того, что паремии являются неотъемлемой частью практически всех национальных языков, их можно рассматривать как универсальное хранилище, содержащее основные представления народа о мире и о человеке в этом мире. Большинство исследователей, как правило, отмечают, что паремии – это изречения, выражающие не только народную мудрость, но и культурный опыт, аккумулированный на протяжении многих поколений.

В современных лингвистических исследованиях активно используется термин «паремиологическая картина мира». Если языковая картина мира представляет собой мировоззрение, закреплённое в языке, то паремиологическая картина мира раскрывается через анализ паремиологического фонда конкретного этноса. Поскольку паремиологическая картина мира является частью языковой картины мира и, соответственно, языкового сознания данного этноса, исследование паремий предоставляет возможность глубже изучить и понять культурные концепты, присущие конкретному языку и, следовательно, определённому народу. В качестве формы репрезентации культурного концепта в паремиологической картине мира выступает паремия. Как отмечает русский этнограф И. М. Снегирев: “В пословицах и поговорках народ высказывает сам себя живее и сильнее, нежели все описания посторонних наблюдателей.” (И. М. Снегирёв, 1996).

Одними из экзистенциально важных понятий, концептуализация которых находит отражение практически во всех национальных языках, являются «пространство» и «время». Для исследователя-лингвиста представляет безусловный интерес языковое выражение концептов, относящихся к сфере пространственно-временных отношений, особенно в разноплановых лингвокультурах, например, таких, как белорусская и китайская.

Паремиологические высказывания со значением «всему своё время» в белорусском языке могут быть представлены следующими примерами: *дарагое яечка да Вялікадня* ‘дорогое яичко к Пасхе’, *будзе час – будзе і квас* ‘будет время – будет и квас’. Паремии содержат историко-культурную

информацию, то есть прямые ссылки на исторические события, явления, традиции: в первом случае – христианский праздник Пасхи, во втором – национальный белорусский напиток.

Китайский вариант значения «всему своё время» представлен фразой: **每
一粒种子都知道自己的时令** (měi yī lì zhǒngzǐ dōu zhīdào zìjǐ de shílìng) ‘каждое семя знает свое время’. В данной паремии прослеживается китайская философия даосизма и естественного порядка вещей. Подчёркивается гармония с природой, понимание циклов жизни. Идея о том, что каждое семя знает свое время, отражает принцип «у-вэй» (无为) – необходимость следования своему собственному темпу и предначертанному пути.

Как в белорусском, так и в китайском языках время обладает неоспоримой ценностью. Ценность времени является культурной универсалией и часто сопоставляется с образом денег. В белорусском языке используются паремии: *час – гроши* ‘время – деньги’ или *час даражэй за золата* ‘время дороже денег’. В то время как в китайском: **一寸光阴一寸金** (yī cùn guāngyīn yī cùn jīn) ‘один цунь золота не равен одному цуню времени’ (寸 (cùn) – китайская мера длины, около 3,33 см). Часть паремии – **寸金** (yī cùn jīn) также используется в китайском языке как самостоятельная фраза с образным значением чего-то «крайне ценного, наиболее дорогого, что ещё больше подчёркивает важность времени в китайской культуре.

Процесс репрезентации концепта «пространство» в паремиях также культурно обусловлен. Например, значение «очень далеко» в белорусских паремиях зачастую выражается с помощью образа чёрта: *дзе чорт хамуты не вешае* ‘где чёрт воротники не вешает’, *у чортавых зубах* ‘в зубах у чёрта’.

«Чёрт» выступает как имя нарицательное, известное среди славянской мифологии как существо из преисподней, живущее в подземном мире. Во многих литературных произведениях чёрт ассоциируется с чем-то далёким, загадочным и даже пугающим, именно поэтому для обозначения удалённых, труднодоступных мест используется его образ.

В китайских паремиях образ далёкого места ассоциируется с небом. Одна из распространённых фраз: **“九天云外”** (jiǔtiān yúnwài) ‘девятое небо за облаками’. Числительное девять фигурирует в паремии также не случайно. В китайской культуре «девять» считается символом чего-то недостижимого и ассоциируется с высшим уровнем. В традиционной китайской философии «девять» также считается небесной цифрой, так как небеса делятся на девять уровней неземного мира, где девятый – самый недоступный.

Таким образом, даже беглый взгляд на проанализированные паремии позволяет сделать вывод о том, что процесс концептуализации в языке, с одной стороны, имеет общие для разных культур логические принципы и образы, что говорит о схожести ценностей и мышления народов. С другой же стороны, отличие в репрезентации культурных концептов обусловлено национально-культурной спецификой мировосприятия представителей разных лингвокультурных обществ.

Е. М. Яркова

ИМИДЖ Д.ТРАМПА В ЗАПАДНЫХ СМИ ДО И ПОСЛЕ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ КАМПАНИИ

Известно, что средства массовой информации США разделены на два лагеря: те, которые поддерживают республиканцев, и те, которые поддерживают демократов. После победы кандидата от республиканской партии, многие из них были вынуждены оправдываться за ранее нелестные отзывы о вновь избранном президенте.

В ходе предвыборной кампании 2024 года образ Дональда Трампа претерпевал радикальные изменения от неугодного президента, не справившегося со своими полномочиями; несостоявшегося преступника, так и не заключенного под стражу прямо в зале суда, до образа «плохого мальчика», который впоследствии неожиданно вознесся до роли спасителя Америки. В ночь, когда решалось, кто из кандидатов одержит победу, ведущая программы Fox News сообщила целевой аудитории о том, что ...*the entire world is happy that Donald Trump is bad* ‘весь мир счастлив, что Дональд Трамп плохой’. Её слова обнадёживают: « ... *America is feeling more hopeful this holiday. People are breathing a sigh of relief they can actually speak their minds and not worry, perhaps, about getting fired, or getting penalized, or getting cancelled; and isn't time to stop fighting and start having some fun. A constant state of turmoil and fury should not be our natural state* ‘...у Америки сейчас больше надежды. Люди вздохнули с облегчением, потому что они могут выражать свои взгляды, не опасаясь, что их либо уволят, либо оштрафуют, либо с ними расторгнут контракт; и ещё не время прекращать борьбу и радоваться. Мы не должны постоянно испытывать чувство беспокойства и гнева’».

Таким образом, с именем Дж. Байдена ассоциируются такие эмоции, как страх, неуверенность, беспокойство и гнев, в то время как с именем Дональда Трампа – облегчение, надежда и спокойствие’. С небольшим преимуществом 54 % американцев отдали свои голоса Трампу. Fox News называет Трампа *the fighter* ‘борцом’, *the pragmatist* ‘ pragmaticom’, *the peacemaker* ‘миротворцем’, приводя его цитату: «*I will end the war in Ukraine which would have never started if was president, and I will stop the chaos in the Middle East* ‘я закончу войну на Украине, которая никогда бы не началась, если бы я был президентом, и я остановлю этот хаос на Ближнем Востоке’» [<https://youtube.com/watch?v=PyV4encF2P0&si=L0ECijf-yWAUjSNS>].

Сторонники республиканцев торжествуют: «*But no matter how you look at it, Trump has managed one of the most dramatic political comebacks of our time. He won the Electoral College, he won the popular vote, and America's 45th president will also be its 47th* ‘И независимо от того, как вы это восприимите, Трампу удалось самое драматическое возвращение в истории. Он одержал победу в Коллегии выборщиков, выиграл народное голосование, и 45-ый президент Америки стал 47-ым’». В заключение новостной программы

приводятся слова самого Дональда Трампа, обращённые к избирателю: «*I will not let you down. America's future will be bigger, better, bolder, richer, safer and stronger than it has ever been before. God bless you, and God bless America!* ‘Я вас не подведу. Будущее Америки будет значительнее, лучше, смелее, богаче, безопаснее и надёжнее, чем когда бы то ни было. Да благословит вас Бог, да благословит Бог Америку!’» [<https://youtube.com/watch?v=woCTR-uvFM&si=KL-opwUE4Fe48U0X>].

Итак, ‘lefties in tears following Donald Trump’s presidential victory’ ‘левые плачут после победы Д.Трампа на выборах’. Британское новостное агентство Sky News показывает чрезмерно эмоциональную реакцию отдельных американцев, которые переживают поражение демократов как личную трагедию, обобщая таким образом негодование поддерживающего демократов избирателя в отношении своих оппонентов: «*You voted against me, my right to live; you voted against all the women and their rights* ‘вы проголосовали против меня, против моего права на жизнь; вы проголосовали против всех женщин и их прав’». Далее приводится высказывание ведущего NBC о потенциальном расслоении общества: «*What you are going to see is a huge divide over people who are college educated and not college educated. Black voters came through for Harris, white women voters did not. Pure project 2025 in miniature in Florida, and that kind of extreme sort of extremist right-wing fascist type government in Florida. Does that make it a more attractive place?* ‘То, что вы увидите – это огромное расслоение людей на получивших и не получивших образование в колледже. Чёрнокожие избиратели поддержали Харрис, а белые женщины нет. Флорида – это выборы 2025 в миниатюре, и это **самый экстремальный тип фашистского правительства правого крыла**. Это добавляет привлекательности этому месту?’».

Далее Sky News показывает трех экспертов CNN, рассуждающих о негативных последствиях возвращения Д.Трампа: «*Thinking about the people who are not a part of anybody's elite, who are hurting tonight... There are African-American who know a little bit about being talked down to, and know a little bit about having their economic dreams crushed; who tried to dream a big dream over the past couple of months, and tonight they're trading in a lot of hope for a lot of hurt* ‘думая о людях, которые не принадлежат ни к какой элите, но испытывают боль сегодня ночью... Это афро-американцы, которые знают не по-наслышке о том, что значит, когда с ними **говорят свысока**, и о том, что значит **摧毀 надежд**; кто последние несколько месяцев верил в большую мечту, а сегодня их надежда сменяется болью’». Для того, чтобы изменить восприятие образа Д.Трампа с негативного на позитивный, ведущий Sky News использует тактику согласия с мнением оппонента для ухода от прямой конфронтации, а также тактику переключения внимания на другую тему, в свою очередь обвиняя газету *The New York Times* в распространении недостоверной информации: «*And that may be true, true certainly for African-American women... the idea that there was on the verge of a potential first female presidency, and a first female president of color. I get it okay, and*

*what I'm saying is not about those people, but the reality was... is that in many ways the people who they turn to for information **have lied to them about the chances**, of what was happening in this election. The New York Times polls that we've talked about, you know, day in and day out, when you actually dug into detail. 80 % of people had made their decision about what they were going to do in the American election months ago... They had made their choice because **the government that they hired to replace Donald Trump did not deliver for them**.*

‘И, возможно, это действительно так в отношении афро-американских женщин. Идея о том, что афро-американка впервые может стать президентом. Для меня это нормально. И то, что я хочу сказать, это не об этих людях. ... реальность такова, что те, к кому они обращались, попросту лгали им о шансах того или иного кандидата, о том, что происходило на выборах. Данные опросов в газете New York Times, о которых мы говорили, день изо дня, если углубиться в детали. 80 % людей уже приняли решение задолго до выборов... Они проголосовали так потому, что **выбранное ими на замену Дональда Трампа правительство не справилось со своими обязанностями’**».

В итоге, сославшись на обстоятельства, ведущий переходит к формированию положительного образа победившего кандидата: «*They saw a man who, whether many people like it or not, was a man who had been tested over and over again from courtroom to the media, **not even treating his candidacy as one that deserved to be listened to** about what he was promising like every day... Every day he would make an announcement about saying no tax on social security...* ‘Они увидели человека, который, нравится это многим или нет, был проверен на прочность судами и СМИ, которые даже **не рассматривали его в качестве кандидата, к ежедневным обещаниям которого нужно прислушиваться...** Каждый день он заявлял о том, что нужно отменить налог на социальную безопасность...’».

Далее ведущий отмечает то, что личность самого Д. Трампа изменилась: «*As for Trump, when he eventually took the stage... and he got rid of the teleprompter, he was surrounded by his family who he loves the most, and, of course, the supporters who built a coalition around him. ... and he was going to give his speech to the Republican National Convention. Has he changed? Yeah, he has. Because like every human being who goes through life, what happens to you changes you. And think about it, millimeters from dying. The stakes of the election being if he lost, he was going to go to prison for the rest of his life. The example of him as a slightly changed person because of those events was pretty obvious in this bit of his speech* ‘Что касается Трампа, когда он, наконец, вышел на сцену... и не стал использовать бегущую строку, он был окружён своей семьёй, которую он любит превыше всего, и, конечно, поддерживающей его коалицией. ... и он собирался выступить перед Национальным съездом Республиканской партии. **Изменился ли он? Да, он изменился.** Поскольку, как и для всякого идущего по жизни человека, то, что с тобой происходит, меняет тебя. И задумайтесь, миллиметры от смерти. Цена поражения на выборах – тюрьма до конца жизни.

Во фрагменте его речи явно прослеживались **некоторые изменения личности** в результате этих событий ».

В итоге приводятся слова Дональда Трампа: « *Too many people have told me that God spared my life for a reason, and that reason was to save our country and to restore America to greatness. And now we are going to fulfill that mission together* ‘Слишком много людей говорили мне о том, что Бог сохранил мне жизнь по одной причине, и эта причина – **спасти нашу страну и вернуть Америке её величие**. И теперь мы вместе собираемся выполнить эту миссию’».

В заключительном слове ведущий говорит: «... *I think in terms of those that have seen Trump coming, or have been pro Trump ... fight means standing up for what you believe in leaning in on, what you believe in standing up for your friends. And in the case of somebody trying to run for national office, yeah, putting your own country first now, that will have its complications... But to me normal people fight every day... so when I hear the word ‘fight’, I don’t hear conflict, I hear strength* ‘... я думаю, что с позиции тех, кто наблюдал за приходом Трампа, либо поддерживал его ... борьба означает **защита того, во что ты веришь, вкладывая в это все силы**; во что ты веришь, **защищая своих друзей**. А тому, кто баллотируется в президенты, ставя на первое место свою страну, это ещё сложнее.... Но я считаю, что обычные люди сражаются каждый день.... И когда я слышу слово ‘**борьба**’, я воспринимаю его не как ‘конфликт’, а как ‘**силу**’». [<https://youtube.com/watch?v=Ejh8EbymiJ4&si=FhOrdoWdd-Z2PVIw>].

Со времени вступления в должность несколько месяцев назад Д. Трамп предпринял попытки наладить отношения с Россией, урегулировать конфликт на Украине и восстановить христианские ценности в Америке.

Круглый стол

«АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ СТИЛИСТИКА КАК НАПРАВЛЕНИЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ»

О. В. Афонина

**КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ,
РЕАЛИЗУЮЩИЕ СТРАТЕГИЮ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ
(на материале женских анкет в приложении TWINBY)**

Приложения для знакомств стали неотъемлемой частью повседневной жизни, особенно среди молодых людей. Эти приложения предоставляют пространство для общения и взаимодействия с людьми, которые могут хотеть найти новых друзей или встретить потенциальных партнеров для личных отношений. Использование приложений для знакомств обусловлено множеством факторов, включая социальные трансформации, психологические аспекты и технологические достижения.

Мобильное приложение Twinby представляет собой сервис нового поколения, применяющий инновационные методы машинного обучения для эффективного подбора подходящих друг другу пользователей. В приложение интегрируется широкий спектр характеристик каждого участника процесса (локация, вкусы и предпочтения, интересы, хобби, прошлый опыт, информация о возрасте участников). Так создается уникальный профиль участника и формируются рекомендации на основе поведения внутри сервиса. Если характеристики кандидатов соответствуют друг другу, а кандидаты в свою очередь выражают симпатию друг другу, приложение объединяет их в пару с возможностью дальнейшей переписки в режиме чата.

Самопрезентация играет ключевую роль в процессе знакомства и формирования первого впечатления. Эпоха цифровых технологий в разы повышает актуальность корректного формирования первого впечатления, когда многие знакомства начинаются именно в сети Интернет и часто через мобильные приложения. Известно, что мобильные приложения для знакомств предоставляют возможность использования самого широкого спектра средств для презентации себя. К таковым прежде всего относятся визуальные и текстовые средства.

В фокусе нашего исследования находятся описания русскоязычных анкет женщин в возрасте от двадцати семи до тридцати четырех лет, проживающих в городе Минске. Анкеты отобраны посредством метода сплошной выборки. Источником послужило Интернет приложение для знакомств Twinby.

Все отобранные анкеты реализуют коммуникативную стратегию само-презентации посредством субстратегий, которые в свою очередь представлены речевыми тактиками.

Субстратегия «Самохарактеристика» самая обширная и традиционно представлена набором посредством следующих тактик:

Тактика «Самооценка», например, *проработанная; самодостаточная, открытая, жизнерадостная; надежный человек с хорошим чувством юмора; птица высокого полета; маленькая и противная мадам; truecrisitelюбка; чемпионка солнечной системы по милоте; полиаморка и феминистка*

Тактика «Оценка другим лицом», например, говорят, что очень *харизматичная*

Тактика «Описание стиля жизни», например, *люблю спорт – есть свой тренажерный зал дома, не смотрю тик-токи; увлекаюсь психологией и восточной философией, алкоголь не употребляю и не курю*

Тактика «Описание реальных фактов из жизни», например, *Занимаюсь танцами, читаю отечественную и зарубежную литературу, интересуюсь искусством; не пью, не курю, на ПП 8 лет*

Тактика «Юморизация собственного имиджа», например, *действия – странные, результаты – сомнительные; могу податься с воздухом и осуждающе смотреть*

Тактика «Предложение», например, *давай договоримся о свидании, ты принесешь полевые цветы, посмотрим друг на друга в лучах солнца.*

Субстратегия «Характеристика адресата» представлена следующими тактиками:

Тактика «Оценка», например, *ценю только умных; ценю интеллект, амбиции, честность; особая любовь к кучерявшим парням, intelligent and wise people are welcome*

Тактика «Описания стиля жизни», например, *если любишь спорт, супер – это нас объединит*

Тактика «Повышение имиджа адресата», например, *молодые и красивые не нравятся; поломанный нос, торчащие уши приветствуются*

Тактика «Описание ожидаемых действий адресата», например, *хочу встретить человека, с которым можно шутить и кайфовать от долгих прогулок; меня нужно удивить; ищу мужчину, который построит дом*

Тактика «Юморизация образа адресата», например, *интересно узнать сколько details в твоем пиджаке*

Тактика «Табу», например, *эмоциональные качели не интересуют*

Субстратегия «Создание образа идеальной ситуации» реализуется посредством следующих тактик:

Тактика «Описание реальных жизненных ситуаций», например, *люблю вкусно поесть и весело провести время*

Тактика «Духовная составляющая», например, *ценю ум, чувство юмора, надежность; за баланс духовного и материального*

Субстратегия «Цель поиска» реализуется также посредством определенных тактик:

Тактика «Собственно цель поиска», например, *ltr; серьезные отношения only; в поисках соуллейта, looking for a genuine connection*

Тактика «Оппозиция прошлому опыту», например, *была замужем, есть дети; замужем не была, детей нет*,

Субстратегия «Установка на общение» представлена следующими тактиками:

Тактика «Установка на дальнейшее общение», например, *если здесь не совпадем – пиши в Инстаграм*

Тактика «Отказ от дальнейшего общения», например, *нарциссы, пополамщики, абызеры, психопаты – листайте влево*

Проведя анализ отобранных описаний в женских анкетах, мы выделили наиболее широко представленные коммуникативные тактики, реализующие стратегию самопрезентации в приложении для знакомств Twinby.

Стоит отметить, что наиболее широко представлена субстратегия «Самохарактеристика», которая в свою очередь репрезентируется такими коммуникативными тактиками как «Самооценка», «Описание реальных фактов из жизни», «Юморизация собственного образа». Данный набор тактик видится нам оправданным необходимостью первичного описания себя в выгодном свете, что представляет собой базовый начальный пункт общения. Широкое распространение апелляции к юмористическим контекстам, мемам, вирусному контенту можно объяснить интенцией привлечения и удержания внимания и выделения описания своего профиля из общей массы.

Женские анкеты содержат множество описаний потенциальных партнеров и набор предъявляемых к ним требований. Эти намерения реализуются посредством субстратегии «Характеристика адресата» и представляющих ее коммуникативных тактик «Оценка», «Описание ожидаемых действий адресата». Видится очевидным, что современные женщины придают особую значимость не только конкретным характеристикам потенциального партнера, но и его возможным действиям. Негативный прошлый опыт отражен в описаниях, несущих предостерегающий характер, реализующих в свою очередь тактику «Табу». Это говорит о том, что современные женщины не готовы соглашаться на некомфортные для себя форматы отношений и говорят об этом прямо и заранее.

Отличительным признаком всех женских анкет является наличие в 90 % из них писаний, касающихся цели поиска, что является выражением коммуникативной тактики «Цель поиска» и говорит о том, что женская часть пользователей приложения четко представляет результат своего пребывания в приложении, ясно видит образ будущего партнера и потенциального формата отношений с ним.

Данное исследование видится возможным продолжить с привлечением более широкого диапазона профилей, отличающихся по территориальному и возрастному принципу, чтобы проследить возможные тенденции в подходах самопрезентации, свойственных кандидатам, различным по возрасту, национальности, месту проживания.

Н. В. Куценко

СТРАТЕГИЯ ИЗБЕГАНИЯ КОНФЛИКТА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ КОСВЕННЫХ ПОБУЖДЕНИЙ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Реализация директивных речевых актов может стать причиной конфликта, так как говорящий побуждает собеседника к выполнению определенного действия, которое может противоречить интересам последнего. Как подчеркивают немецкие лингвисты, говорящий, с одной стороны, хочет оказать влияние на собеседника, с другой – он стремится следовать принципу кооперации и сохранить хорошие отношения с адресатом. В данной связи интерес представляют тактики, обеспечивающие коммуникативный консенсус косвенных побуждений.

Для анализа было отобрано 74 косвенных побуждения с эксплицитным выражением определенных тактик, являющихся средством реализации общей стратегии говорящего избежать конфликта с собеседником. Данные контексты представляют немецкую художественную литературу XX в.

Рассмотрение практического материала показывает, что, в целом, названная стратегия обеспечивается рядом конкретных тактик. Чаще всего используется тактика *выражения извинения* (34 %), например:

Entschuldigen Sie mich bitte, aber könnten Sie bitte ein bisschen beiseite treten? Ich kann nicht gut den Eingang sehen. ‘Извините меня, пожалуйста, но не могли бы Вы немного отойти в сторону? Мне не виден вход.’

Выражая извинение, говорящий сразу значительно уменьшает опасность возникновения конфликта, так как, по мнению исследователей, это действие «обезоруживает» собеседника и нейтрализует ситуацию. Извинение может быть выражено в более полной форме, однако встречается и краткая форма, например:

Entschuldigung, willst du nicht die Tür offen lassen? Martin und Anna haben, wahrscheinlich, keinen Schlüssel. ‘Извиняюсь, ты не хочешь оставить дверь открытой? У Мартина и Анны, наверное, нет ключей.’

Избранная форма извинения показывает, что адресанту неудобно оказывать давление на собеседника, однако обстоятельства вынуждают его пойти на это.

Второй по частотности является тактика *экспликации вынужденности действия* (28 %), например:

Ich bin gezwungen schnell zu entscheiden. Sie nehmen mit mir an dieser Konferenz teil. ‘Я вынужден быстро определяться. Вы примете со мной участие в этой конференции?’

Ситуация вынужденности действия, обусловленная обстоятельствами, позволяет говорящему прогнозировать реакцию собеседника на оказанное давление. Кроме того, необходимость выполнения побуждения уменьшает вероятность отказа, что также является важным аспектом реализации такой тактики.

В качестве элементов экспликации вынужденности используются выражения *man kann in dieser Situation nicht anders* ‘в этой ситуации нельзя по-другому’, *die Umstände zwingen* ‘обстоятельства вынуждают’, *es war unvermeidlich, dass...* ‘было неизбежно, что...’, *man hat hier keine andere Wahl* ‘здесь нет другого выхода’.

Достаточно представлена в выборке тактика экспликации оправдания (14 %), например:

Ich wollte nicht aufdringlich sein, aber können Sie mir einen Gefallen tun? Sprechen Sie bitte mit Helga über diese Situation. ‘Я не хотел быть навязчивым, но, может быть, Вы могли бы сделать мне одолжение? Поговорите, пожалуйста, с Хельгой об этой ситуации.’

Вводная конструкция сочетается с косвенной просьбой об одолжении в форме вопроса, а также прямой структурой с маркером просьбы *bitte*, формируя сложный речевой акт. Такой комплекс воспринимается как достаточно настойчивая просьба, которая, однако, исключает конфликт ввиду наличия показателей смягчения ее настоятельности.

Для реализации тактики оправдания могут использоваться конструкции: *ich fühlte die Notwendigkeit* ‘я чувствовал необходимость’; *es war notwendig, dass ...* ‘было необходимо’; *es ergab sich, dass....* ‘оказалось, что’; *aufgrund von* ‘по причине’; *ich musste leider feststellen, dass ...* ‘я, к сожалению, вынужден был констатировать, что...’.

В выборке зафиксированы также примеры косвенных побуждений с использованием тактики выражения ожидания (10 %), например:

Ich hoffe, Sie werden nicht beleidigt sein, aber ich möchte unser Treffen verschieben. ‘Я надеюсь, Вы не будете обижаться, но я бы хотел перенести нашу встречу.’

В данном случае адресант с целью избежания нежелательной реакции предлагает косвенным способом отложить запланированную встречу. Такие высказывания направляют внимание собеседника в иное русло, что и «перепрограммирует» реакцию партнера по коммуникации.

Для экспликации описанной выше интенции используются выражения: *ich glaube, Sie sind einverstanden* ‘я надеюсь, Вы согласны’, *ich bin sicher, dass Sie das verstehen* ‘я уверен, что Вы это понимаете’, *es ist erforderlich, dass Sie zustimmen* ‘необходимо, чтобы Вы согласились’.

Небольшим количеством в выборке (8 %) представлена тактика выражения сожаления, например:

Es tut mir leid, ich kann morgen nicht kommen. Würden Sie allein alles erledigen? ‘Мне жаль, но я завтра не могу прийти. Вы не могли бы все сделать сами?’

В данном случае используется клишированное выражение сожаления посредством устойчивого сочетания *es tut mir leid*. Названная тактика близка к тактике извинения, однако она имеет свою специфику. Говорящий, выражая сожаление, может одновременно проявлять и недовольство, например:

Es tut mir leid, aber so was habe ich von Ihnen nicht erwartet. Jetzt müssen Sie mir alles erklären. ‘Мне очень жаль, но я не ожидал от Вас такого. Теперь Вы должны мне все объяснить’.

Открытое выражение недовольства может спровоцировать сильные отрицательные эмоции как ответную реакцию. Данная форма реализации косвенного побуждения является вежливой и позволяет сохранить положительный фон общения.

Рассматриваемая тактика обеспечивается несколькими вариациями экспликации: *es tut mir leid* ‘мне жаль’, *tut mir wirklich leid* ‘мне действительно жаль’, *leider* ‘к сожалению’.

Как и предыдущая, тактика экспликации положительных эмоций представлена незначительно (6 %), например:

Es würde mich so freuen, wenn Sie mich begleiten könnten. ‘Я был бы счастлив, если бы Вы могли сопроводить меня сегодня’.

Ощущение радости относительно желаемого хода событий также побуждает собеседника принять данное предложение. В таком случае речь идет о вежливом оказании давления, что также не противоречит принципу кооперации. В качестве инструментов выражения положительных эмоций можно рассматривать следующие конструкции: *ich würde Ihnen dankbar sein* ‘я был бы благодарен Вам’, *ich wäre glücklich* ‘я был бы счастлив’, *es würde mich sehr freuen* ‘я был бы рад’, *ich hoffe* ‘я надеюсь’, *es wäre wunderbar* ‘было бы замечательно’.

Необходимо отметить, что стратегической цели избегания конфликтов может способствовать также тактика выражения негативных эмоций (6 %), например:

Es empört mich auch, aber wir müssen dringend diese Papere noch heute in Ordnung bringen. ‘Меня это тоже возмущает, но мы должны привести все бумаги в порядок еще сегодня’.

В таких случаях негативные эмоции направлены не на оценку действий собеседника, а на выражение отношения к обстоятельствам случившегося. Говорящий высказывает недовольство сложившейся ситуацией, тем самым частично снимая с себя ответственность за оказание давления. В роли маркеров негативных эмоций выступают структуры *es ist furchtbar* ‘это ужасно’, *es stört mich* ‘меня беспокоит’, *es macht mich wütend* ‘меня приводит в ярость’, *es ist ärgerlich* ‘это раздражает’.

Таким образом, рассмотрение практического материала показало, что стратегию избегания конфликта делают возможной следующие тактики: выражения извинения, экспликации вынужденности, оправдания, выражения ожидания, экспликации сожаления, выражения положительных, а также негативных эмоций. Данные тактики играют большую роль в процессе выражения косвенного побуждения, так как способствуют оказанию влияния на собеседника в более вежливой форме, помогая сохранить хорошие отношения и избежать конфликта.

Д. Л. Тригубова

ВОСПИТАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВЕТА МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Современные молодежные организации и объединения представляют собой интегративные, постоянно развивающиеся формирования, осуществляющие взаимодействие с государственными и общественными организациями, а также с различными социальными группами посредством реализации разнообразных проектов, организации мероприятий, участия в акциях и др. (Э. Ф. Губайдуллин, 2009). Одним из молодежных объединений, функционирующих в Минском государственном лингвистическом университете (далее – МГЛУ), является Совет молодых ученых. Предметом деятельности Совета является содействие взаимодействию и сотрудничеству молодых ученых по вопросам научной и связанной с ней деятельности. Среди задач Совета в том числе выделяются такие, как работа с учащимися учреждений общего среднего образования и студентами, поддержка инициатив молодых исследователей, содействие профессиональному и карьерному росту молодых ученых, повышению их творческой и общественной активности и др. (Положение о Совете молодых ученых при Министерстве образования Республики Беларусь, 2022).

Название объединения – Совет молодых ученых – казалось бы, указывает на его отношение исключительно к науке. Однако, как отмечается в литературных источниках, цель деятельности любого молодежного объединения можно рассматривать в двух аспектах: с одной стороны – как магистральную цель, которую ставит перед собой объединение, с другой – как воспитательную цель, которая достигается посредством организации его работы. Второй аспект предполагает создание таких условий, при которых успешно осуществляется социализация личности как участников объединения, так и всех социальных групп, вовлеченных в его деятельность (А. Г. Шабанов, 2006; Э. Ф. Губайдуллин, 2009). Нельзя не согласиться, что магистральная цель деятельности Совета – вовлечение студентов, магистрантов, молодых специалистов в научно-исследовательскую работу – имеет значительный воспитательный эффект, формирует чувство принадлежности к научному сообществу университета и страны. Данная работа посвящена рассмотрению воспитательного потенциала деятельности Совета молодых ученых на примере функционирования данного объединения в МГЛУ. Совет молодых ученых МГЛУ стремится определить свои позиции в системе воспитательной работы университета и работает с разными категориями: школьниками и студентами, магистрантами и аспирантами, молодыми специалистами.

Одним из ключевых проектов Совета является Школа юного лингвиста, которая объединила белорусских старшеклассников, проявивших интерес к лингвистической науке и иностранному языку. Первый набор в Школу состоялся в 2023 г., а в 2025 г. завершила свою деятельность II Школа юного

лингвиста. В задачи проекта входит привитие учащимся интереса к самостоятельной исследовательской и творческой деятельности в лингвистической сфере, развитие их научного, логического и аналитического мышления, умений решать нестандартные задачи, работать в команде, участвовать в дискуссии, генерировать собственные идеи и разработки и представлять их, а также формирование общекультурной эрудиции, навыков межкультурной коммуникации.

При этом участие в проекте не только позволяет старшеклассникам развить разнообразные гибкие навыки, но и способствует их профессиональному самоопределению. Деятельность Совета по организации Школы юного лингвиста также направлена на укрепление взаимодействия учреждений общего среднего, среднего специального и высшего образования, на повышение престижа профессий учителя иностранного языка, переводчика, специалиста по межкультурной коммуникации (Положение о Школе юного лингвиста, 2023). Согласно результатам анкетирования и интервью с выпускниками Школы, участие в проекте существенно повлияло на их намерение поступать в МГЛУ для получения высшего лингвистического образования. Рассмотрение интересных языковых тем на занятиях и знакомство с молодыми учеными и преподавателями университета позволяет школьникам узнать больше об учебе в университете, что помогает им в выборе будущей профессии.

Помимо этого, участники проекта получили опыт взаимодействия с большим количеством единомышленников со всей республики, что позволило им стать частью своего рода профессионального сообщества. В настоящее время действует объединение выпускников Школы, члены которого привлекаются к различным мероприятиям Совета. Целый ряд выпускников проекта в настоящее время обучаются на разных факультетах МГЛУ и активно участвуют в жизни университета, что свидетельствует об их высокой мотивации.

Дополнительно отметим, что проект объединил не только школьников, но и членов Совета общей идеей работы с мотивированными учащимися и продвижения имиджа МГЛУ как ведущего учреждения высшего образования Республики Беларусь в области языкового образования. Согласно результатам проведенного анкетирования, участие в организации Школы в качестве лектора позволило молодым ученым МГЛУ получить ценный опыт подготовки и проведения занятий: планирования времени, форм общения с учащимися, способов наглядно представить материал. Отмечено дружеское и конструктивное сотрудничество с коллегами во время подготовки и организации занятий, что способствует сплочению коллектива Совета.

В работе по привлечению студентов к научно-исследовательской деятельности Советом молодых ученых используются различные интерактивные форматы. Такие мероприятия, как квиз «Ученые Беларуси», викторина «Лингвистический лабиринт», формируют научный и общеобразовательный кругозор и гордость за достижения белорусских ученых. Традиционным стал

мастер-класс «Готовимся к Дням науки МГЛУ вместе», где молодые ученые университета знакомят студентов с правилами проведения исследования и подготовки тезисов для публикации, а также дают рекомендации по выступлению и презентации своего исследования. Содержание мастер-класса, на наш взгляд, способствует формированию таких гибких навыков, как аналитическое, критическое мышление, эффективное выступление перед аудиторией, способность удерживать ее внимание и отвечать на вопросы.

Совет молодых ученых МГЛУ не остается в стороне от общественно значимых событий страны. В рамках повышения электоральной грамотности студентов накануне Единого дня голосования в 2024 г. проведен семинар «Стратегии имиджепостроения в политической коммуникации», отмеченный студентами как практикоориентированный и актуальный. Совет проводит мероприятия, приуроченные к значимым событиям датам в Республике Беларусь. Так, например, ко Дню белорусской науки организована интеллектуальная игра «От языка к киноязыку» (январь 2025 г.), ко Дню филолога – лингвистическая викторина (май 2025 г.) и др. Подобные мероприятия не только способствуют привлечению студентов к исследовательской работе, но и знакомят их со значимыми событиями в стране, воспитывают гордость за ее достижения.

Еще одним аспектом работы Совета молодых ученых является взаимодействие с молодежными организациями университета, в сотрудничестве с которыми представители Совета принимают участие в таких мероприятиях, как республиканский праздник «Молодежная столица», «Слет юных исследователей», объединяющий победителей Республиканского конкурса исследовательских работ учащихся, и др. Вместе со студенческим пресс-центром разрабатывается рекламная продукция, используемая для анонсов мероприятий, а также представленная на Днях открытых дверей МГЛУ и выставках.

Совет молодых ученых принимает активное участие в решении стратегической задачи привлечения молодых специалистов и магистрантов к поступлению в аспирантуру. Членами Совета регулярно проводится семинар «Научная траектория профессиональной деятельности». Согласно отзывам участников, благодаря семинару они получили дополнительную мотивацию для поступления в аспирантуру.

Личный пример молодых преподавателей и аспирантов, входящих в Совет молодых ученых, мотивирует студентов к занятию наукой, участию в республиканских и международных конференциях. Участие членов Совета и подготовленных ими студентов в конференциях в Республике Беларусь и за рубежом, несомненно, способствует созданию образа университета как активного научного центра.

Таким образом, Совет молодых ученых МГЛУ вносит активный вклад в воспитательную деятельность университета и находится в постоянном поиске новых форм работы, учитывающих интересы и запросы современной молодежи.

ЭПИГРАФ В МУЗЫКАЛЬНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЯХ

Как известно, эпиграф особенно широко распространен в литературном жанре и трактуется как изречение (или цитата), предпосланное произведению (или его части, главе), сосредоточивающее мысль на его идее (С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова). Эпиграф может быть как завершенным текстом, так и его незавершенным фрагментом, выступающим как «символ-заместитель» полного текста источника. Минимальной его синтаксической единицей является предложение. Основной функцией эпиграфа в художественном произведении является *информационная* – проспективно сообщающая о его основных тематических, сюжетных и концептуальных моментах, а также о самом творческом субъекте, авторе, поскольку уже сам выбор эпиграфа говорит о его вкусах и литературных предпочтениях. Тесно связана с ней *диалогизирующая* функция, включающая сформированную в эпиграфе главную мысль произведения в последующий текст.

Целью данного исследования явилось установление функций и содержания верbalного эпиграфа в письменном музыкальном произведении, использующем иной, невербальный код.

Применение эпиграфа, предваряющего текст музыкального произведения, связывают с программной музыкой, восходящей корнями к древним культурам Индии и Египта. В Европе эпиграф коренился в период барокко (1600–1750 гг.) (А. Вивальди, И. С. Бах и др.), а затем и широко распространился в эпоху романтизма в XIX в., который провозгласил обновление музыки с помощью ее соединения с поэзией. Именно программная музыка, пытавшаяся музыкальными средствами передать внemузыкальный сюжет, характеры, эмоции и др., способствовала широкому использованию эпиграфа, который, вместе с названием произведения и вербальной ремаркой, формирующими *вербальный комментарий*, оказался для музыки важной вербальной точкой опоры.

К использованию эпиграфа прибегали многие композиторы европейских стран: Л. Бетховен, Р. Шуман, Ф. Лист, Ф. Мендельсон, И. Брамс и др. Активно использовали эпиграф русские композиторы: Н. Римский-Корсаков, А. Лядов, С. Рахманинов, Н. Метнер и др.

На фоне европейских музыкантов в привлечении к партитурам многословного текста эпиграфа особо выделялись французские композиторы: К. Дебюсси (например, каждая часть его сюиты для двух фортепиано «По белому и черному» предваряется стихами французских поэтов), О. Мессиан (использовал, например, религиозные тексты «Откровение Иоанна Богослова», к произведениям «Квартет на конец времени» (1941), «Образы слова Аминь» (1945), «Цвета небесного города» (1964) и др., а также создавал собственные эпиграфы ко многим своим произведениям), М. Равель (композитор тщательно подходил к выбору тематики и литературного источника в зависимости от музыки, которую он замышлял) и др.

Эпиграфы в литературном и музыкальном произведениях по своим структурным, содержательным и функциональным характеристикам весьма похожи, однако, вместе с тем, имеется и ряд значимых *различий*.

Эти различия обусловлены тем, что в литературном произведении за программным верbalным эпиграфом следует вербальный текст, раскрывающий все его основные моменты средствами того же коммуникативного кода. В музыкальном же произведении за вербальным эпиграфом следует нотная запись, партитура, не способная раскрыть в силу природы своего кода многие содержательные моменты эпиграфа, но обладающая особой способностью воссоздать до мельчайших деталей характерные перцептивно воспринимаемые, главным образом слухом, свойства предметов и участников ситуации, ее эмотивный фон.

В этой связи особенность *информирующей* функции музыкального эпиграфа обусловлена задачей композитора быстро и эффективно инсталлировать читателя (музыканта, а затем слушателя) в нужное ментальное пространство с его героями, событиями, ассоциативно возбуждающими сильные эмоции, реминисценции, чтобы затем их еще более усилить при помощи музыки.

Диалогизирующая функция эпиграфа в музыкальном произведении также отличается своеобразием, вызванным его поликодовым характером.

Рассмотрим характер взаимодействия эпиграфа и нотного текста на примере фортепианной сюиты «Ночной Гаспар» Мориса Равеля (1908 г.), написанной под воздействием кончины отца композитора как иллюстрация к стихотворениям в прозе Алоизия Бертрана в сборнике «Гаспар из Тьмы».

Впечатляющими по силе воздействия, выступают развернутые тексты поэта А. Бертрана, которые предвосхищают мрачную музыку трех пьес фортепианного цикла «Ночной Гаспар». Эпиграф к первой пьесе «Ундина» (аналог славянской русалки) – «Слышишь? Слышишь? Это я, Ундина, роняю капли воды на звенящие ромбы твоего окна, озаренного унылыми лучами лунного света <...> Каждая струйка течения – водяной, плывущий в потоке, каждый поток – извилистая тропинка, ведущая к моему дворцу, а мой невесомый дворец возведен на дне озера, между огнем, землей и воздухом...». Получив отказ земного человека поселиться в ее водяных чертогах, Ундина плачет, потом хохочет, «...стекая по синим стеклам моего окна».

Грустную и завораживающую песню Ундины М. Равель передает на фоне неравномерно падающих капель. Эффект достигается при помощи изощренной техники варьирования фактуры, что наблюдается уже в фигуре первого такта, где повторность мажорного трезвучия осложняется сменой ритма. Звук *a* («ля») переносятся на октаву выше, пассаж распределяется между двумя руками двойными нотами, используются сложные аккорды; нестандартно расположены интервалы; позиции рук не совпадают и др. Вначале спокойное *legato* переносится на октаву выше, мелодия звучит в сложных аккордах. Эти и другие приемы позволяют передать тяжелое эмоциональное состояние ундины.

Музыка двух остальных пьес окрашена еще в более мрачные тона, а эпиграфы, предваряющие эти пьесы, исполнены трагизма при помощи использования соответствующей лексики. Для усиления воздействия мрачных текстов А. Бертрана композитор использует также тексты И. Гёте и Э. Гоффмана.

Еще одно, неспецифическое, различие между эпиграфами в музыкальном и литературном произведениях наблюдается в том, что текст музыкального эпиграфа может быть значительно длиннее литературного.

Примером распространенных эпиграфов могут служить *обширные прозаические тексты*, написанные Г. Берлиозом к его «Фантастической симфонии» (1830 г.). Их содержание совпадает с драматургией музыкального произведения и адресовано исполнителям, которые должны моделировать в сознании определенные образы и доносить их до слушателей. Здесь, между многословным эпиграфом и нотным текстом, особо осознается функциональная важность ассоциативного поля в его богатой совокупности ассоциатов – реакций на слова-стимулы эпиграфа.

Так тематическое, смысловое, эмоциональное, содержательное пространство эпиграфа в сознании читателя переплетается с эмоциональным, смысловым и тематическим пространством текста музыкального произведения, образуя поликодовый дискурс.

Круглый стол «АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК КАК ТРАНСКОНТИНЕНТАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН»

А. А. Дуранкова

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРОИЗНОСИТЕЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЮГО-ВОСТОЧНЫХ ДИАЛЕКТОВ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Классификация современных территориальных британских диалектов дает представление о том, что их границы нестабильны. Диалекты принято называть территориальными, если таковые используются только в пределах конкретной местности. Сохраниены многие языковые явления исторических периодов развития языка. А. Эллис является автором одной из самых распространенных классификаций таких диалектов, исходя из которой английские диалекты делятся на 5 больших групп: северные, центральные или средние, западные, южные и восточные. Юго-восточные диалекты Великобритании представляют собой группу диалектов английского языка, распространенных в юго-восточной части Англии, преимущественно вдоль реки Темза и ее устья.

Объединяя в себе черты сленга, диалекта и просторечия, кокни является одним из интереснейших явлений юго-восточного английского языка. К отличительным признакам кокни относятся, прежде всего, явно выраженная неправильность речи и характерное произношение, а также присутствие рифмованного сленга. Типичные особенности речи кокни: 1) Пропуск звука [h]. Например, «*not 'alf*» вместо «*not half*», 2) Использование «*ain't*» вместо «*isn't*» или «*am not*», 3) Произношение звука [θ] как [f] (например, «*faas'nd*» вместо «*thousand*») и [ð] как [v] (например, «*bover*» вместо «*bother*»), 4) Превращение [au] в [æ:], например, «*down*» произносится как [dæ:n], 5) Использование рифмованного сленга. Например, «*feet*» – «*plates of meat*», вместо «*head*» – «*loaf of bread*»; иногда такие словосочетания сокращаются, образуя новое слово: «*loaf*» вместо «*loaf of bread*», 6) Использование гортанной смычки ? вместо 't' между гласными или сонантами (если второй из них не ударный): «*bottle*» = «бо'л», 7) Использование [r] вместо [l] губно-зубного [v], на слух напоминающего [w], 8) Произношение «тёмного» l как гласного: «*Millwall*» как [mio:wɔ:] «миоуо». В кокни используется рифмованный сленг. Рифмованный сленгизм образуется путем замещения слов краткими фразами, которые с ним рифмуются, например, bad – *sorry and sad*.

Эстуарий / Эстuarный английский (Estuary English) – это вариант английского языка, распространенный в Юго-Восточной Англии, особенно в Лондоне и его окрестностях. Эстуарный английский характеризуется следующими особенностями: 1) отсутствие ротации (англ. *Non-rhoticity*), 2) использование интрузивного и связующего /r/: произношение звука /r/

между гласными для упрощения произношения нескольких гласных подряд (англ. *linking and intrusive R*), 3) гортанные смычки на месте звука /t/ в конце некоторых слов; так, например, *can't* произносится как /ka:n?/, 4) явление, именуемое *Yod coalescence* – использование аффрикатов [dʒ] и [tʃ] вместо звуковых кластеров [dj] и [tj], 5) реализация /l/ перед согласными, отличная от той, что встречается в традиционном британском английском, 6) изменения в гласных звуках, и др.

В области интонации для ЕЕ характерно более частое акцентирование предлогов и вспомогательных глаголов, которые обычно не выделяются в литературной норме. Например, *Let us go TO the point*. Эстуарный английский характеризуется соблюдением основных грамматических правил, однако существуют некоторые расхождения: встречаются формы отрицания, такие как *never*, которые относятся к событию, произошедшему только один раз. *I never did* (*я никогда не делал*), *no, I never* (*нет, я никогда*); частое опущение окончания -ly в наречиях: *you're turning it too slow* (*ты поворачиваешь слишком медленно*); *They talked very quiet for a while* (*они разговаривали очень тихо в течение некоторого времени*). Характерно необычное употребление некоторых предлогов, например *I got off of the window* (*я отошел от окна*), *I looked out the window* (*я выглянул из окна*), использование конфронтационных расчлененных вопросов ("confrontational" question tag), таких как *I said I was going, didn't I?* (*я сказал, что я пойду, не правда ли?*). Похожие вопросы, встречающиеся в кокни, например *innit (isn't it)* (*не так ли*), иногда употребляются в шутливой речи носителей ЕЕ, что может служить признаком их конечной стандартизации. Несмотря на сходство двух диалектов, в эстуарном английском *отсутствуют* некоторые особенности кокни: 1) опущение H, то есть пропуск звука /h/ перед ударным гласным ([æ?] в hat) 2) реализация /aʊ/ (как в 'MOUTH') в виде монофтонга ([æ:] или [a:]). Многие из характеристик эстуарного английского постепенно включаются в орфоэпическую норму британского английского, RP. Тем не менее, учителям иностранного языка, применяющим британско-ориентированный английский, рекомендуется продолжать использовать вариант RP в качестве произносительной модели при условии регулярного обновления последнего. Эстуарный английский диалект пережил время своего расцвета, был признан престижным, однако новой литературной нормой не стал, но, несомненно, является отражением изменений, происходящих в общественной жизни Великобритании.

Диалекты предполагают отклонение от литературной нормы, однако такое отклонение не стоит преувеличивать. Кроме того, диалектные различия британского варианта английского языка имеют тенденцию стираться, все больше приближаясь к литературному варианту. Это обусловлено такими факторами как географическая мобильность, повышение уровня образования среди населения, отток населения в крупные города. Так, например, 50-60 лет назад жители англоязычных стран говорили на десятках различных диалектов, сегодня же эти диалекты можно сосчитать по пальцам, однако это не означает, что диалекты когда-либо вымрут вообще. Они продолжат свое существование и развитие, поэтому их изучение крайне необходимо для всех,

владеющих английским языком. В различные исторические эпохи английский язык характеризовался разным типом отношений между языковыми вариантами. В настоящее время налицо изменения характера отношений между вариантами английского языка в Великобритании. На фоне постепенного свертывания нормативного литературного языка происходит повышение значимости, расширение функции и усиление престижности региональных вариантов.

Е. В. Мисовская

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПИСАНИЮ ФОНЕТИКИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ВАРИАНТОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Национально негомогенный язык в качестве единого существует только как абстракция и реализуется на практике в форме отдельных национальных вариантов (А. И. Домашнев, 1976), которые функционируют в своем культурном и коммуникативном пространстве, создающем предпосылки для их развития и дивергенции (Э. Сепир, 1921).

Национальные варианты «полицентрических языков» (В. А. Стюарт, 1968), к которым, со всей очевидностью, относится английский язык, не обнаруживают концептуальных структурных расхождений, которые соответствует рангу языка. Вместе с тем единство полинационального языка не предполагает тождества его отдельных национальных разновидностей: для каждой характерны заметные для говорящих отличия в составе, свойствах, функциях и употреблении языковых средств, находящие отражение в местных нормах письменного литературного языка. Причина этого – эволюция самого языка, наличие вариантности, отражающей его способность адаптироваться к различным социальным, культурным и географическим условиям и выбирать наиболее целесообразные в указанных условиях варианты языкового выражения.

Вариативны единицы всех подсистем языка. Исследования существующих в современном мировом англоязычном континууме национальных и региональных разновидностей английского посвящены выявлению их специфики на фонологическом, орфографическом, грамматическом и лексико-семантическом уровнях. Очевидно, что устные формы языка отличаются друг от друга гораздо значительней, чем письменные. Соответственно, определенные сочетания фонетико-фонологических черт, характеризующие речь народов и этнических групп на определенной территории, являются неотъемлемой составляющей национальной идентичности (Т. И. Шевченко, 2016). При этом релевантными в процессе идентификации и самоидентификации личности являются как системная фонологическая вариативность, так и вариативность в просодии. Ярким примером варьирования языковых норм в условиях «полицентрической стандартизации» является произношение [r] после гласных (эрность/безэрность): то, что на Британских островах является

региональным акцентом, в США составляет норму произношения, а отклонения от этой нормы воспринимаются как нестандартные для внутринационального использования. В этой связи следует отметить, что современные исследования фонетико-фонологических особенностей различных разновидностей английского языка обогащаются данными корпусного анализа больших объемов естественной речи, что позволяет не только оперативно фиксировать указанные особенности, но и отслеживать их динамику в условиях глобализации и межъязыкового взаимодействия.

В теории «трех кругов» Качру (Б. Качру, 1986) отражен остро стоящий вопрос об изменении норм языка. Специфика полицентрической стандартизации сделала возможным использование понятий «нормообразующий», «норморазвивающий» и «нормозависимый» в отношении различных вариантов языка (Б. Качру, 1986; Э. Лоу, 2010). Аналогично выделяются «доминантные» разновидности полицентрических языков, нормы которых кодифицируются и «экспортируются» в «недоминантные» разновидности (Р. Мур, 2012). В устных формах языка существуют «эталонные» наддиалектные акценты, такие, как, например, Received Pronunciation для британского английского. Подобная терминологическая иерархия, заложенная в концепциях полицентрических языков, может быть воспринята как дискурсивно маргинализирующая, поскольку имплицитно воспроизводит асимметричные отношения между языковыми вариантами. Категоризация вариантов языка как «нормообразующих», «доминантных» или «эталонных» в противовес «нормозависимым», «недоминантным» и «региональным» актуализирует проблему лингвистической легитимности, ставя под вопрос равный статус различных форм языка. Такая дихотомия не только отражает исторически сложившееся неравенство, но и закрепляет его в научном дискурсе, что может вызывать ощущение языковой и культурной дискриминации у носителей «периферийных» вариантов.

В то же время аналитический обзор литературы по обозначенной проблеме позволяет сделать вывод о том, что на современном этапе научная дискуссия выходит за рамки лингвистического структурного анализа обсуждаемых идиомов (который сам по себе делает их ценным ресурсом для исследования языковой вариативности), так как зачастую в современных работах вариативность языковых форм осмысливается не только в структурно-функциональном, но и в социально-символическом ключе. В фокусе внимания лингвистов оказывается социокультурный статус национальных, региональных и локальных разновидностей языка как элементов языковой политики, определяющих самоидентификацию говорящих и их позиционирование в поликультурном пространстве.

Интерес лингвистов к «нестандартным» языковым формам в целом указывает на стремление преодолеть традиционный «стандартоцентризм» и более полно представить разнообразие современных вариантов английского.

Свидетельством вышеуказанного служит также тот факт, что хотя в процессе раскрытия отличительных свойств различных разновидностей английского языка исследователи иногда приводят описательные сравнения,

например, с британским стандартом произношения (Received Pronunciation), представляемым как надрегиональная модель акцента, такое сопоставление играет незначительную роль в анализе обсуждаемых разновидностей, каждая из которых описывается как самостоятельная, а не в каком-либо смысле как отклонение от нормы. При этом эксплицитно подчеркиваются, что обращение к указанному сопоставлению принято исключительно для удобства описания и концептуально не связано с вопросом о том, можно ли отдельно взятую разновидность английского действительно рассматривать как автономную лингвистическую систему (Б. Кортманн, 2004). Очевидно, что с точки зрения своих структурных свойств, британский стандарт не является превосходящим другие разновидности, воспринимаемые как в каком-либо отношении неполноценные, вместе с тем он является разновидностью или набором близкородственных разновидностей, традиционно пользующихся большим социальным престижем. Сложившаяся ситуация объясняется, конечно, экстраконфессиональными причинами.

Д. С. Почекний

КЛЮЧЕВЫЕ СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ АМЕРИКАНСКОГО И КАНАДСКОГО ВАРИАНТОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Американский (AmE) и канадский (CanE) варианты английского языка, несмотря на общее происхождение, демонстрируют значительные различия, обусловленные историческими, географическими, социальными и культурными факторами. Оба варианта, имея общие исторические корни в британском английском, прошли различный путь развития, что привело к формированию их уникальных лингвистических особенностей. CanE формировался под влиянием британского английского, французского языка и автохтонных языков.

Фонетические системы американского и канадского английского демонстрируют как общие черты, так и заметные различия. Оба варианта сохраняют ротическое произношение, характерное для большинства североамериканских диалектов. Однако канадский английский обладает уникальной фонетической особенностью – Canadian Raising. Под влиянием данного феномена дифтонги с открытым гласным в качестве первого элемента тяготеют к более закрытому произношению. Чаще всего сдвиг затрагивает дифтонги /ai/ и /au/ в позиции перед глухими согласными.

В области лексики канадский вариант представляет собой интересную смесь британских и американских элементов с добавлением собственных уникальных слов и выражений. Особенно заметно влияние французского языка, что отражается в многочисленных заимствованиях, особенно в провинции Квебек, которая является франкоговорящей. Канадский английский также характеризуется канадизмами – языковые элементы, уникальные для канадского английского языка.

Орфографические различия между двумя вариантами носят системный характер. Канадский английский в этом отношении занимает промежуточное положение между британскими и американскими нормами письма. Например, сохраняются британские написания слов с окончаниями *-our* и *-re*, но при этом используется американский вариант с *-ize*. Грамматические различия менее значительны, но все же присутствуют. Наиболее заметной особенностью канадского английского является широкое использование частицы «*eh*» в различных коммуникативных ситуациях. Кроме того, канадцы могут начинать предложения с *as well*, что является отличительной чертой CanE.

Таким образом, американский и канадский варианты английского языка, несмотря на общие корни, имеют множество отличий в лексике, фонетике, грамматике и орфографии. Географические и социальные факторы продолжают влиять на развитие обоих вариантов. В приграничных районах Канады заметно сильное влияние американского английского, тогда как в отдаленных регионах сохраняются более традиционные формы. Современные средства массовой информации и интернет способствуют сближению вариантов, но при этом канадский английский продолжает сохранять свою уникальность. Изучение этих двух вариантов английского языка представляет значительный интерес для лингвистов, так как позволяет проследить процессы языкового развития в условиях тесного культурного взаимодействия. Понимание различий между американским и канадским английским важно не только для академических исследований, но и для практического применения в межкультурной коммуникации.

Т. Н. Руденко

К ВОПРОСУ ОБ АРЕАЛЬНОМ ЧЛЕНЕНИИ ЯЗЫКОВОГО ЛАНДШАФТА

В современной лингвистике ареальную классификацию можно рассматривать как метод, основанный на анализе географической близости и сходства языковых явлений, возникающих в результате языковых контактов и процессов диффузии. Одним из ключевых инструментов такого анализа является изоглосса – разграничительная линия на лингвистических картах. Изоглоссы бывают фонетические, лексические и грамматические.

Фонетические изоглоссы отражают основанные на фонологических различиях границы между регионами. Произношение определённых гласных или согласных может существенно варьироваться в зависимости от территориальных особенностей. Например, в британском варианте английского языка обнаруживается так называемая изоглосса *Trap-Bath Split*, которая разделяет регионы, где используется краткий [æ], и регионы, где применяется широкий [ɑ:]. Особый интерес представляет изоглосса «кентум-сатем». Она иллюстрирует, как из одного и того же индоевропейского корня могут развиваться различные варианты слов в разных языковых ветвях. Так, из индоевропейского корня *ǵn̥ō-* образовались русское «знать», норвежское

«kjenn(e)», немецкое «kennen», английское «know» и латинское «gnoscere», а из индоевропейского корня *ǵh̥ən-* образовались русское «зерно», норвежское «korn», английское «corn», немецкое «korn» и латинское «grānum». Так, в языках кентум велярные согласные ([k], [kh], [g], [gh]), утратили мягкость и преобразовались в [k] и [g] – немецкое «kennen» и латинское «gnoscere», а в языках сатем палатовелярные согласные [k'] и [g'] утратили мягкость и трансформировались в [s] и [z], что отражается в таких формах, как литовское «šimtas» и русское «знать».

Лексические изоглоссы определяются различиями в словарном составе, когда для обозначения одного и того же явления используется несколько наименований. Так, в американском варианте английского языка для обозначения газированных безалкогольных напитков используются слова «soda», «рор» и «cola». В таких регионах, как Нью-Йорк, Нью-Джерси, Массачусетс (северо-восток), Калифорния, Невада, Аризона (запад), Пенсильвания и Мэриленд (Средняя Атлантика), чаще употребляется слово «soda». В Иллинойсе, Огайо, Мичигане Миннесоте (Средний Запад), Вашингтоне, Орегоне (Тихоокеанский Северо-Запад), а также в Канзасе и Небраске (Великие равнины), популярно слово «рор». На юге, в Техасе, Джорджии, Алабаме и Миссисипи применяется слово «coke». В славянских языках также наблюдаются лексические изоглоссы, например, использование слов «ворошко», «vasilёk», «блават», «синоквят» и «синчец». Так, в юго-западном белорусском и юго-восточных украинских диалектах чаще используется слово «ворошко», тогда как слово «vasilёk» характерно для северо-восточного белорусского и русских диалектов. В польских и западно-украинских диалектах употребляют слово «блават», а в словацких и болгарских диалектах можно встретить формы «синоквят» и «синчец» соответственно.

Грамматические изоглоссы проявляются в региональных различиях использования форм слов и построения предложений. Например, слово «already» для обозначения завершённого действия в стандартном американском английском употребляется с Present Perfect – *I have already eaten*, а в некоторых южных и центральных диалектах – с Past Simple – *I already ate*. Еще одним примером грамматической изоглоссы является различие между британским и американским вариантами английского языка в числовой маркировке некоторых имён существительных, таких как «maths» и «math». В британском английском обычно используется форма множественного числа – *I enjoy studying maths at school*, тогда как в американском английском принята форма единственного числа – *I enjoy studying math at school*.

Различия в фонетике, лексике и грамматике, будь то исторические преобразования в рамках дихотомии «кентум-сатем» или современные региональные вариации, наглядно демонстрируют сложные механизмы языкового контакта и диффузии. Изучение изоглосс позволяет глубже понять не только эволюцию конкретных языковых форм, но и более широкие социально-культурные и исторические процессы, обогащающие наши представления о многообразии языкового ландшафта в мире.

СПЕЦИФИКА КОНСОНАНТИЗМА И ВОКАЛИЗМА В ИРЛАНДСКОМ ВАРИАНТЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Ирландия является официально двуязычной страной, где население использует два языка – английский и ирландский. Оба имеют статус государственных, однако в реальности доминирующим языком общения выступает английский. Ирландский язык, принадлежащий к кельтской группе индоевропейской семьи, также известен как гэльский, но его употребление ограничено преимущественно гэлтахтами – регионами, где он сохраняется в качестве языка повседневного общения.

Ирландский вариант английского языка, или гиберно-английский, представляет собой вариант английского языка, сформировавшийся в Ирландии под влиянием ирландского субстрата. Его фонетическая система, сохранив общие черты с другими вариантами английского, развила ряд отличительных особенностей, отражающих как субстратное влияние ирландской фонологии, так и внутреннюю динамику языкового развития. Эти особенности наиболее ярко проявляются в консонантизме и вокализме, где прослеживаются системные отклонения от стандартных британских и американских норм.

Фонетический строй ирландского английского несет на себе отпечаток исторических процессов языкового контакта. Исторически английский язык проник в Ирландию после нормандского вторжения в XII веке, а его доминирование укрепилось в результате ключевых событий XVII века: массовой конфискации земель в пользу английских и шотландских колонистов (плантации Ольстера при Якове I), жестокого подавления восстаний (особенно кампании Кромвеля 1649–1653 гг.) и введения карательных законов против католиков, которые лишили ирландцев прав на образование и собственность, если они отказывались разговаривать на английском языке. Английский стал языком власти, экономики и социального продвижения, тогда как ирландский ассоциировался с угнетенным крестьянством. Таким образом, в течение нескольких столетий происходила адаптация английской фонетики к артикуляционным привычкам носителей ирландского языка.

В данной статье рассматриваются ключевые особенности произношения согласных и гласных звуков ирландского английского, отличающие его от стандартного британского варианта.

1. Отсутствие межзубных фрикативных звуков [θ] и [ð] в ирландском английском. В системе консонантизма ирландского варианта английского языка наблюдается устойчивая субSTITУЦИЯ межзубных фрикативов [θ] и [ð] альвеолярно-апикальными смычными [t] и [d] соответственно. Однако данная черта постепенно ослабевает под воздействием стандартных вариантов британского и американского произношения, широко представленных в медийном пространстве.

Например, фразы *I think about that brother* и *They threw those things there* в стандартном английскомозвучат как [ai θiŋk əbaʊt ðæt brlðə] и [ðei θru:

ðeuz θɪŋz ðeə]. В ирландском английском приведенные выше примеры приобретают следующее фонетическое оформление: [aɪ tɪŋk ə'baʊt dæt 'brʌdər] и [deɪ tru: dəʊz tɪŋz deər].

2. Усиленная аспирация смычных /p, t, k/. В ирландском варианте английского языка отмечается тенденция к усиленной аспирации взрывных согласных /p, t, k/ в позиции начала слова, а также к некоторой степени аспирации данных сегментов в позиции конца слова. Данное фонетическое явление находит системное отражение в художественных текстах. Так, например, драматург Шон О'Кейси в своих произведениях неоднократно воспроизводит эту особенность, включая случаи аспирации даже у звонкого взрывного [d], что иллюстрируется следующим примером: *Th' prison docthor told me th' oul' heart was crocked, an' that I'd dhrop any minute* (ср. стандартный вариант: *The prison doctor told me the old heart was cracked, and that I'd drop any minute*) (A. Asián, J. McCullough, 1997).

3. Редукция кластера 'ng'. В ирландском английском конечный заднеязычный носовой кластер [ŋ] произносится как апикально-альвеолярный звук [n]. Например, *singing* произносится как ['sɪnɪŋ] вместо стандартного ['sɪŋɪŋ], а *thing* редуцируется до [tɪŋ]. Эта фонетическая черта восходит к влиянию ирландского языка, или ирландского гэльского, в котором отсутствует заднеязычный носовой сонант, что обусловило его субSTITУЦИЮ в английской речи ирландцев (R. Hickey, 2007).

4. Ротическое произношение [r]. Ирландский вариант английского имеет ротическое произношение, при котором звук [r] произносится во всех позициях, включая поствокалическое положение (например, в словах *car* [ka:r], *hard* [ha:rd]), в отличие от неротического британского стандарта (*car* [ka:], *hard* [ha:d]).

5. Эпентеза (вставка) гласного [ə]. Под влиянием фонетики ирландского языка в ирландском английском между сонорными согласными и последующим звонким согласным или среднеязычно-палатальным щелевым сонантом [j] наблюдается вставка дополнительного нейтрального гласного. Например, *Let's watch the [filəm] tonight* вместо [film] или *He broke his [a:rəm]* вместо [a:m].

6. Замена [a:] кратким гласным переднего ряда. В системе вокализма гиберно-английского языка наблюдается вариативность реализации долгого гласного [a:], характерная для отдельных лексических групп (например, *heart*, *bath*, *palm*). В ряде диалектов, особенно в городских разновидностях Дублина и северных регионов, происходит смешение артикуляции долгого звука [a:] в сторону краткого гласного переднего ряда [æ] (как в словах *apple* [æpl], *cat* [kæt]). Так, слова *heart* [ha:t], *bath* [ba:θ], *palm* [pa:m] в ирландском английском будут произноситься как [hært], [bæθ], [ræm].

7. Модификация дифтонга [aɪ]. В ирландском английском наблюдается характерная модификация дифтонга [aɪ], заключающаяся в смешении его артикуляции в сторону [ɔɪ]. Артикуляционный сдвиг включает округление

и смещение назад начального элемента дифтонга при сохранении конечного его элемента. Так, предложение *I like Ireland* в ирландском английском превратится в [ɛɪ lɛɪk ɛɪrlənd].

8. Трансформация [au] в [əʊ]. Следует отметить трансформацию дифтонга [au], который в ирландском английском произносится как [əʊ]. Данное фонетическое изменение представляет собой системный сдвиг, при котором начальный элемент дифтонга редуцируется до нейтрального гласного [ə], тогда как конечный элемент сохраняет свою артикуляцию. Например, cow, house вместо стандартного [kaʊ], [haʊs] в ирландском варианте звучат как [kəʊ], [həʊs].

Фонетическая система ирландского английского языка демонстрирует значительные отличия от стандартного британского варианта, что обусловлено как влиянием ирландского субстрата, так и историческими процессами языкового развития. Наиболее заметные особенности включают ротическое произношение, усиленную аспирацию смычных, отсутствие межзубных фрикативов, модификацию монофтонгов и дифтонгов, а также эпентезу. Данные фонетические особенности делают ирландский английский уникальным лингвистическим явлением и не просто отражают историческое влияние ирландского языка, но и продолжают служить важными маркерами культурной и региональной идентичности.

К. В. Стригун

ОТ ГОНКОНГА ДО НИГЕРИИ – ВНЕШНИЙ КРУГ ВАРИАНТОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Во внешний круг вариантов английского языка по модели концентрических кругов Браджа Качру, легшей в основу данного исследования, входят варианты, используемые в странах, имеющих колониальное прошлое: английский язык распространялся по их территориям в результате колониальной зависимости от Великобритании и англоговорящих наций. В этих странах английский язык является вторым языком для их жителей после родного, а его статус на государственном уровне является официальным.

Выбор Индийского, Гонконгского и Нигерийского вариантов английского языка обусловлен желанием продемонстрировать его влияние и статус глобально в различных географических регионах и во взаимодействии с языками различных языковых семей и групп.

Учитывая тот факт, что в каждом рассматриваемом регионе официальными являются несколько местных языков (а в фактическом употреблении, как правило, находится еще большее их количество) описание арколекта (наиболее приближенного к стандартной форме местного варианта английского языка) не представляет такого интереса, как описание мезолекта (варианта языка, характеризующего межгрупповое неофициальное общение),

т.к. архолект не дает яркого и репрезентативного представления о разнообразии грамматических, лексических и фонетических особенностей рассматриваемых вариантов.

На лексическом уровне в рассматриваемых вариантах можно выделить несколько основных классов лексики:

(1) заимствования из местных языков (особенно в сферах еды, одежды, флоры и фауны, духовной сфере и др.) Например, *biryani* ‘бирьяни’, *kurta* ‘курта’, *tulsi* ‘базилик священный’, *jnana* ‘знания прозрения’ (в Индийском варианте); *char siu* ‘чашао’, *dai pai dong* ‘уличное кафе’, *dim sum* ‘димсам’ (в Гонконгском варианте); *danfo* ‘маршрутное такси’, *tokunbo* ‘автомобиль с пробегом’, *bukateria* ‘уличное кафе’ (в Нигерийском варианте).

(2) гибридные конструкции, смешивающие черты местных языков и английского. Например, *ashramite* ‘обитатель ашрама’, *chakka jam* ‘забастовка на дороге’, *gully cricket* ‘уличный крикет’ (в Индийском варианте).

(3) модификации форм английских слов либо образование новых лексических значений существующих единиц. Например, *severally* ‘несколько раз’, *gist* ‘сплетня, сплетничать’, *agric* ‘генетически модифицированный продукт’ (в Нигерийском варианте); *shuttler* ‘игрок в бадминтон’, *lunch home* ‘ресторан’, *speed breaker* ‘лежачий полицейский’, *the next tomorrow* ‘послезавтра’ (в Индийском варианте); *same on you!* ‘как тебе не стыдно!’ (в Гонконгском варианте).

На грамматическом уровне в результате интерференции из местных языков наблюдаются отклонения от норм стандартного британского и американского вариантов языка.

В индийском варианте: редупликация для усиления значения (например, *little-little* ‘малюсенький’, *chubby-chubby* ‘пухленький’); использование прямого дополнения вместо предложного (например, *Her children gifted her a new oven* ‘Ее дети подарили ей новую духовку’), употребление переходного глагола как непереходного (например, *We enjoyed very much* ‘Нам очень понравилось’); использование обстоятельства только в начале предложений (например, *Tomorrow, we can have a meeting* ‘Завтра мы можем встретиться’, *Surprisingly, he was very nice* ‘Удивительно он был очень мил’); использование прямого порядка слов в общих вопросах (например, *You will make the presentation?* ‘Вы сделаете презентацию?’)

В гонконгском варианте: опущение окончания третьего лица единственного числа (например, *He say it's a small problem* ‘Он говорит, что это небольшая проблема’); использование глаголов с избыточным предлогом (например, *He listed out three reasons* ‘Он перечислил три причины’); использование двойного подлежащего (например, *This man he always come to this restaurant* ‘Этот мужчина всегда приходит в этот ресторан’); опущение глагола *to be* (например, *I afraid of ghost films* ‘Я боюсь фильмов о призраках’); использование существительных в единственном числе вместо множественного (например, *There were many flags on the building* ‘На здании было много флагов’).

В нигерийском варианте: использование неисчисляемых существительных как исчисляемых (например, *The teacher gave us some advices* ‘Учитель дал нам несколько советов’); использование двойного подлежащего (например, *The man he is happy* ‘Этот мужчина счастлив’); опущение artikelей (например, *Majority of students were late to class* ‘Большинство учеников опоздали на урок’); использование предложного дополнения вместо прямого (например, *We discussed about the crisis in this meeting* ‘Мы обсудили кризис на этой встрече’).

На фонетическом уровне также наблюдаются некоторые особенности, радикально отличающие произношение носителей рассматриваемых вариантов от нормативного.

В индийском варианте это замена апикально-альвеолярных /t/ и /d/ ретрофлексными /ʈ/ и /ɖ/, замена губно-губного сонанта /w/ губно-зубным согласным /v/, использование дентальных согласных /t/ и /d/ вместо межзубных /θ/ и /ð/, небольшая палатализация [l] и монофтонгизация некоторых дифтонгов: например, *table* ‘стол’ ['teɪ.bl] → ['te.ʈl], *phone* ‘телефон’ [fəʊn] → [fo:n], *baked* ‘испечённый’ [beɪkt] → [bɛkt].

В гонконгском варианте это замена межзубного /θ/ губно-зубным /f/, отсутствие звонкого апикально-альвеолярного щелевого фрикативного /z/ (и впоследствии его замена глухим /s/), избегание стыков согласных (*equipped* ‘оборудованный’ [ɪkwɪpt] → [ɪkwipɪt]), двусложная реализация дифтонгов (*near* ‘рядом’ [niə] → [ni.ə]), отсутствие редукции в безударных слогах (*assignment* ‘задание’ [ə'sainmənt] → [a'sainmənt]).

В нигерийском варианте это замена межзубных щелевых согласных /θ/ и /ð/ дентальными смычно-взрывными /t/ и /d/, соответственно, избегание стыков согласных (*bottle* ‘бутылка’ ['bɒtl] → ['bɒtul]), замена гласного [ʌ] гласным [ɔ], отсутствие фонемы /z:/ и ее замена фонемой /ɔ/ (*burger* ‘бургер’ ['bɜ:gə] → ['bɔ:gə]) монофтонгизация дифтонга [əʊ] (*those* ‘те’ [ðəʊz] → [doz]).

Следует отметить, что с ритмической точки зрения во всех описываемых вариантах фраза произносится со слоговой изохронностью (все слоги в ней произносятся за примерно равные промежутки времени), что объясняется особенностью ритма местных языков и отсутствием в них редукции гласных в безударных слогах.

Просодическая составляющая данных вариантов в целом до сих пор остается малоизученной и, к сожалению, добавление существенных фактов о просодии каждого варианта не представляется возможным в рамках данного исследования. Однако очерченная проблема могла бы послужить базой для дальнейших исследований.

Разумеется, описанные модели Индийского, Гонконгского и Нигерийского вариантов английского языка не дают абсолютного представления об особенностях их функционирования на территориях вышеупомянутых стран и за их пределами. В исследовании лишь была предпринята попытка показать, что языковое разнообразие на территории каждой из стран в значительной мере влияет на реализацию лексических, грамматических и фонетических единиц местного варианта английского языка.

ЕДИНСТВО И МНОГООБРАЗИЕ АМЕРИКАНСКОГО АНГЛИЙСКОГО

Американский английский демонстрирует обширное разнообразие акцентов и произношений, сложившихся на протяжении столетий. Основы многих различий были заложены в колониальный период, и современные различия произношения во многом можно отнести к этому времени. Всем известно, что американский английский не является однородным: он подразделяется на несколько акцентов и подвидов, которые лингвисты часто классифицируют по региональному признаку (Д. А. Шахбагова, 1982).

Существует несколько распространенных акцентов, но наиболее известными являются три основных: восточный американский акцент (EA), южный американский акцент (SA), общий американский акцент (GA). Эти акценты имеют свои уникальные характеристики, возникающие в результате исторических, культурных и социолингвистических факторов.

Общий американский акцент (GA) представляет собой наиболее распространённый тип произношения в США. GA широко используется в радио и телевидении, а также в научной и деловой коммуникации. Он считается стандартом американского английского, так как это наиболее нейтральный акцент, который не имеет выраженных региональных черт (P. Roach, 2009).

GA имеет несколько ключевых особенностей в произношении, которые отличают его от других акцентов, таких как звук [r]: в GA звук [r] произносится во всех позициях (в начале, середине и конце слов). Например, слова "car" и "hard" произносятся как [ka:r] и [ha:rd] соответственно. Использование "тёмного" [l] (также известного как велярное) происходит во всех позициях, что делает GA более однообразным по сравнению с RP (базовым британским акцентом). Звук [t] в GA может заменяться на [d] в интервокальных позициях, например, "better" как [bətə], а также может происходить его глottализация (превращение в глottальный звук) перед определёнными согласными, например, "mountain" может произноситься как ['maʊnθm], certainly ['sɜ:rθnlɪ], that one [ðætθwʌn]. Звук [θ] встречается в словах с wh, например, what [wθt], which [wθt]. Сочетание [ju] сохраняется в начале слов unit ['junit], eulogy ['julədʒi]; после согласных [p], [b], [m], [f], [k], [g], как в pew [pu], beauty ['bjudi], muse [mjuz], few [fju], view [vju], cube [kjub]. Но в других фонетических контекстах, например, после [t], [d], [s], [z], [ʃ], звук h выпадает: student ['studənt], due [du], new [nu], suit [sut]. Следует отметить, что феномен "American twang", носового произношения звуков, обычно охватывает звуки [m], [n], [ŋ], но в GA даже гласные [æ] и [ao] становятся носовыми в любой позиции. Ещё одной характеристикой является потеря [h] в сочетании [hj] в некоторых словах с начальными hu: [jutən] для *human*, [ju:stən] для *Houston*, [judʒ] для *huge*, ['jutə] для *humor*. Также встречается замена [ə] на [i] в безударном местоимении *him*. Таким образом, "I see him"

произносится [ai'si: əm] вместо [ai'si: m]. Встречается и замена [ŋ] на [n] в словах с -ing, типа *running* и *nothing* ['rʌŋɪŋ], ['nθɪŋ]. Иногда добавляется звук [k] между [n] и [θ] – [lenkθ], [streŋkθ].

Примечательно, что в GA встречается звук [ɜ̄], например в *hurry*, *current*, *courage*, *worry* ['hɜ̄ri], ['kɜ̄rənt], ['kɜ̄ridʒ], ['wɜ̄ri], и звук [ə̄] – *winter*, *perceiver*, *doctor*, *mister*.

Интонация в американском английском, особенно в GA, имеет свои уникальные оттенки. Часто считается, что американская интонация звучит "менее эмоционально" по сравнению с британской, где изменения тона проходит более резко и быстро. К интонационным особенностям можно отнести такой феномен как uptalk. В этом явлении, поднимая голос в конце предложений, американцы создают эффект вопросительной интонации. Это может создавать впечатление неуверенности, и такое произношение порой воспринимается как неформальное или даже неуместное в деловых коммуникациях. Ещё одно явление, vocal fry, возникает, когда голосовые связки закрываются не полностью, что придаёт речи "хриплый" или "шершавый" звук. Это стало характерным для некоторых американских знаменитостей и создает новые стереотипы в произношении (S. Allen, 2019).

Восточный американский акцент охватывает районы Новой Англии и некоторые другие восточные штаты, включая Массачусетс, Род-Айленд и Коннектикут. Среди ключевых характеристик EA можно выделить неротичность, где звук [r] часто теряется в конце слов, как в "car" [ka:] или "park" [pa:k]. Вместо GA [ɜ̄] и [ə̄] используются звуки [z:] и [ə], например, в словах "bird" [bz:d] и "sister" ['sistə]. Использование широкого [a] в таких словах, как "father" и "Harvard", делает произношение уникальным. В таких случаях, как "ask", "dance", "answer" и "aunt", предпочтение отдается более традиционному [a].

Южный американский акцент (SA) охватывает широкий диапазон от Восточного Техаса до Южного Мэриленда. Основная черта акцента заключается в появлении эффекта "southern drawl", при котором вокализация становится медленной и растянутой. Для SA также характерна неротичность. В южном акценте наблюдается выраженное удлинение некоторых гласных, а также преобразование монофтонгов в дифтонги и трифтонги, приводя к более сложной артикуляции звуков, например, [æɪsk] для *ask*. Иногда напротив, происходит упрощение дифтонгов до монофтонгов: [aɪ] упрощается до [a:] перед звонкими согласными, *fine* [fa:n], *high* [ha:]. Дифтонги в SA часто образуются из одиночных гласных, что делает их произношение более "тягучим". Например, "go" может звучать как [gou], а "out" как [aut] или [æut]. В словах с окончаниями "-ing" "r" часто опускается, создавая произношение, как в ['rʌŋɪŋ] для "running".

Для точного сравнения акцентов важно отметить, что их использование в социальных контекстах также отражает культурные и исторические различия. Так, общий американский акцент (GA) воспринимается как "ожидаемая норма" в деловой обстановке и на радио. В южном акценте (SA) наблюдается

тенденция к вокализации и явному использованию дифтонгов, в то время как в GA много гласных произносится как простые звуки. В EA произношению придается огромное значение исторической обусловленности, тогда как в SA акцент более ориентирован на культурные и региональные отличия.

Таким образом, можно сделать вывод, что американский английский – это увлекательная и сложная тема, предоставляющая богатый материал для изучения. Разнообразие акцентов, произношений и интонационных паттернов демонстрирует многослойность культурных и социальных взаимодействий, происходивших на протяжении истории. Каждый акцент не только отражает региональные характерные черты, но и формирует уникальную языковую идентичность, которая в полной мере отражает разнообразие американского общества.

О. М. Яскевич

АКТУАЛЬНОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ НОВЕЙШИХ ТЕНДЕНЦИЙ В БРИТАНСКОМ АНГЛИЙСКОМ

Одной из главных целей студентов языкового вуза является достижение понимания иноязычной речи на слух, а также естественности звучания иноязычной речи. В этой связи никогда не переставало быть целесообразным обучение англоязычной речи на основе стандартного английского языка (Standard English), история которого тесно связана с юго-восточной Англией и который в то же время широко используется и понимается во всех англоворящих странах, и обучение английскому произношению с использованием британского общепринятого произношения (British Received Pronunciation).

За последние несколько десятилетий лингвистический портрет Соединённого Королевства претерпел значительные изменения, связанные с миграционными процессами и значительным притоком в Соединенное Королевство мигрантов, в частности “цветных” мигрантов: африканцев, вест-индийцев (выходцев из Карибского бассейна), бангладешцев, пакистанцев, индийцев и др., произведшими существенный сдвиг в этнокультурном (расовом и национальном) составе населения и способствовавшими этнокультурной мозаичности британского общества, развитию в Соединённом Королевстве мультикультурного общества, в котором мигранты и их потомки обрели возможность интегрироваться в британское общество, сохраняя при этом свои культурные и этнические особенности. Так, по результатам переписи населения 2021 года каждый шестой житель Англии и Уэльса родился за пределами Великобритании. По данным РИА Новости от 02.12.2022 Лондон, Бирмингем и Лестер перестали быть английскими: “белые британцы” в этих мегаполисах составляют этническое меньшинство. В 2023 году количество мигрантов в Великобритании увеличилось на 52 процента по сравнению с 2022 годом и достигло самого высокого показателя среди всех стран-членов Организации экономического сотрудничества и

развития (ОЭСР). Великобритания стала страной номер один в ОЭСР по количеству мигрантов со статусом ПМЖ по отношению к общей численности населения.

Обозначенные выше процессы в британском обществе и мире в целом привели к появлению в начале 1980-х годов и стремительному развитию так называемого мультикультурного лондонского английского диалекта, оттеснившего с языковой сцены Лондона во многих отношениях диалект кокни, который традиционно был присущ представителям рабочего класса Лондона. Возникший в результате тесного контакта между носителями разных этнических и языковых групп в многонациональных районах Лондона, мультикультурный лондонский английский прежде всего ассоциируется с молодыми лондонцами, в том числе “белыми британцами”, представителями рабочего класса, которые выросли в районах, отмеченных высоким уровнем иммиграции. Стремительно развиваясь, подпитываемый современной попкультурой в лице таких грайм-исполнителей как Диззи Раскал и Стормзи – носителей мультикультурного лондонского английского, данный диалект стал современной модной тенденцией среди молодого поколения, охватившей этнически разнообразные городские районы Англии от Тауэр-Хамлетс в Ист-Энде Лондона (одного из самых этнически разнообразных районов в Лондоне, в котором больше половины населения являются национальными меньшинствами) до Торки (город в графстве Девон на южном побережье Англии, примерно в 265 км к западу-юго-западу от Лондона и 30 км к югу от Эксетера) и до Бирмингема (город в графстве Уэст-Мидлендс северо-западной части Англии в 163 км к северо-западу от Лондона), Лестера (город в графстве Лестершир в 143 км к северо-западу от Лондона) и Манчестера (город в графстве Большой Манчестер в северо-западной части Англии в 322 км к северу от Лондона).

Мультикультурный лондонский английский объединяет элементы различных культур и этнических групп, создавая свой уникальный облик, отражающий многообразие современного британского общества и проявляющийся на всех языковых уровнях. Важно понимать, что на сегодняшний день рассматриваемый диалект не является территориально, классово, расово и этнически ограниченным. Единственным отличительным и ограничительным признаком может служить молодой возраст носителей диалекта. Быть молодым в Лондоне и не знать мультикультурный лондонский английский со всеми его изменениями и инновациями сегодня не представляется возможным.

Непосредственная принадлежность межкультурного лондонского английского столице Великобритании, с одной стороны, и его широкая география и популярность в молодежной среде, с другой стороны, задают, во-первых, новые целевые ориентиры в области изучения английского языка. Знание новейших тенденций в британском английском становится особенно актуальным, необходимым для того, чтобы не растеряться в естественной языковой среде, без затруднений воспринимать и понимать речь носителей языка, а также для того, чтобы иметь все необходимые предпосылки для

естественного произнесения иноязычной речи, уместного в современной межкультурной коммуникации. Во-вторых, появляются новые требования к профессиональной деятельности преподавателя, для которого важно оставаться в курсе последних тенденций в языке, и используемой методике преподавания английского языка, где современные тенденции должны по праву занять своё место наряду со стандартным английским языком и британским общепринятым произношением.

Круглый стол **«ГРАММАТИЧЕСКИЕ КАТЕГОРИИ** **И ЕДИНИЦЫ В РАЗЛИЧНЫХ»**

Е. В. Коленда, М. Д. Крымовская

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ СОСЛАГАТЕЛЬНОГО НАКЛОНЕНИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЦИТАТ АНИМАЦИОННОГО ДИСКУРСА С РУССКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ

Процесс глобализации способствовал комплексной интеграции в различных сферах жизни, включая культурно-развлекательную, что привело к росту спроса на перевод кино и анимационных фильмов. Востребованность переводов анимационного дискурса и недостаточная степень исследования вопросов, которые касаются способов перевода анимационных фильмов, обуславливает актуальность данного исследования.

В условиях увеличивающегося влияния анимационного жанра на языковые тенденции и культурные нормы, изучение особенностей перевода текстов анимационного дискурса становится важным направлением научного анализа.

Цель проводимого исследования – выявить особенности передачи сослагательного наклонения при переводе цитат анимационного дискурса с русского языка на английский.

Довольно долгое время анимационное кино считалось чем-то второстепенным, менее значимым, чем кинематограф. В литературе по семиотике кино языку мультипликации уделялось незаслуженно мало внимания. Ю. М. Лотман говорил об анимационном фильме, как о самостоятельном искусстве со своим художественным языком, который противостоит языку как игрового, так и документального кинематографа (Ю. М. Лотман, 1993). Однако в последнее время развитие анимационного кино подтвердило точку зрения исследователя о сложной семиотике анимационного кино.

С развитием анимационного жанра возникла необходимость в специфической языковой форме, которая соответствовала бы особенностям этого жанра. Такая форма должна была учитывать возрастные особенности целевой аудитории, эмоциональную выразительность персонажей и тесную взаимосвязь с визуальным рядом. В результате сформировался анимационный дискурс – совокупность языковых, коммуникативных и стилистических средств, используемых в анимационных произведениях для передачи смыслов, характеров персонажей и эмоционального воздействия на зрителя. Анализируя особенности перевода анимационного дискурса, в первую очередь стоит подчеркнуть, что этот тип дискурса включает в себя разнообразные вербальные и невербальные средства, которые определяют характерные черты данного жанра.

Рассмотрим анимационный дискурс в рамках классификации В. И. Карасика, который выделяет следующие параметры для описания дискурса как институционального: типовые участники, хронотоп, цели, ценности, стратегии, материал (тематика), жанры, прецедентные тексты (В. И. Карасик, 1998).

Типовыми участниками анимационного дискурса являются создатели анимационного фильма (сценаристы, режиссёры, актёры озвучивания, переводчики) и зрители. Каждый из участников выполняет свою роль в процессе создания и восприятия произведения. Временно-пространственные рамки (хронотоп), в пределах которых разворачивается действие анимационного произведения, могут быть как реальными, так и фантастическими, что характерно для некоторых жанров анимации. Основными целями анимационного дискурса являются воспитательная и развлекательная. Этические, культурные и эстетические нормы, отражённые в сюжете и поведении персонажей, направлены на формирование мировоззрения зрителей. Основной стратегией анимационного дискурса является коммуникативная. Использование простого и понятного языка, средств эмоциональной выразительности, повторов, речевых клише и других приёмов способствуют эффективной коммуникации с целевой аудиторией. Тематика анимационных фильмов разнообразна. Сюжеты часто ориентированы на детскую и подростковую аудиторию и включают образовательные, развлекательные и морально-нравственные темы. Выбор жанра анимационного фильма обусловлен целевой аудиторией, для которой создаётся анимационный контент. Жанры варьируются от исторических до жанров фэнтези. В данном типе дискурса также встречаются прецедентные тексты. Это могут быть сюжеты, фразы или герои из детских книг, мифов, легенд, комиксов и сказок, создавая узнаваемость и устойчивость жанра.

Таким образом, анимационный дискурс полностью соответствует характеристикам институционального дискурса по В. И. Каасику, функционируя в рамках определённого социального института – индустрии анимационного производства и распространения.

Сослагательное наклонение в иностранных языках выполняет функцию выражения нереальных, возможных, желаемых действий и состояний. Его особенности и формы могут значительно различаться в зависимости от конкретного языка.

Сослагательное наклонение в русском языке представляет собой сочетание некоторых форм с частицей *бы* (*б*). Данная частица имеет довольно широкую дистрибуцию, и какие именно из ее употреблений относить к категории сослагательного наклонения, остается предметом обсуждения.

В английском языке сослагательное наклонение (the Oblique Moods) используется в более широком количестве контекстов и представлено следующими формами: Subjunctive I, Subjunctive II, Suppositional Mood, Conditional Mood. Сослагательное наклонение в английском языке выражает не только нереальное действие или состояние, но и пожелание, предположение и другие оттенки значения, которые в русском языке могут передаваться с помощью других грамматических конструкций или форм глаголов.

Для реализации цели исследования нами были отобраны 80 крылатых фраз из советских мультфильмов. Анализ данных крылатых фраз показал, что лишь 1 крылатая фраза при переводе на английский язык по форме соотносится с сослагательным наклонением (*Aх, если бы сбылась моя мечта, какая жизнь настала бы тогда!* («Летучий корабль») ‘If my dream came true, what a life I would have!’). При дальнейшем анализе были отобраны 15 цитат, при переводе которых был использован метод грамматических трансформаций (членение предложения, трансформация грамматического значения): Subjunctive I (*Свободу попугаем! Сво-бо-ду по-пу-га-ям!* («Возвращение блудного попугая») ‘Be parrots free!'; *Ты заходи, если что!* («Жил-был пес») ‘Come around, if need be’; *Ребята, давайте жить дружно!* («Кот Леопольд») ‘Everybody get along together!'; Эх, жизнь моя, жестянка! Да ну ее в болото! («Летучий корабль») ‘Be damned my life!'; *Ничего себе! До чего техника дошла!* («Зима в Простоквашино») ‘Glory be! It's amazing that technology be developed that much!'; *А давай вместе бояться, а?* («Котенок по имени Гав») ‘I suggest we be scared together.’); Subjunctive II (*Живу я как поганка, а мне летать, а мне летать охота!* («Летучий корабль») ‘I live as if I were a toadstool, I wish I could fly’; *А я не хочу, не хочу по расчету, а я по любви, по любви хочу.* («Летучий корабль») ‘I wish I could marry for love.’; *А я такой голодный, как айсберг в океане!* *А ты такой прекрасный, как летом эскимо...* («Ну, погоди!») ‘I'm so hangry as if I were an iceberg in the ocean and you're so beautiful as if you were a summer popsicle.’; *Кажется, дождь собирается...* («Винни-Пух и все-все-все») ‘It seems as if it were going to rain/ It were about to rain.’; *-У меня есть мысль, и я её думаю! – А можно я ее тоже немножечко подумаю?* («38 попугаев») ‘I wonder if I could think it a bit as well.’; *Я не хочу быть, извините, напримером* («38 попугаев») ‘Sorry but I'd rather not be a “forexample”.’); Subjunctive II + Conditional Mood (*Неправильно ты, дядя Федор, бутерброд ешь...* Ты его колбасой кверху держишь, а надо колбасой на язык класть. Так вкуснее получится... («Тroe из Простоквашино») ‘You had better not eat your sandwich this way – bread to your tongue. If only you could try it with the sausage downside! You would see the difference right away!'); Suppositional Mood (*Все-таки хорошо, что мы снова вместе.* («Ёжик в тумане») ‘It's amazing that we should be together.’; – *А где дедушка-то спит?* Да вон там в коридоре. На коврике. *А если не слушается, так я его веником!* («Бобик в гостях у Барбоса») ‘– Where does Grandpa sleep? – Over there, in the hallway. On the mat. Should he misbehave, he gets a boot!’).

Проанализировав данный фактический материал, мы пришли к выводу, что, во-первых, категория сослагательного наклонения не характерна для мультиликационного дискурса, во-вторых, при переводе цитат с русского на английский преобладает метод грамматической трансформации, который служит только для смысловой передачи нужной функции в художественном переводе. Диалоги в анимационном дискурсе прописываются согласно возраста целевой аудитории, а значит, при переводе грамматические конструкции с сослагательным наклонением не будут использованы, предпочтение будет дано аналоговым фразам или дословному переводу.

Круглый стол

«ДИКЦИЯ И ГОЛОСОВЕДЕНИЕ В ГУМАНИТАРНОМ ОБРАЗОВАНИИ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА»

М. Ю. Крылович

КАЧЕСТВЕННЫЕ ЭФФЕКТЫ АРТИКУЛЯЦИИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ У РЕЦИПИЕНТОВ ВФ-СИСТЕМЫ КОММУНИКАЦИИ

Исследования звучащей речи «человека говорящего» и мыслящего всегда будут интересны учёным, педагогам, а также самим обучающимся с практической точки зрения. Произносительная сторона речи, качество ее звучания как на родном, так и на иностранном языке, является тем феноменом, который неизменно вызывает интерес у исследователей.

Хорошее владение родным и иностранным языками в современном обществе приобретает все большее значение: для ориентации в повседневной жизни, для многих видов профессиональной деятельности, для успешного межкультурного диалога в современном поликультурном социуме. Владение несколькими иностранными языками для молодых людей, входящих в жизнь, становится все более важным фактором, влияющим на их социальный статус и уровень жизни.

Качество звучания речи на родном (или иностранном) языке отражает степень овладения языком. Оно зависит от степени сформированности фонологических обобщений, которые обеспечивают успешность лингвистических действий человека, связанных с процессами понимания и производства речи (Н. С. Евчик, 2000). У слышащих они формируются в естественных ситуациях общения через интуитивные и спонтанно развивающиеся стратегии. У неслышащих за счет отсутствующих или искаженных слухо-акустических ощущений формирование высших символических (фонологических) обобщений тем сложнее, чем значительнее степень потери слуха. В связи с этим в практике обучения слабослышащих языку возрастает интерес к поиску инновационных путей развития их речи, учитывающих особенности произношения данной категории детей. Возникает также необходимость разработать специальные развивающие стратегии, используя которые индивиды с нарушениями слуха способны осознанно контролировать свои перцептивно-артикуляционные действия, в целенаправленной деятельности доводя их до автоматизации.

В 2010–2012 гг. в специальных общеобразовательных школах г. Минска для детей с нарушением слуха был проведен ряд формирующих экспериментов с целью выявления качества и этапов освоения ими английского произношения на начальном этапе обучения. Реализации фонем английского слога в речи школьников с нарушением слуха сравнивались с нормативными данными, полученными в контрольной группе учащихся с нормальным

слухом. Сравнительно-сопоставительный анализ полученных данных позволил выявить ряд важных закономерностей. Цель следующего эксперимента состояла в выявлении качественных характеристик английской устной речи испытуемых, обучаемых с помощью традиционных методов (группа I) или с использованием инновационной технологии (группа II). Группа I изучала иностранный язык по традиционной методике с опорой на остаточный слух и зрительное восприятие, а в группе II обучение устной речи включало также сопровождение речи учителя и речи испытуемых знаками-кодами визуально-фонетической системы коммуникации. Новаторство данной работы заключалось в применении ВФ-системы коммуникации – инновационной технологии обучения иностранному языку детей с особенностями психофизического развития, которая позволяет компенсировать отсутствие слухового восприятия (Н. С. Евчик, 2021).

На первом этапе информантам-преподавателям английского языка было предложено дать комплексную оценку качества произнесенных учащимися фраз, учитывая такие показатели, как их сегментный состав и просодическая структура. Результаты эксперимента, выполненного на идентичном языковом материале в двух группах испытуемых с глубоким нарушением слуха, свидетельствуют о положительном влиянии ВФС коммуникации на восприятие и производство речи испытуемыми. По оценке информантов группа II (с ВФС) справилась с заданием значительно успешнее группы I (без ВФС). Соответствие произнесения английских фраз эталону в среднем на 60 % в группе 2 (с ВФС) подтверждает качество устной речи, обеспечивающее ее достаточную разборчивость при восприятии слушающим. В группе 1 (без ВФС) качество произношения, оцениваемое по среднему групповому показателю в 45 %, делало речь всех испытуемых менее внятной и перцептивно неразборчивой. Анализ восприятия неслышащими учащимися английских фраз в зависимости от наличия визуально-фонетической системы коммуникации при обучении выявил следующее: *не воспринятые фразы* (воспроизведение фразы учеником отсутствует) в группе I – 15 %, в группе II (с ВФС) – 1,6 %; *неадекватно воспринятые фразы* (качество воспроизведения фразы испытуемым ниже порога распознавания информантами) в группе I – 12 %, в группе II (с ВФС) – 5,4 %; *восприятие фразы с 3 предъявления* в группе I – 41 %, в группе II (с ВФС) – 0 %. Группа 1, не использующая ВФС в устной коммуникации, значительно превалирует по всем вышеуказанным показателям. Сравнительная характеристика качества речи учащихся с глубоким нарушением слуха в зависимости от наличия визуально-фонетической системы коммуникации при обучении выявила следующее. Общее качество речи: невнятная/нечленораздельная в группе I – 15 %, в группе II (с ВФС) – 1,6 %. Замена слогов вокализациями смешанного тембра в группе I отмечена у 100 % испытуемых, в группе II (с ВФС) у 20 %. Регулярный пропуск согласных звуков в слогах в группе I отмечен у 60 % испытуемых, в группе II (с ВФС) у 20 %.

Замена согласных звуков в слогах в группе I отмечен у 100 % испытуемых, в группе II (с ВФС) у 40 %.

В качестве типичных характеристик, характерных для всех испытуемых группы 1 (без ВФС), негативно влияющих на качество их речи, аудиторами было отмечено следующее: вокализации неопределенного тембра; замены гласных звуков; пропуск согласных звуков в слогах в безударной (слабой) позиции во фразе; пропуск согласных звуков в слогах в сочетаниях нескольких труднопроизносимых согласных; вставки дополнительных вокальных призвуков в слогах (в трудных для артикуляции сочетаниях английских фонем); вставки дополнительных вокальных призвуков в безударные слоги в заядерной части фразы; пропуск безударных слогов в смысловых единицах; пропуск лексических единиц; пропуск фраз.

Более отчетливая артикуляция, четкость слоговых комплексов, количественно-слоговой состав элементарных смысловых единиц, соответствующий эталону, делает речь реципиентов ВФ-системы (учащихся группы II) адекватной для понимания на слух, разборчивой и просодически лучше структурированной, чем речь испытуемых группы I (без ВФС). Таким образом, сопровождение артикуляции говорящего визуально-фонетической системой дает неслышащим ученикам возможность однозначно воспринимать звучащую речь с первого устного предъявления; использование ВФ-системы позволяет им самим контролировать качество собственного произношения на уровне, достаточном для распознавания речевых сегментов слушающим. Сама ВФ-система служит инновационной технологией, которая позволяет качественно и в более короткие сроки по сравнению с традиционным обучением формировать перцептивно-артикуляционную базу английского языка.

Круглый стол
«ПРЕОДОЛЕНИЕ МЕЖЪЯЗЫКОВЫХ БАРЬЕРОВ
В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА НА МАТЕРИАЛЕ
ФРАНЦУЗСКОГО, РУССКОГО, БЕЛОРУССКОГО ЯЗЫКОВ»

В. Р. Абреу-Фамлюк

**КОММУНИКАТИВНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ
СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ ОЦЕНКИ ВО ФРАНКОЯЗЫЧНОМ
ДИПЛОМАТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Дипломатический дискурс предстает как важнейший инструмент международных взаимоотношений, реализующий ряд функций: информативную, контактоустанавливающую, директивную, регулятивную. Дисгармоничная дипломатическая коммуникация может привести к серьезным последствиям как для отдельных государств, так и для мирового сообщества, вызывая международные конфликты, разрыв дипломатических отношений и даже вооруженные противостояния.

Существенное влияние на результаты дипломатической коммуникации оказывает такая важная общедискурсивная категория, как оценочность. Дискурсообразующие характеристики дипломатического общения (формальность, объективность, рациональность и проч.) регламентируются требованиями к деловой коммуникации в целом, однако оценочность едва ли можно причислить к базовым требованиям официального институционального общения. При этом, по нашим наблюдениям, проявления оценочности присущи дипломатической речи, и от степени выраженности оценки в значительной степени зависит коммуникативный результат взаимодействия между субъектами коммуникации.

Исследование стенограмм выступлений и интервью дипломатических представителей Франции позволяет выявить ряд коммуникативных параметров, свойственных контекстам оценочного характера. Так, любопытной тенденцией представляется снижение категоричности формального выражения оценки в речи французских дипломатов. В исследуемом материале данный феномен получает разнообразные варианты выражения:

1. Добавление модуса мнения для субъектизации оценки: *je pense que c'est une polémique qui est vaincible* ‘я думаю, что эта полемика бессмысленна’; *je trouve que c'est une bonne chose* ‘я считаю, что это хорошо’.

По сравнению с модусами знания и веры, модус мнения придает высказыванию характер исключительно личной и не претендующей на значимость оценки. С другой стороны, в жанре интервью использование данного модуса в оценочных контекстах поощряется именно за персонализированный и экспертный характер. При этом дипломатический представитель, очевидно, выражает не свою личную точку зрения, а официальную позицию государственных органов своей страны.

2. Смягчение категоричности оценочных элементов высказывания за счет двойного отрицания (особенно в случае отрицания единиц с негативным значением): *ce n'est pas anodin* – ‘это не безобидно’.

3. Снижение категоричности оценочной единицы путем смягчения термина, используемого интервьюером:

[Инициирующая реплика интервьюера] – *Y a-t-il un tabou turc dans l'OTAN ?* ‘Имеется ли в НАТО негласное табу относительно Турции?’

[Реактивная реплика дипломата] – *Il existe une interrogation sur les objectifs, les stratégies à long terme de l'Alliance <...> . Dans ce cadre-là, nous nous interrogeons sur le comportement de la Turquie.* ‘Дискуссионным остается вопрос о стратегических приоритетах и долгосрочных целях Организации <...>. На этом фоне политика Турции вызывает вопросы’

Снижение категоричности оценочных единиц прослеживается в диалогическом режиме франкоязычной дипломатической коммуникации довольно явно: дипломат в ряде случаев реагирует на ярко выраженную оценку лексических единиц путем грамотной подмены (вместо корректировки собеседника) некоторого оценочного термина при формулировке собственного ответного высказывания, выбирая более нейтральную единицу. Так, в приведенном примере оценочной единице *un tabou* ‘запрет’ говорящий предпочел менее эмоционально-окрашенную единицу *interrogation* ‘вопрос’.

Примечательно, что эвфемизация может также происходить за счет использования более многословных, расширенных формулировок, которые за счет меньшей смысловой емкости перераспределяют оценочные элементы и преподносят их в менее концентрированном виде, , ср.: *régimes qui pensent que les idées ne peuvent advenir que par la force* ‘власти, думающие, что идеи можно навязать только с помощью силы’ вместо эмоционально-экспрессивной оценочной единицы *dictature* ‘диктатура’.

4. В некоторых диалогических единствах отмечается обратная тенденция: интервьюер не стремится к яркой негативной оценке, и использует довольно мягкую постановку вопросов с некатегоричным запросом на негативную оценку (после чего следует еще более мягкая и нейтральная реакция дипломата, практически полностью лишающая высказывание какой бы то ни было оценочности):

[Инициирующая реплика интервьюера] – *Est-ce que cela vous inquiète ?*

[Реактивная реплика дипломата] – <...> *Et donc nous sommes à l'écoute en ce moment. Il y a des consultations qui sont faites et, là-dessus, je pense que c'est le sens, aussi, de l'Histoire.*

5. Некатегоричность оценки в исследованном материале может получать выражение через специфические грамматические формы французских глаголов: используются условное или сослагательное наклонения.

• <...> *reconnaitre politiquement l'État palestinien sans pour autant en faire une solution politique pour la région serait une erreur.* ‘Признать Палестинское государство политически, не рассматривая это как политическое решение для региона, было бы ошибкой.’

- *Je ne crois pas que ça soit utile de le faire seul, sans processus de paix et sans l'introduire dans un processus de paix comme une des conditions.* ‘Я не считаю, что стоит делать это в одиночку, без мирного процесса и без включения этого признания в мирный процесс в качестве одного из условий’.

Использования формы сослагательного наклонения (Subjonctif) в данном случае обусловлено, помимо прочего, наличием модуса мнения в отрицательной форме (*je ne crois pas* – ‘я не считаю’).

6. Если дипломатический представитель в своей речи и позволяет себе какие-либо элементы оценочного характера, то реализует их со ссылкой на вышестоящего государственного деятеля:

[Инициирующая реплика интервьюера] – *Solution à deux États, vous l'évoquiez, Paris la défend. Pour trouver une issue à ce conflit, est-ce que la France, à l'image de l'Espagne, veut reconnaître dès cette année la Palestine comme un État ?* ‘Решение о двух государствах, как вы упомянули, Париж поддерживает эту позицию. Чтобы найти выход из этого конфликта, намерена ли Франция, по примеру Испании, признать Палестину как государство уже в этом году?’

[Реактивная реплика дипломата] – *Alors c'est un sujet qui n'est pas tabou, le Président l'a dit dans ces termes. Je ne vais pas vous dire l'inverse ici.* ‘Значит, это не табуированная тема, Президент ясно об этом сказал. Я не стану утверждать обратное.’

Очевидно, что и в данном случае дипломатический представитель не в полной мере является адресантом сообщения: транслируя позицию государства, он ссылается на основного политического субъекта, отвечающего за принятие решений.

Таким образом, коммуникативный анализ стенограмм интервью дипломатических представителей Франции демонстрирует яркую тенденцию к митигации и снижению категоричности негативной оценки посредством ряда средств эвфемизации и субъективации для предотвращения нежелательных последствий в рамках международного взаимодействия.

Е. А. Завадская

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА АВТОРСКИХ ОНИМОВ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ С ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Оним в самом широком понимании, представляет собой имя собственное, выраженное словом, словосочетанием или предложением и служащим для выделения именуемого им объекта из ряда подобных, индивидуализируя и идентифицируя данный объект. В данной работе нас будут интересовать антропонимы, которые являются именами собственными, имеющие свою специфическую морфологическую структуру и семантику. Антропологический подход выделяет антропонимы в особый класс слов,

занимающий важное место в языковой картине мира того или иного народа. Антропонимы формируют национально-культурный компонент, объединяющий конкретный языковой коллектив.

Художественный текст часто изобилует наличием онимов (антропонимов), которые являются авторскими и служат для создания художественных образов персонажей произведения. Такого рода антропонимы помогают глубоко интерпретировать текст. Авторский оним в художественном тексте совмещает дифференцирующую и стилистическую функции.

Особую сложность представляет собой адаптация авторского онима-антропонима на другой язык. Рассмотрим пример антропонима, являющегося именем-кличкой основного героя сборника французских новелл «Les enquêtes de La Crevure» Dédé La Crevure (Publiwiz, 2023 г.).

Новеллы представляет собой расследования следователя по прозвищу La Crevure, которому помогает друг айтишник. Кличка призвана выделять субъекта из его окружения, подчеркивая какую-то особенную, присущую только данному субъекту черту. Иногда она может формироваться на основе факта или события, в связи с которым или в котором субъект как-то себя проявил. Поэтому перед переводчиком стоит сложная задача каким образом перевести клички (прозвища) главных персонажей художественного произведения. Стратегия форенизации могла бы облегчить участь переводчика использованием приема транскрипции и получить на выходе: следователь Кревюр. Транскрипция в данном случае подчеркнула бы французскость персонажа в переводе текста на русский язык. Тем не менее, соглашаясь с Ю. Н. Тыняновым, нельзя не учитывать тот факт, что в художественном тексте «нет неговорящих имен». Используемые в художественном повествовании имена не являются случайными, они используются для связи между текстов, автором и читателями. Таким образом, прием транскрипции или транслитерации обеднит восприятие авторского замысла.

При использовании стратегии доместикации нужно учитывать прямое и переносное значения слов La Crevure. Так, слово La Crevure в прямом значении – это *fente qui est provoquée par le fait de crever*. Можно перевести как ‘трещина, брешь, порез, зарубка, выемка, впадин’. Переносное значение, относящееся к лицу – это человек во всех смыслах отвратительный и способный на всё.

Данное прозвище главный герой получил, работая в полицейском участке в убойном отделе за то, что пренебрегая этическими и иногда законными нормами, раскрывал дела быстро и эффективно: ‘*La crevure c'est le surnom dont mes collègues policiers m'affublaient quand je traînais mes pompes dans des services masculins et testostéronés qui se féminisaient à grand coup de trentenaires*’.

Его прозвище стало легендарным для одних и наводило ужас на других: ‘*Je rentrais donc dans le commissariat, un grand balèze, prototype de la BAC, vint à ma rencontre afin d'affirmer son territoire, il fut arrêté dans son élan par un plus vieux et plus fin au nez de boxeur. – Laisse, c'est La crevure, je m'en occupe. Le costaud s'arrêta net, ma légende faisait son effet*’.

Исходя из словарных значений данного слова и с учетом контекста, переводчик мог бы предложить в качестве клички данного героя следующие варианты: Тесак, Резак. Тем более, что такие клички существуют как в реальном мире, так и в кинематографе.

Тем не менее автор новелл усложняет задачу переводчика, когда начальник полиции иронизирует над прозвищем, сравнивая его с «Raclure». – *Bon alors, j'ai eu le maire, il est furieux, il veut que l'enquête soit expédiée pour rouvrir le musée et oublier cette histoire. Ah oui, on nous envoie un enquêteur, un dénommé la Raclure, vous lui laissez le champ libre, ce sont les ordres d'en haut.*

В данном случае, переводчику необходимо выбрать такую кличку, которую, если память подвела другого персонажа можно легко сделать незначительной и уничтожительной. Также переводчику необходимо учитывать фонетическое подобие слов *crevure* и *raclure*. Значение слова *raclure* – ‘соскоб’ или в переносном значении ‘сукин сын’. Предложенные варианты Тесак, Резак не отвечают коммуникативной задаче художественного повествования.

Если воспользоваться семантическим переводом, который заключается в передаче точного контекстуального значения оригинала, то следователя, идущего напролом; против которого никто не устоит; против лома нет приема, можно назвать Ломом.

Таким образом, фрагмент художественного текста, включающего игру слов, переводится следующим образом: *Так, я только что от мэра. Он в ярости, он хочет, чтоб дело было быстро закрыто, история забыта, музей открыт. Ах, да, нам прислали следователя, по прозвищу ... как это Облом? Обломок? У него полная свобода действий, приказ свыше!*

В итоге слово ‘лом’ созвучно слову ‘облом’, которое имеет сниженную коннотацию.

Следует заключить, что перевод авторских онимов предполагает учет многих факторов: лексического значения единицы, интенции автора, контекста, творческого подхода. Удачно переведенный оним усиливает образ персонажа и формирует целостность художественного текста.

И. В. Матюшевская

ГЕРУНДИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ФРАНКОЯЗЫЧНОЙ ПРОЗЕ И СПОСОБЫ ЕГО ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК (на материале романов Ж. Диккера)

Герундий относится к неличным формам глагола, сочетающим свойства глагола и наречия. Синтаксически герундий выражает дополнительную предикцию, действие, зависящее от основного или сопровождающее его. Формальным признаком герундия является отделимая морфема *en* и суффикс *-ant*. (В. Г. Гак, 2000).

Согласно В. В. Гаку, функции герундия можно разделить на первичные и вторичные. К первым относится выражение одновременности, параллелизма действий: *En longeant le couloir, je regardai défiler les numéros des chambres* ‘Следуя за ним по коридору, я смотрел, как мелькают двери с номерами’.

Среди вторичных функций герундия встречаются выражение разнообразных логических отношений, прежде всего условия и причины: *Il imaginait le visage stupéfait de son père en apprenant son secret* ‘Он воображал ошеломленное лицо отца, узнавшего его тайну’ (значение причины); *Je suis très épanoui en portant des valises et en rendant service aux clients, indiqua Lev* ‘Я и так процветаю, **таская** чемоданы и **оказывая** услуги клиентам, – сказал Лев’ (значение условия/причины).

Герундий, которому предшествует наречие *tout*, приобретает уступительное значение: *Antiochus n'eut donc pas d'autre choix que de céder des parts au cousin Hansen tout en conservant le contrôle de la majorité* ‘Поэтому у Антиоха не оставалось другого выбора, кроме как согласиться с требованием Хансена, **сохранив** за собой контрольный пакет’ (значение уступки).

Следует отметить, что герундию, наравне с предложными инфинитивными конструкциями, свойственна способность выражать несколько отношений одновременно, например, отношения времени и причины (O. Soutet, 1989) Во фразе *La femme qui se trouvait dans le siège voisin, en entendant sa voix, leva les yeux de son journal* ‘Сидящая рядом женщина подняла глаза от газеты, **услышав** ее голос’ герундий *en entendant* передает действие, которое происходит одновременно с главным и при этом имеет оттенок причины.

В целом, структура «en V-ант» представляет собой одно из самых широко употребимых обстоятельств во французском языке, как в письменной, так и в устной речи (O. Halmøy, 2003). Хотя эта структура и близка к русскому деепричастию, ее перевод может представлять некоторую сложность. Отметим в начале, что Л. В. Щерба подводил деепричастие под категорию глаголов и отчасти под категорию наречий (Л. В. Щерба, 1957), В. В. Виноградов определял их как гибридную наречно-глагольную категорию (В. В. Виноградов, 1986). В синтаксическом плане деепричастия и деепричастные обороты выступают в предложении как обстоятельства времени, причины, условия, образа действия, цели, следствия, уступки или же иметь черты синкетизма (Г. Н. Акимова, 2013).

Для анализа предложений с герундием на французском языке были взяты два романа в оригинале и в переводе Марии Зониной («Загадка номера 622» и «Книга Балтиморов») современного швейцарского автора Жоэля Диккера (Joël Dicker), чья популярная проза в жанре детектива является образцом современного французского языка и позволяет составить представление об использовании форм герундия как в монологической, так и в диалогической речи.

Рассмотрим способы передачи герундия при переводе.

1) Перевод с помощью деепричастия или деепричастного оборота является самым очевидным, так как русское деепричастие во многом схоже с

французским герундием по значению и синтаксическим функциям: *Abel Ebezner en apprenant la nouvelle avait, bien entendu, tout mis en œuvre pour récupérer les actions de son fils* ‘Абель Эвезнэр, узнав эту новость, разумеется, сделал все возможное, чтобы выкупить акции сына’; *Je pensais qu'on se parlait, toi et moi, lâcha-t-il en faisant la moue* ‘Я думал, мы с тобой все друг другу говорим, – выпалил он, поморщившись’. Такой близкий по структуре способ перевод позволяет передать мысль кратко, при этом подчеркивается глагольная природа герундия.

2) Значение одновременного действия также нередко передается с помощью грамматической замены формы герундия на параллельное глагольное сказуемое: *Macaire s'effondra dans son fauteuil en gémissant* ‘Макер **застонал** и рухнул обратно в кресло’; *Elle promena son doigt sur la façade : « C'était mon bureau », me dit-elle en désignant un trou dans le mur, qui avait certainement été une fenêtre* ‘Она провела рукой по фасаду и **указала** мне пальцем на дыру в стене, которая когда-то явно была окном’. Отметим, что такой прием перевода наиболее уместен в тех случаях, когда герундий выражает параллельный характер действий.

Отдельно стоит добавить, что во фразах с герундием, где основной глагол – это глагол речи, а герундий характеризует его, перевод может происходить путем трансформации формы герундия в личную глагольную форму и опущения исходного французского сказуемого. Данное явление объясняется тем, что русский язык для передачи слов автора предпочитает глаголы с более конкретным значением, часто уже включающим образ действия, тогда как французский использует для этого конструкции вида «глаголы речи *dire, répondre, prononcer* etc. + герундий/наречие»: – *Vous venez ici pour écrire votre nouveau roman ? – Surtout pas ! lui répondis-je en riant* ‘– Вы приехали писать новый роман? – Только не это! – засмеялся я’; – *Votre petit-déjeuner est servi, madame, dit-il en souriant* ‘– Завтрак подан, мадам, – улыбнулся он’.

3) Замена герундия придаточным предложением: *En retrouvant ce décor familier de soleil et de palmiers, je ne pouvais pas m'empêcher de penser à Oncle Saul* ‘Когда **вдоль залитого солнцем шоссе замелькали привычные пальмы**, я невольно вспомнил дядю Сола’. Отправной точкой для такой трансформаций в данном случае служит необходимость перевести глагол *retrouver* ‘вновь встретить, отыскать’ не дословно, а с помощью продиктованной контекстом сложной трансформации, в результате которой возникает вторая грамматическая основа, **замелькали пальмы**. Её наличие исключает возможность перевода с помощью деепричастия или деепричастного оборота, выражающих действие, добавочное к главному, и требующих одного и того же актанта. Подобная ситуация наблюдается и в примере ... *et je ne me suis jamais senti aussi fier qu'en déambulant dans Oak Park avec mes deux cousins, tous trois vêtus de nos uniformes magnifiques* ‘...и я в жизни не чувствовал себя таким важным, как **когда мы с кузенами разгуливали** по Оук-Парку в своей восхитительной униформе’.

4) Замена герундия существительным с предлогом или без: *En rentrant à la maison*, *Tante Anita avait loué la qualité du repas* ‘На обратном пути тетя Анита похвалила блюда’; *En sortant*, *il n'aurait même pas trente ans* ‘По выходе на свободу ему бы не исполнилось даже тридцати’. Второй пример исключает вариант перевода с помощью деепричастия ввиду того, что личное предложение с этим значением в французском языке переводится на русский только безличным предложением, субъект у которого отсутствует. Деепричастный оборот в таких предложениях использовать нельзя, так как это повлечет за собой нарушение языковой нормы русского языка.

5) Замена герундия наречием возможна благодаря наличию у него адвербиальных черт: *Tous les matins à six heures, il s'annonçait en jappant devant ma porte, avec une précision que les humains n'auront jamais* ‘Каждый день в шесть утра он объявлял о своем прибытии **тьканьем** под дверью’. В сочетании с глаголами движения герундий обозначает образ действия: *Il partit en trottant, d'abord près du lac, puis à travers un chemin pédestre* ‘Он **рысью** двинулся вперед, сперва вдоль озера, потом по пешеходной дорожке’.

6) Отметим, наконец, ситуацию перевода эллиптического предложения с герундием отдельным полным предложением, как в примере: *Comment obtient-on une grande faveur ? – En rendant un grand service*, *suggéra Jean-Bénédict* ‘Как Тарногол может оказаться у меня в долгу? – **Надо оказать ему огромную услугу**, – предложил Жан-Бенедикт’.

Следует сказать, что некоторые обороты с герундием полностью утрачивают глагольное значение и переходят в разряд предлогов. Это случай выражения *en passant par*, которое в словаре определяется как ‘место, через которое проезжают; обстоятельства, продолжительность, причина или способ действия; значение распределения’. Пример: *Leur plan de route était de traverser le pays jusqu’au Canada, en passant par le Wyoming et le Montana* ‘Их план заключался в том, чтобы через всю страну добраться до Канады, **через Вайоминг и Монтану**’.

Таким образом, герундий как оборот, выражающий разнообразные логические отношения и широко использующийся в художественном тексте, требует вдумчивого подбора средств перевода. Их выбор определяется контекстом и тем, какой компонент – глагольный или адвербиальный – выходит на передний план в каждом случае.

Круглый стол
«ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ:
ЛИНГВИСТИКА И ПЕРЕВОД»

В. Г. Бричикова

ПУТЬ В ПРОФЕССИЮ ПЕРЕВОДЧИКА

Активные инновационные процессы в социально-экономической и политической жизни современного общества обусловили необходимость повышение качества обучения в высших учебных учреждениях. Реализация данной цели зависит от ряда условий, одним из которых является профессионально ориентированное обучение. Под данной деятельностью понимается система, включающая в себя личностные качества переводчика, владение им общими и специальными знаниями и умениями применять их на практике в процессе решения профессиональных задач практического, познавательного и исследовательского характера. Это, в свою очередь, повышает требования к профессиональной подготовке переводчика.

Развитие профессионализма – это сложный и долгий путь, по которому человек идет на протяжении всей своей жизни. Объясняется это многоаспектностью основ профессионализма переводчиков. Помимо хорошего владения иностранным языком и хорошего знания чужой культуры переводчик должен уметь не только сам практически пользоваться чужим языком, но и отражать в своих переводах особенности развития неродного языка. Профессионал – это человек, который обладает, прежде всего, высокой мотивацией к своей профессии, понимает перспективы своего личного и профессионального роста, стремиться реализовать их на протяжении всей профессиональной биографии. Переводчику профессиональному надо много знать и очень многое уметь, поскольку ему приходится заниматься разными видами перевода в самых разнообразных жизненных ситуациях.

Следует отметить, что последнее время в методике обучения переводчиков наблюдается все более последовательный перенос акцента с исключительно лингвистического аспекта языка на психологический, рассматривающий язык как систему и как социальное явление. Так, в процессе обучения переводчиков необходимо создавать в учебном процессе благоприятную образовательную среду, включающую обучающего в общение, которое осуществляется на изучаемом языке, и развивающую его способность самостоятельно осуществлять как свою учебно-познавательную деятельность, так и общение на международном уровне. Необходимы такие подходы к обучению, которые направлены на личностное развитие обучающихся и выражаются в учете психологических, профессиональных потребностей, их интересов и возможностей на принципах индивидуализации и дифференциации обучения.

Одним из наиболее эффективных средств психологической поддержки является содержательная оценка. Положительная оценка помогает преодолевать трудности, возникавшие и связи с неуверенностью многих студентов в самих себя, неадекватной оценке своих личностных качеств.

Именно от преподавателя зависит, будет воспринять студентами задание как формальное или как приглашение к совместной деятельности, к общению. Основной формой учебной деятельности в этом случае является не слушание, говорение, чтение и перевод на изучаемом языке, а совместная увлеченность коммуникативно-познавательно-предметной деятельностью. Живое общение, в зависимости от ситуации на практическом занятии преподаватель в глазах студентов выступает в роли речевого партнера, или помощника и консультанта, или инициатора общения. Что касается студента, то благодаря благополучным межличностным отношениям он не испытывает страха сделать языковую ошибку, быть непонятым, чувствует себя раскованно и свободно.

Интонационная, мимическая, жестовая вариативность, импровизация, экспрессия, динамизм в поведении преподавателя, варьирование ритмического рисунка практического занятия не только снижает стресс, повышает концентрированность внимания студентов, но создает у них потребность в таком же проявлении своих чувств.

Изучение иностранных языков сейчас доступно в разных форматах. Поэтому многие хотят попробовать себя в профессиональной сфере. На первый взгляд все просто: знаешь язык – ты профессионал, легко справишься с переводом научной статьи или выступления юриста. Однако на практике лингвистических знаний мало. Какие же навыки и знания необходимы, чтобы стать профессиональным переводчиком? **Личностные качества:** начнем с тех качеств, которые напрямую не связаны с переводческой деятельностью, но помогают при освоении новых знаний и к ним можно отнести терпение и усидчивость. Тем, кто собирается заниматься письменным переводом, усидчивость точно потребуется, так как обрабатывать большой поток информации, не всегда интересно. Плюс, если предстоит общаться непосредственно с клиентами, терпение обязательно пригодится. Следующим качеством является любознательность. Учитывая, насколько быстро меняется мир. Переводчик должен держать руку на пульсе и следить за новыми технологиями и тенденциями, быть в курсе мировых изменений. Так, например, перевод научных текстов будет проще, если специалист обладает любознательностью и стремлением постигать новое. Гибкость вытекает из предыдущего пункта. Новые программы сервисы, методики перевода лингвисту будет проще применять, если он умеет быстро адаптироваться. Переводчику очень важно иметь такое качество как коммуникабельность. Умение общаться с разными людьми пригодится лингвисту любого типа. Безусловно, это обязательный навык для устного переводчика, но тем, кто работает

удаленно, тоже полезно уметь быстро находить общий язык с заказчиками. К личностным качествам мы относим хорошую память. Несмотря на то, что этот навык развивается в процессе деятельности, хорошая память помогает в самом начале пути, на этапе обучения. Чтобы суметь запомнить огромное количество лексики, грамматических конструкций и уметь применять их, специалист должен постоянно тренировать память. Особенно это актуально для устных переводчиков, так как в процессе им приходится запоминать информацию одновременно на двух языках.

Рассмотрим навыки, которые напрямую связаны с работой переводчика. К ним мы, прежде всего, относим этику. Часто лингвисту приходится работать с деликатными темами. Нужно понимать, как гармонично обойти острые углы и уметь их сглаживать, не теряя смысл оригинала. Сюда же входит конфиденциальность. Принцип не разглашать информацию клиентов – залог получения доверия заказчиков. Документоведение особенно актуально для письменных переводчиков. Юридические и технические документы обладают специальными нормами оформления, которые нужно соблюдать. Важен также литературный вкус. Это более необходимо для переводчиков художественных текстов, но в целом для лингвистов полезно уметь переводить на красивый литературный язык. Навык развивается путем чтения книг. Быстрый поиск информации. Используется в основном при работе с техническими специализированными текстами, когда необходимо в словаре быстро найти дословный перевод. Однозначно важно знать родной язык. С одной стороны, кажется, что этот навык не обязателен. Однако дело в словарном запасе, владении разными стилистическими регистрами, чувстве стиля. Необходим переводчику тайм-менеджмент. Заказчики часто требуют выполнить работу в сжатые сроки. Поэтому для переводчика важно уметь правильно распоряжаться своим временем. Особенno, если работать предстоит над несколькими объемными заказами. Специалисту недопустимо что-то забыть или недоделать. Необходимо гармонично распорядиться рабочим временем, при этом не забывать об отдыхе и адекватно оценить сроки, которые понадобятся для качественного перевода. Пунктуальность, умение слушать, концентрация и стрессоустойчивость также не будут лишними в профессии.

Все выше перечисленные качества крайне необходимы для работы успешного переводчика. Особенно в настоящее время, когда высшее образование в Республике Беларусь носит гуманистический характер и направлено на формирование гармоничной, разносторонне развитой личности. Мы понимаем, что приоритетом признания ценности будущего специалиста являются как личностное, так и его когнитивное, коммуникативное и эмоциональное развитие.

Т. В. Бусел

**СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ЛИНГВИСТА И ПЕРЕВОДЧИКА:
БОЛЬШИЕ ЯЗЫКОВЫЕ МОДЕЛИ НА ОСНОВЕ ТЕХНОЛОГИИ
ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА**

Искусственный интеллект (ИИ) – это область науки, которая стремительно развивается и постоянно ставит новые задачи и вызовы перед человечеством. Британский ученый А. Тьюринг был одним из первых, кто задумался о возможности создания ИИ и разработал теоретическую и философскую концепцию этой идеи. Ученые полагают, что ИИ обладает огромным потенциалом для достижения благих целей: открытия новых областей научных исследований до улучшения качества образования. Если будут реализованы все потенциальные возможности, открывающиеся благодаря использованию инструментов ИИ в сфере науки, образования и других областей, представляющих общественный интерес, это может сыграть важную роль в развитии общества, а также изменить его к лучшему.

ИИ – это технология не только настоящего, но и будущего, по сути, это наделение компьютеров человеческими способностями, важнейшей из которых является владение языком. Язык – это память человечества, хранящая его знания, культуру и историю. Поэтому не удивительно, что построение ИИ моделей, описывающих функционирование человеческого языка и его связи с мышлением, а также позволяющих создавать универсальные интеллектуальные системы, обладающие знаниями и способные принимать решения, находится в фокусе современных научных исследований.

ИИ модели бывают разных видов, каждый из которых обладает уникальной архитектурой и подходом к пониманию и генерации естественного языка. Эти модели значительно эволюционировали со временем, пройдя путь от традиционных статистических методов к более сложным архитектурам на основе нейронных сетей, разработкой которых занимаются ведущие научные центры и университеты мира: Пекинская академия искусственного интеллекта, Кембриджский и Оксфордский университеты, на базе которых был создан Центр по изучению искусственного интеллекта и будущего человечества, Институт перспективных исследований проблем искусственного интеллекта и интеллектуальных систем МГУ имени М. В. Ломоносова, Стэнфордский университет и Объединенный институт проблем информатики НАН Беларуси.

Первые модели ИИ строились под конкретные языки, однако в настоящее время одним из основных требований к подобному программному обеспечению является мультиязычность. По данным, опубликованным в научном журнале *New Scientist*, большая языковая модель, получившая название *No Language Left Behind* (NLLB), может осуществлять перевод с 204 языков, включая редкие языки, такие как ачехский, фриульский, урду, а также языки коренных народов Африки и Австралии. Несмотря на свое

название, модель NLLB охватывает лишь незначительную часть из почти 7000 языков, существующих во всем мире. Модель NLLB по уровню качества перевода в среднем на 44 % превосходит ранее предлагаемые исследовательские системы на основе машинного обучения при использовании метрик BLEU, сравнивающих машинный перевод с эталонным человеческим переводом.

Развитие технологий ИИ способствует появлению многоязычных моделей, которые позволяют распознавать и синхронно переводить человеческую речь, а также выполнять аудиовизуальное дублирование и языковую локализацию. На основе NLLB была создана языковая модель SeamlessM4T, которая способна клонировать оригинальный голос с сохранением стиля, акцента и интонаций на 100 языков. Модель также позволяет выполнять синхронный перевод и поддерживает редкие языки, в том числе и наречие хоккиен (тайваньский язык), не имеющее собственной письменности. По данным, опубликованным в научном журнале Nature, благодаря объединению нескольких задач перевода в единую многогранную модель технология оптимизирует процесс перевода и значительно повышает эффективность.

Одним из ключевых факторов, который делает большие языковые модели уникальными, оказывается их способность обучаться. Модели, такие как NLLB и SeamlessM4T, как правило, обучаются на огромных объемах разнообразных текстовых данных, таких как корпусы текстов, книги, статьи, веб-страницы и т. д. В процессе обучения модель “учится понимать” языковые закономерности, структуру предложений и контекст. Обучение больших языковых моделей – это сложный и ресурсоемкий процесс, требующий комбинации передовых алгоритмов машинного обучения и больших объемов данных.

Большие языковые модели, как правило, используют трансферное обучение, это означает, что они могут применять полученные знания из одной задачи, чтобы обучиться выполнению другой задачи. Например, модель NLLB, обученная переводить с английского на испанский язык, может использовать полученные знания для перевода с английского на немецкий язык.

Обобщая исследования и разработки в сфере ИИ, можно выделить следующие наиболее перспективные задачи, которые могут быть решены с помощью больших языковых моделей:

- обработка естественного языка, поиск и извлечение информации из текстов;
- распознавание и синтез речи;
- автоматический перевод;
- анализ тональности текстов;
- исследование и сохранение языков, включая редкие и исчезающие языки (большие языковые модели способны генерировать тексты и переводы на различных языках, что помогает документировать и изучать культурное наследие);

- создание различных приложений, связанных с языком, таких как диалоговые системы, виртуальные помощники, системы машинного перевода и т. д.

В сфере образования большие языковые модели и специальные программы, созданные на их основе, такие как, например, Duolingo Max на базе GPT-4 становятся незаменимыми помощниками, как для преподавателей, так и для студентов. Они способны предлагать индивидуальные учебные программы и онлайн курсы, накапливать актуальную информацию и предоставлять доступ к обширным знаниям, тем самым повышая эффективность процесса обучения.

Большие языковые модели являются фундаментом новой цифровой реальности, в которой языки и технологии идут рука об руку. Большинство систем ИИ разработано для языков с высоким уровнем ресурсов, таких как английский, испанский и китайский, что создает серьезный языковой разрыв и лишает многих, в том числе белорусов, доступа к передовым технологиям на их родном языке. В этом контексте актуальной задачей в Республике Беларусь становится создание и развитие национальной языковой модели, способной поддерживать и продвигать белорусский язык в цифровом пространстве.

Создание ИИ технологий и систем является одним из приоритетных направлений развития научной, научно-технической и инновационной деятельности в Республике Беларусь. В связи с этим, важным, с практической точки зрения, является проведение фундаментальных и прикладных научных исследований, направленных на создание национальной языковой модели, которая сможет эффективно обрабатывать белорусский язык, учитывая культурные, лингвистические и деловые особенности страны, и предоставлять технологическую независимость в этой области.

Создание национальной большой языковой модели открывает новые возможности:

- сохранение и распространение белорусского языка, его интеграция в современные цифровые технологии для развития общества, экономики и науки в Республике Беларусь;
- создание национальной базы данных, которая станет основой для дальнейших исследований и разработок в сфере ИИ;
- развитие образования – разработка обучающих систем и платформ онлайн-обучения с использованием ИИ, которые позволяют создавать персонализированные учебные программы для белорусских и иностранных студентов, учитывающие их культурные особенности и предпочтения.

ИИ помогает ученым, лингвистам и переводчикам создавать новые горизонты для исследований и инноваций. Поддерживая развитие ИИ, создавая национальную языковую модель, общество получает уникальную возможность сохранить свое языковое и культурное наследие и ускорить технологическое развитие.

**ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В МЕДИЙНОМ ТЕКСТЕ:
ПРОБЛЕМА ИНТЕРПРЕТАЦИИ И ПЕРЕВОДА**
(на материале корпуса “News on the Web”)

Одной из актуальных задач изучения медиадискурса учёные называют определение степени включенности всех участников массовой коммуникации в совместное конструирование смыслов. Одним из способов такой включенности считается обращение к прецедентным феноменам.

Прецедентные феномены – это феномены:

- 1) известные значительной части представителей лингвокультурного сообщества;
- 2) актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане;
- 3) обращение к которым обнаруживается в речи представителей соответствующего лингвокультурного сообщества (Е. А. Нахимова, 2007).

Таким образом, прецедентный феномен – это уникальный факт, запомненный ранее и служащий основой и примером для восприятия подобных фактов. Кроме того, прецедентные феномены несут в себе культурную ценность и, следовательно, важны в рамках межкультурной коммуникации, т.е. для «адекватного взаимопонимания двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам» (С. Г. Тер-Минасова, 2000).

Таким образом, знание особенностей употребления прецедентных феноменов в дискурсе является необходимым для успешного осуществления коммуникации, в том числе межкультурной.

Прецедентные феномены широко используются в текстах масс-медиа, поскольку могут выполнять ряд функций:

– Использование прецедентных феноменов рассчитано на появление у читателей «нужных адресанту ассоциаций», оно помогает восприятию текста «как прозрачной загадки», доставляет удовольствие от её разгадывания (Н. А. Шабалина, 2006).

– Прецедентный текст выполняет персуазивную функцию (функцию убеждения), т. к. «это текст, обладающий определенным культурным авторитетом и вызывающий к себе уважение (иногда поклонение) у носителей языка» (Г. Г. Слыскин, 2000). Обращаясь к прецедентным текстам, «автор стремится убедить адресата в истинности своей точки зрения в тех случаях, когда у него не имеется для этого достаточного фактического материала» (В. В. Зирка, 2005).

– Прецедентные феномены обладают большим прагматическим потенциалом, поскольку они сокращают дистанцию между автором и читателем, активизируют читательское внимание, усиливают экспрессивность за счет компрессии информации (В. В. Зирка, 2005).

– Любой прецедентный феномен употребляется в текстах СМИ умышленно: «он задуман для того, чтобы, произведя впечатление на адресата, выполнить функцию воздействия» (т. е. манипулирования) (Е. Н. Орехова, 2011).

Среди прецедентных феноменов можно выделить прецедентный текст, прецедентное высказывание, прецедентная ситуация и прецедентное имя. Для текстов, представленных в медийном дискурсе наиболее характерно использование прецедентных имен и ситуаций.

Структура прецедентного имени представляет собой ядро и периферию. Ядро имени состоит из его дифференциальных признаков, включающие в себя признаки предмета (внешность или черты характера), либо актуализируемые через прецедентную ситуацию (М. С. Жданова, 2013).

Периферия прецедентного имени состоит из его атрибутов, т. е. некоторые элементы, тесно связанные с тем или иным прецедентным именем, которые достаточны, но не необходимы для его сигнификации (М. С. Жданова, 2013).

Полный и точный набор элементов, составляющих дифференциальные признаки того или многое имени, назвать невозможно, поскольку состав прецедентных феноменов является подвижным, т.е. в процессе развития языка могут появляться одни прецедентные феномены, в то время как другие могут выходить из употребления, либо приобретать новые значения (А. С. Багдасарян, 2017).

Кроме того, некоторые исследователи предлагают классификацию прецедентных феноменов по сфере бытования, выделяя:

1. Социумно-прецедентные феномены, т.е. понятные и знакомые представителям определенного социума (профессиональные феномены, возрастные феномены). Такие феномены, как правило, не зависят от национальной культуры и не используются в текстах СМИ (А. С. Багдасарян, 2017).

2. Национально-прецедентные феномены, т.е. известные любому среднему представителю того или иного национального лингвокультурного сообщества. Такие феномены входят в национальную когнитивную базу и часто употребляются в медийных текстах (А. С. Багдасарян, 2017).

3. Универсально-прецедентные феномены, т.е. известные любому среднему современному человеку, каждому представителю общества. Такие феномены входят в «универсальную» когнитивную базу и активно употребляются в медийных текстах (А. С. Багдасарян, 2017).

4. Автопрецеденты, т.е. отражение окружающих вещей в сознании конкретного индивида, которые имеют эмоциональный, познавательный компонент для конкретной личности. Например, сюда можно отнести некоторые воспоминания из детства, связанные с особыми индивидуальными представлениями (А. С. Багдасарян, 2017).

Однако, при обращении к универсальным прецедентным феноменам, следует учитывать, что «один и тот же прецедент для носителей различных культур может иметь несколько различающиеся инварианты восприятия» (А. С. Багдасарян, 2017).

Поскольку прецедентные феномены несут в себе большой объем текстовой информации, которая часто носит национально-культурный характер, то перевод таких единиц на другой язык вызывает трудности. Перевод прецедентов требует особого подхода и имеет свою специфику. Основными способами перевода являются транскрипция и транслитерация (например, для универсальных прецедентных феноменов, при совпадении дифференциальных признаков в различных лингвокультурах). Однако такой метод не подходит для перевода всех типов прецедентных феноменов.

Для того, чтобы правильно определить стратегию перевода прецедентных феноменов необходимо правильно интерпретировать его содержание, что позволяет обращение к такой лингвистической модели как фрейм. Структура фрейма представлена слотами и связями между ними. Структура фрейма позволяет отображать прецедентные имена и их дифференциальные признаки, а также сравнивать дифференциальные признаки универсальных прецедентов, представленных в различных лингвокультурах.

Для перевода таких прецедентов переводчик должен прибегнуть к особым стратегиям перевода:

1. Сохранение образности при передаче понятийного содержания (восполнение прагматического и стилистического потенциала языковой единицы с помощью калькирования или транскрипции и транслитерации, часто сопровождаемых разъяснительным переводом или переводческим комментарием): *Eeyore just wouldn't countenance it. "We haven't had an earthquake lately, " was Eeyore's tart respons.* – Иа просто не мог этого допустить. «В последнее время у нас не было землетрясений», - таков был его едкий ответ (Иа – прозвище Филипа Хэммонда, которое британский политик получил за свою угрюмость).’

2. Стилистическая нейтрализация (использование описательного перевода, модуляции, генерализации или даже опущения позволяет сохранить понятийное содержание образа, при этом национально-культурный компонент прецедентного феномена теряется): *So we learn that he can dodge heffalump traps.* – ‘Итак, мы узнали, что он может уклоняться от ловушек.’ *It seemed a 'light-show', when lots of mobile phones were held up around the ground, was the tigger moment.* – ‘Казалось, что "световое шоу", когда множество мобильных телефонов были подняты над землей, стало тем самым радостным моментом.

3. Контекстуальная замена (замена образного элемента языка оригинала образным элементом языка перевода): *The kettle not boiled in a smart home essentially becomes Sherlock Holmes's dog that didn't bark, a potentially vital clue that all is not as it should be.* Чайник, не вскипевший в умном доме, по сути, становится потенциально важной подсказкой на то, что все пошло наперекосяк. Таким образом, определение типа прецедентного феномена, а также его правильная интерпретация являются необходимыми для наиболее подходящего способа перевода.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ
ДЛЯ АВТОМАТИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА
И ТРАНСКРИПЦИИ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ НАЗВАНИЙ:
СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Географические названия, или топонимы представляют собой реалии, которые передают национально-культурные особенности. Это, в свою очередь, отражается не только во внутренней форме имени, но оказывает непосредственное влияние на возможность передачи информации о них теми же средствами, какими происходит перевод апеллятивных единиц. Тесная связь с отражением индивидуальных объектов вынуждает уделить большее внимание звукобуквенному комплексу этой лексической единицы. Поэтому, в процессе адаптации имени собственного на другой язык важно передать эти характерные черты.

Говоря о передаче названий географических объектов с иностранных языков, мы можем выделить несколько принципов:

- 1) транскрибирование;
- 2) транспозиция;
- 3) калькирование;
- 4) смешанный способ (транскрипция и калькирование);
- 5) традиционное соответствие.

Транскрибирование представляет собой графическую запись звучания слова, которая позволяет точно передать средствами языка перевода звучание исходного топонима (*Midway* – ‘Мидуэй’). Данный способ является наиболее распространенным, так как при помощи него соблюдается принцип взаимно однозначного соответствия между языком оригинала и графическими соответствиями в языке перевода. Однако может возникнуть случай, когда языковая единица передана при помощи искаженной транскрипции, где запись звуков на языке перевода не соответствует исходной. В некоторых случаях она может сохраняться.

Говоря о переводе имён собственных, нельзя не упомянуть принцип **этимологического соответствия**, или **транспозицию**. В переводе имен переводчик стремится сохранить смысловое содержание исходного имени, учитывая особенности целевой культуры. Для этого переводчик использует метаперевод, создавая в сознании не только переводческое, но и метапереводческое пространство. В этом и заключается суть данного принципа – использование тех имён собственных, которые разнятся по форме в разных языках, однако имеют одно и то же лингвистическое происхождение: *Michael* – ‘Михаил’, *Eugene* – ‘Евгений’ и др.

Ещё один способ – **калькирование** – создает новое слово посредством копирования структуры исходного (*North Peak* – ‘Северная Вершина’). При использовании данного переводческого приёма происходит процесс изменения формы слова, падежа, порядка, окончания и так далее.

Смешанным способом переводчики пользуются в том случае, когда работают с географическими объектами, содержащими в своей структуре указания сторон света и прилагательные.

Также при передаче иноязычных географических имён может сохраняться их устоявшаяся традиционная форма: Navajo – ‘Навахо’ и т. д. Данный переводческий приём носит название **традиционного соответствия**.

Таким образом, только при традиционном способе перевода географических названий могут возникнуть трудности, так как переводчику нужно четко определять, какой или какие из приемов следует применить для того, чтобы перевод географического названия на иностранный язык являлся полным и адекватным с точки зрения языковых, а также культурных особенностей.

Автоматизация перевода и транскрипции топонимов является сложной задачей, требующей учета лингвистических правил, исторических факторов, культурных особенностей и вариативности написания. В последние годы машинное обучение стало мощным инструментом для решения этой задачи, предлагая новые подходы и перспективы. Предельной задачей искусственного интеллекта является понимание естественного языка. При этом в качестве ввода и вывода может использоваться как речь, так и текст на одном из естественных языков, представленный в письменной форме. Но, если мы возьмем для перевода, допустим, имя собственное на английском языке и попытаемся сделать передачу на белорусский с помощью уже существующих систем автоматического перевода, то результат будет не всегда верным.

Современные системы автоматического перевода работают на базе нейронных сетей, которые обучаются на корпусах текстов и другой текстовой информации, находящейся в открытом доступе. Однако для многих языковых пар отсутствует достаточное количество параллельных данных для обучения моделей МО. В примере перевода с английского на белорусский у системы машинного обучения недостаточно данных, чтобы обучиться корректной передаче. Поэтому, целесообразным является обучать нейронную сеть, или систему машинного обучения, не только по корпусам, но также и на правилах, тем самым используя гибридный способ при моделировании системы автоматического перевода.

Стоит отметить, что в Республике Беларусь разработаны правила транслитерации, но они действуют для передачи имен собственных с белорусского или русского языка на латиницу, но не в противоположном направлении. Поэтому в рамках исследования на основе Инструкции по транслитерации фамилий и собственных имен граждан Республики Беларусь при включении их персональных данных в регистр населения [46], а также закона «Абмовах у Рэспубліцы Беларусь» [74] предлагаются правила передачи имен собственных на белорусский язык.

Данная фактическая информация об особенностях передачи имен собственных географических объектов применяется для последующего создания модели, обученной специально на данных по географическим названиям, с учетом их особенностей и характеристик. Для этого правила передачи

преобразуются в программный код, реализующий алгоритм перевода англоязычных топонимов на белорусский язык, который в последующем также используется для моделирования системы машинного обучения для автоматического перевода географических названий. Затем необходимо создать параллельный корпус географических названий на белорусском, русском и английском. Это будет включать в себя уже созданный в рамках исследования автоматический словарь, или базу данных, топонимов, содержащий 1000 вхождений, а также справочники географических названий, вебстраницы и документы, содержащие топонимы как на белорусском, так и на русском и английском языках. Все эти данные необходимо будет формализовать таким образом, чтобы нейронная сеть смогла обучиться. В конечном итоге будет создана система машинного перевода географических названий, которая будет учитывать как языковые, так и культурные особенности географических названий Беларуси.

Подводя итог, хочется отметить, что создание такой системы не только позволит значительно автоматизировать процесс перевода и транскрипции географических названий, повысить его точность и эффективность, но и обеспечит соблюдение языковых норм и культурного наследия Беларуси при работе с геопространственными данными. Данная система станет ценным инструментом для картографов, лингвистов, разработчиков программного обеспечения и всех, кто работает с географической информацией на белорусском языке, способствуя сохранению и популяризации белорусской культуры и языка в цифровом пространстве.

Круглый стол
«ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»

С. Е. Борзенец, А. А. Цурканова

**ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИИ ИНТЕНСИВНОСТИ
В ПРИКНИЖНЫХ АННОТАЦИЯХ**
(на материале русского и итальянского языков)

Прикнижная аннотация – вторичный текст, имеющий целью познакомить читателя с содержанием произведения (первичного текста) и повлиять на его покупательский выбор. Семантическая структура этого типа текста динамична и вариативна; компонентами его семантической структуры могут являться сведения об авторе, о популярности книги, объяснение, для кого она предназначена, а также причины ее выхода в свет. Все более частым становится использование в прикнижных аннотациях такого элемента, как прямое обращение к потенциальному читателю. Обязательным элементом семантической структуры аннотации является блок сведений о содержании и характере основного текста.

Поскольку прикнижная аннотация является разновидностью рекламного текста, закономерно внимание, уделяемое языковой организации и эмоциональной насыщенности ее текста. В контексте особого внимания рекламы к средствам выразительности мы предполагаем, что средства вербализации категории интенсивности будут активно задействованы в исследуемом практическом материале.

Исследуемый материал представляет собой тексты объемом от 300 до 800 печатных знаков; наиболее типичный объем – 500–550 печатных знаков. Для рассмотрения было отобрано 100 русскоязычных и 100 италоязычных примеров использования интенсифицирующих средств.

Современное понимание интенсивности опирается на исследования Ш. Балли, который указывал, что «под термином интенсивность следует понимать все различия, сводящиеся к категориям количества, величины, ценности, силы и т.п., вне зависимости от того, идет ли речь о конкретных представлениях или об абстрактных идеях». Сущность категории интенсивности – это противопоставление ненормы норме, акцентированной детали – фону. Именно поэтому прагматической функцией категории интенсивности является функция привлечения внимания, акцентуации, эмоционально-экспрессивная функция. В качестве средств выражения интенсивности в прикнижных аннотациях были обнаружены лексико-фразеологические, морфологические, синтаксические и слово-образовательные средства. Фонетические средства выявлены не были.

Анализируя русскоязычный материал, мы обнаружили, что категория интенсивности вербализована примерно в 90 % прикнижных аннотаций. Чаще всего в изученных нами аннотациях встречались лексико-фразеологические средства (72 % от всех случаев). На долю собственно лексических средств приходится 58 % эпизодов интенсификации. В аннотации, где было обнаружено максимальное количество случаев интенсификации (семь), пять из них были реализованы лексическим способом. Базовые слова *очень*, *слишком*, а также слово *минимум*, классифицируемые как интенсивы, были использованы для интенсификации только в 6 % случаев, являясь, по всей видимости, слишком «примелькавшимся» и не способным произвести должного эффекта на воспринимающего информацию: «*держа за руку очень красивую девушки*», «*теперь уже слишком поздно*», «*прелесть психотрюков в том, что они работают в любом случае и требуют минимум тренировки*».

Наиболее значимое место в вербализации категории интенсивности в русскоязычных прикнижных аннотациях занимают интенсификаты – слова, имплицитно содержащих сему ‘очень’ (52 % от всех случаев). В проанализированных аннотациях присутствовали следующие существительные-интенсификаты: *бестселлер*, т. е. ‘**наиболее** продаваемая книга’; *педант*, т. е. ‘**очень** строгий и дотошный человек’; *нищета*, т. е. ‘**крайняя** бедность’; *талант*, т. е. ‘**выдающиеся** способности’.

Еще более частотными среди лексических средств являются прилагательные-интенсификаты: *истощенный*, т. е. ‘**очень** громкий, отчаянный’; *несметный*, т. е. ‘**огромный** по количеству’; *крошечный*, т. е. ‘**очень** маленький’.

В исследованных нами аннотациях был обнаружен только один глагол, несущий в себе сему интенсивности: *ненавидеть*, т. е. ‘очень не любить’.

Разнообразны и довольно многочисленны фразеологизмы, используемые в русскоязычных аннотациях (14 % от всех случаев): *дни молодого почтальона сочтены*, т. е. ‘их осталось **очень** мало’; *рыжеволосая красотка не выходит у него из головы*, т. е. ‘**очень** занимает его’; *полиция перевернула город вверх дном*, т. е. ‘привела в **совершенный** беспорядок’; *без риска для жизни заглянуть в святая святых мафии*, т. е. ‘**самое** сокровенное место.’

Морфологические средства вербализации категории интенсивности в русскоязычных аннотациях составили 22 % из всех обнаруженных случаев: *самое знаменитое произведение Антуана де Сент-Экзюпери*; *знакомит нас с самым загадочным героем мировой литературы*; *самая полезная книга о богатстве*. Такие конструкции нередко дополняются усилительным локативом *на свете*: *заведующий лотком самого капризного кота на свете*.

К редким случаям вербализации категории интенсивности относятся синтаксические (4 %) средства (*ему удаётся так глубоко проникнуть во внутренний мир своего хозяина, что он понимает его лучше него самого*) и словообразовательные (2 %) средства (*топ-лист*, где префиксoid *топ* означает ‘отличающийся высшим качеством того, что названо во второй части слова’).

Анализируя италоязычный материал, мы обнаружили, что категория интенсивности вербализована примерно в 96 % прикнижных аннотаций. Чаще всего в изученных нами аннотациях встречались лексико-фразеологические средства (80 % от всех случаев). На долю собственно лексических средств приходится 65 % эпизодов интенсификации. Базовые слова *molto*, *tanto*, *troppo* а также слово *tanto*, классифицируемые как интенсивы, были использованы для интенсификации в 45 % случаев. Например: *troppo tardi per cambiare idea* ‘слишком поздно менять мнение’, *ho aspettato tanto per questo momento* ‘я долго ждал этого момента’, *è molto stanco oggi* ‘он сегодня очень усталый’.

Интенсификаты – слова, имплицитно содержащие сему *molto* ‘очень’, – занимают 20 % от всех случаев. В проанализированных итальянских аннотациях присутствовали следующие интенсификаты, выраженные именами прилагательными: *straordinario* ‘очень необычный (экстраординарный)’, *eccezionale* ‘исключительный, очень необычный’, а также *immenso* ‘огромный, очень большой’.

В исследованных нами аннотациях были обнаружены в том числе и глаголы, несущие в себе сему интенсивности. Среди них *abbondare* ‘содержать очень много, в избытке’, *inondare* ‘очень/чрезмерно снабжать’ (например, информацией), *superare* ‘очень опережать/быть лучше/превосходить’.

Что касается фразеологизмов, то они составляют 15 % от всех случаев: *a pieni passi* ‘во весь опор, т.е. очень быстро’; *di gran lunga* ‘безусловно, т.е. очень вероятно’; *in piena regola* ‘как полагается, по всем правилам, т.е. очень ответственно’.

Морфологические средства вербализации категории интенсивности в италоязычных аннотациях составили 10 % из всех случаев: *bellissimo* (суффикс *-issimo* употребляется для выражения превосходной степени имени прилагательного *bello* ‘красивый’; *frescuccissimo* ‘наисвежайший’ (суффикс *-uccissimo* выражает превосходную степень прилагательного *fresco* ‘свежий’; используется преимущественно в разговорной речи).

Синтаксические средства вербализации интенсивности, как и морфологические, составляют 10 % изученного материала. К ним можно отнести следующие: *Che meraviglia!* ‘Какое чудо!'; *Che bellezza!* ‘Какая красота!’ и т. д.

Сравнительный анализ данных о вербализации категории интенсивности в русских и итальянских прикнижных аннотациях показал, что русский язык тяготеет к интенсификатам, где интенсивность скрыта в семантике слов, а итальянский язык чаще использует явные интенсификаторы, что указывает на более прямую коммуникативную стратегию. Оба языка широко используют фразеологизмы. В итальянском языке активно используются морфологические суффиксы для выражения превосходной степени, а в русском – аналитические конструкции, что объясняется различиями в грамматических ресурсах языков. Русский язык реже, чем итальянский, использует синтаксис

для интенсификации. Итальянские тексты чаще достигают интенсивности через комбинацию средств (лексика + морфология + синтаксис), что создает многослойное воздействие.

Настоящее исследование показало широкую распространность интенсифицирующих средств в аннотациях двух исследованных языков и, кроме того, выявило, как структурные особенности языков и культурные нормы влияют на выбор средств интенсификации, формируя уникальные стратегии воздействия на читателя в рамках одного жанра.

Н. П. Грицкевич

АКТИВИЗАЦИЯ УЧЕБНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ СРС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ПРАКТИКА УСТНОЙ И ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ»

В соответствии с Положением об организации самостоятельной работы студентов в МГЛУ от 22.03.2024 № 97 целями СРС являются:

- активизация учебно-познавательной деятельности обучающихся;
- развитие у обучающихся умений и навыков самостоятельного приобретения, обобщения и применения знаний на практике;
- саморазвитие и самосовершенствование обучающихся.

К основным формам организации самостоятельной работы относятся собственно самостоятельная работа (СР) и управляемая самостоятельная работа (УСР). СР осуществляется студентом самостоятельно. УСР включает проработку тем (вопросов), вынесенных на самостоятельное изучение, и выполняется по заданию, при методическом руководстве и контроле на определенном этапе обучения преподавателем.

Согласно учебной программы по модулю «Практика устной и письменной речи первого иностранного языка (английский язык)» для специальности 6-05-0231-03 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации» учебная дисциплина «Практика устной и письменной речи I» на первом курсе ФМК рассчитана на 466 академических часа, из них 180 часов аудиторных занятий. Самостоятельная работа студентов планируется в объеме 286 академических часа, из них 70 часов – управляемая самостоятельная работа.

В педагогической литературе существуют различные точки зрения по вопросу сущности самостоятельной работы студентов, что объясняется многогранностью данного понятия. Анализ психолого-педагогической литературы по проблеме СРС позволил установить, что различные подходы к определению ее сущности, структуры, а также роли преподавателя в организации этой работы определяются двойственным характером. С одной стороны, СРС является педагогическим средством организации и управления самостоятельной деятельностью студентов, с другой – представляет специфическую форму учебного и научного познания обучающихся.

Такое понимание сущности СРС позволяет говорить о ее внешней и внутренней сторонах: первая обусловлена обучающими функциями преподавателями, вторая – познавательными функциями студентов. Таким образом, следует исходить из двуединой сути СРС в системе учебного процесса в высшей школе, которая является одновременно средством и формой учебно-научного познания.

Для успешной организации самостоятельной работы студентов необходимо создать условия для реализации этих форм: провести отбор и дозирование учебного материала, разработать дидактические материалы и методические рекомендации по их использованию, организовать управление деятельностью студентов, контроль и самоконтроль. В настоящее время почти во всех вузах в той или иной мере ведутся разработки в вышеописанных областях.

Учитывая вышеизложенные факторы, на кафедре иноязычного речевого общения было разработано пособие в двух частях «Развиваем умения чтения и говорения = Developing reading comprehension and speaking skills» (Н. П. Грицкевич, М. Г. Богова, Т. В. Бусел, 2021), которое предназначено для студентов первого курса факультета межкультурных коммуникаций для специальности 6-05-0231-03 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации». В соответствии с учебной программой по учебной дисциплине «Практика устной и письменной речи» целью пособия является формирование у обучающихся умений и навыков осуществлять коммуникацию на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия, позволяющей использовать иностранный язык как средство общения в различных сферах их общественной и профессиональной деятельности.

Композиционно каждый из разделов пособия содержит аутентичные англоязычные тексты, предтекстовые, текстовые и послетекстовые коммуникативно-ориентированные упражнения, проблемные и творческие задания, разработанные как для организации и управления аудиторной и самостоятельной работой студентов.

Рассмотрим опыт организации самостоятельной работой на кафедре иноязычного речевого общения на факультете межкультурных коммуникаций с целью активизации учебно-познавательной деятельности обучающихся на основе применения материалов этого пособия.

При разработке системы предтекстовых, текстовых и послетекстовых коммуникативно-ориентированных упражнений, проблемных и творческих заданий для организации и управления аудиторной и самостоятельной работой студентов, авторы пособия руководствовались следующими уровнями учебно-познавательной деятельности обучающихся (воспроизводящий, полуторческий и творческий), разработанными в методике преподавания иностранных языков [Н. Д. Гальскова, 2004].

– Воспроизводящий (репродуктивный) уровень самостоятельной работы находится в основе других уровней и отвечает за формирование вербальной

лексико-грамматической базы, за создание эталонов в памяти в процессе выполнения лексических тестов и тестовых заданий для самопроверки и самоконтроля. На данном уровне идет усвоение и закрепление нового материала.

– Полутворческий (переходный) уровень самостоятельной работы вытекает из предыдущего. Здесь осуществляется перенос приобретенных знаний, навыков и умений на аналогичные ситуации, а также формирование высказываний в аналогичных ситуациях в процессе подготовки диалогов / ролевых игр / монологов по аналогии с предложенным алгоритмом; составление интеллектуальной карты по теме; изложение в письменной форме своего отношения по теме/проблеме. Самостоятельная работа этого уровня требует большей мыслительной активности и креативности.

– Творческий (креативный) уровень самостоятельной работы связан с формированием навыков и умений осуществлять поиск при решении более сложных коммуникативных задач: написание резюме / рецензии; подготовка мини-проекта, мини-презентации, проекта, мультимедийных презентаций по изучаемым темам. Именно здесь формируется творческая личность студента.

На протяжении 5 лет на кафедре иноязычного речевого общения сложилась традиция проводить конкурс ораторского искусства «Public Speaking Competition» на тему «My View on Modern Education», в котором принимают участие все студенты первого курса ФМК (190–195 студентов).

Конкурс проводится завершающем этапе изучения раздела программы «College Life», который включает следующие темы пособия: «Учеба в университете», «Проблемы адаптации первокурсников к учебе в университете и пути их решения», «Учеба в университетах страны изучаемого языка и Беларусь», «Общие черты и различия в системах университетского образования», «Традиционное и дистанционного обучение: преимущества и недостатки», «Проблемы изучения иностранного языка и способы их решения».

Конкурс состоит из двух этапов. Первый этап проводится в виде (2–3 минутной) устной презентации темы «My View on Modern Education» по изученному материалу, которую студент готовит самостоятельно в рамках управляемой самостоятельной работы, и представляет на аудиторном практическом занятии по учебной дисциплине «Практика устной и письменной речи I» в студенческой группе. Во время презентации преподаватель и студенты группы задают участнику конкурса вопросы по теме. Отбор победителей для участия в заключительном этапе конкурса осуществляется преподавателем и студентами группы (на основе ‘peer evaluation’).

В результате проведения первого этапа конкурса каждая группа представляет 1–2 студента для участия на заключительном этапе конкурса, который проводится в апреле в рамках проведения Дней науки МГЛУ. В жюри участвуют опытные преподаватели кафедры, которые выбирают победителей конкурса. Затем проводится их торжественное награждение с вручением грамот и подарков с символикой университета.

Образовательная цель проведения конкурса ораторского искусства – формирование умений и навыков публичного выступления, а также развитие критического мышления студентов, специализирующихся в области межкультурной коммуникации. При этом решаются воспитательные задачи, направленные на формирование у студентов понимания важности образования для личного, профессионального и общественного развития, воспитание положительного отношения к академической деятельности, формирование ответственного отношения к образованию и самообразованию.

Ю. А. Гурьева

**ПОЗИЦИОННЫЕ МОДИФИКАЦИИ АНГЛИЙСКИХ СОГЛАСНЫХ
НА ВНУТРИСЛОВНЫХ И МЕЖСЛОВНЫХ СТЫКАХ
В РЕЧИ БИЛИНГВОВ**

Изучение аллофонического варьирования фонем в современной фонетике учитывает его двухаспектную природу – комбинаторное и позиционное варьирование. Звуковые модификации под влиянием обоих названных факторов проявляются одновременно в каждой реализации сегментных единиц. В подсистеме консонантизма позиционный и комбинаторный аспекты аллофонии наиболее тесно взаимодействуют в сочетаниях согласных внутри слова и на межсловных стыках в форме различных явлений ассимиляции.

Нормативный статус целого ряда ассимиляций как обязательных был установлен уже в первых эмпирических работах по фонетике английского языка, и затем, начиная с середины 20 века эти выводы регулярно подтверждались акустическими данными, полученными в результате специальных экспериментальных исследований. В отношении позиционного варьирования сегментных единиц следует отметить отсутствие подобной экспериментальной базы и, соответственно, того единства взглядов, которое выработано в отношении комбинаторных модификаций и их внутриаллофонных градаций.

Очевидно, что, хотя позиционное варьирование неразрывно связано с комбинаторным, оно может быть изучено как самостоятельное явление. Исследования, посвященные позиционному варьированию, должны, прежде всего, показать, что именно позиция в слове определяет стабильность и полноту артикуляции согласных, и, более того, влияет на само присутствие согласного в фонемной структуре слова. В последние десятилетия данные о позиционном варьировании обогатились включением фактора позиций слова в синтагматической и общей фразовой акцентной структуре.

Экспериментально доказано, что позиционное маркирование элементов межсловных консонантных стыков способствует распознаванию границ слов и тем самым облегчает понимание связной речи. При нейтрализации различий между внутрисловными и межсловными стыками роль согласных как пограничных сигналов ослабляется или полностью утрачивается.

Материалом обсуждаемого исследования послужили около 150 слов и словосочетаний, содержащих консонантные стыки в различных позиционных условиях. Для корректности фонетического эксперимента внутрисловные и межсловные консонантные стыки отбирались в идентичных или близких по фонемному составу словах и словосочетаниях в речи одного и того же говорящего.

С учетом различного характера ассимилятивных явлений в консонантных стыках, было выделено 4 экспериментальных блока: смычно-взрывной/щелевой согласный [t] и сонант [r] ‘*light rain*’ vs ‘*train*’; смычно-взрывной/щелевой согласный [s] и сонант [w] ‘*nice week*’ vs ‘*sweet*’; смычно-взрывной согласный [t] и сонант [m] ‘*best man*’ vs ‘*boatman*’; смычно-взрывной согласный [k] и сонант [l] ‘*a black lamb*’ vs ‘*clam*’.

Для установления интерферентных явлений в ассимилятивных процессах в консонантных стыках, отобранные фразы и словосочетания были реализованы билингвами (3 человека) с высоким уровнем владения английским языком, в частности, его произносительной нормой. Запись экспериментального материала проводилась в студии звукозаписи Минского государственного лингвистического университета.

В рамках исследования был проведен аудитивный анализ стыковых консонантных сочетаний для выявления обязательности/необязательности ассимилятивных модификаций смежных согласных в речи билингвов. Аудиторам необходимо было отметить звуки/звукосочетания, в которых они фиксируют отклонения от нормативного произнесения.

На втором этапе эксперимента аудиторам предъявлялись для прослушивания минимальные пары звукосочетаний типа СС с небольшим участком (2-3 периода) последующего начального гласного (например, [tw] из ‘*twenty*’; [sw] из ‘*swim*’; [pr] из ‘*proofs*’; [kr] из ‘*cry*’; [kl] из ‘*clam*’ и С#С [tw] из ‘*meet Wendy*’; [sw] из ‘*nice week*’; [pr] из ‘*deep red*’; [kr] из ‘*black rug*’; [kl] из ‘*a black lamb*’). В задачу аудиторов входило определить тип консонантного стыка.

Акустический анализ проводился по параметру длительности. Измерялась длительность первого и второго согласного в стыке и суммарной длительности стыка.

Обобщение полученных данных показывает, что ассимилятивные модификации, как и следовало ожидать, проявляются в речи говорящих, как носителей языка, так и билингвов, наиболее сильно внутри ударного слога ‘*treason*’. На межсловных стыках ‘*best reason*’ ассимиляция значительно слабее, и отмеченные аудиторами изменения имеют факультативный, необязательный, характер. Вместе с тем, при максимальном слитном произнесении двух смежных слов, происходит нейтрализация различий между внутрисловными и межсловными стыками. Так, например, при тесном сцеплении между акцентными единицами (словами) в сочетаниях глухих смычных [p], [t], [k] с сонантом [r] происходит полное слияние взрыва согласного с

сонантом, что ведет к почти полному оглушению последнего, его удлинению и сильной зашумленности, в то время как в аналогичных сочетаниях при менее тесном сцеплении между акцентными единицами взрыв смычного согласного ослабевает, а в ряде случаев и отсутствует полностью, и произнесение сонанта практически не изменяется. Случаи полного уподобления артикуляции одного из смежных звуков другому или их взаимное уподобление на межсловном стыке уступают по частотности ассимилятивным явлениям на внутрисловном стыке. По сравнению с внутрисловными, межсловные стыки предполагают значительно большее разнообразие в степени коартикуляционных модификаций стыковых согласных.

В ходе анализа по дифференциации типов консонантных стыков было показано, что наиболее существенным признаком в различении внутрисловных и межсловных консонантных стыков является степень модификации. Как видно из Таблицы 1, внутрисловный и межсловный стыки идентифицируются в речи билингвов примерно в половине случаев. При этом для речи билингвов с высоким уровнем владения языком характерно соблюдение всех нормативных ассимилятивных явлений.

Таблица 1

**Результаты идентификации типа внутрисловного
и межсловного стыка в реализации носителем языка и билингвами**

Стимулы	Носитель языка		Билингв	
	СС	С#С	СС	С#С
СС	79	21	57	43
С#С	25	75	47	53

Достаточно высокая вероятность перцептивного распознавания изучаемых типов консонантных стыков является доказательством того, что между межсловными и внутрисловными стыками имеются существенные и стабильные акустические различия (таблица 2).

Таблица 2

**Усредненная длительность внутрисловных
и межсловных стыковых аллофонов в речи носителей языка и билингвов**

Типы сочетаний	СС			С#С			
	1	С	C2	C1C2	C1	C2	C1C2

[tr]	Носитель языка	18	¹	43	151	53	58	111
[tr]	Билингв	01	¹	60	161	58	65	123
[pr]	Носитель языка	10	¹	38	148	68	40	108
[pr]	Билингв	05	¹	43	148	68	42	110
[kr]	Носитель языка	20	¹	51	171	117	32	148
[kr]	Билингв	49	¹	57	206	111	46	157
[dr]	Носитель языка	1	⁸	43	123	75	37	113
[dr]	Билингв	5	⁹	48	143	84	50	134

Необходимо подчеркнуть, что различие внутрисловных стыковых аллофонов [CC] ‘train’ и межсловных стыковых аллофонов [C#C] ‘light rain’ происходит во многом за счет соотношения между длительностью первого и второго согласного в стыке. Так, например, длительность первого согласного, являющегося частью стыка [CC], значительно превышает длительность аналогичного согласного в стыке [C#C]. Общая тенденция состоит в том, что различия затрагивают как соотношение по длительности между первым и вторым элементом в стыке, так и суммарную длительность консонантных сочетаний на межсловном стыке по сравнению с внутрисловным, а также варьированием по длительности соотношения «смычка/взрыв».

Результаты анализа по идентификации внутрисловных и межсловных стыковых сочетаний смычно-взрывных согласных [t], [p], [k], [d], а также щелевого [s] с сонантами [r], [w], в реализации носителем языка и билингвом показали, что в речи билингва внутрисловный стык был правильно распознан аудиторами в 57 %, а межсловный – в 53 % случаев. Аналогичные данные в речи носителя языка составляют 79 % и 75 %, соответственно.

Таким образом, можно считать доказанным, что анализируемое аллофоническое варьирование согласных обнаруживает влияние фонетической интерференции и требует особого внимания при обучении английской связной речи.

**ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ
В ОБУЧЕНИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Понятие прецедентности активно используется в современных лингвистических исследованиях, посвященных актуальным проблемам межкультурной коммуникации.

В определениях прецедентных феноменов (ПФ), предложенных различными исследователями, общими являются следующие положения:

- 1) ПФ – единицы дискурса, сопровождаемые определенным набором коннотаций;
- 2) ПФ регулярно возобновляются в речи;
- 3) ПФ известны всем представителям национального лингвокультурного сообщества;
- 4) ПФ понятны без дополнительной расшифровки.

(Ю. Н. Караполов, 2010 ; Н. В. Смыкунова, 2003; В. В. Красных, 1997; Е. Ю. Прохоров, 1996)

Очевидно, что полноценная межкультурная коммуникация невозможна без знания прецедентных феноменов, распространенных в лингвокультурных сообществах стран изучаемого языка. Поэтому представляется целесообразным в курсе учебной дисциплины “Страноведение” на первом иностранном языке (английский язык) обращаться к рассмотрению ключевых прецедентных феноменов, без знания которых межкультурная коммуникация будет существенно затруднена.

Прецедентные феномены традиционно подразделяются на следующие категории: прецедентный текст, прецедентная ситуация, прецедентное высказывание и прецедентное имя.

Например, при изучении истории и культуры США в качестве прецедентных, среди прочих, были отобраны следующие значимые в данной лингвокультуре высказывания:

- “*That’s one small step for man, one giant leap for mankind*” (высказывание Нила Армстронга – американского астронавта, который первым высадился на Луну).
- “*The land of the free and the home of the brave*” (строка из национального гимна США).
- “*I have a dream*” (название широко известного выступления Мартина Лютера Кинга – мл. лидера движения за гражданские права чернокожего населения США).
- “*We hold these truths to be self-evident, that all men are created equal, that they are endowed by their Creator with certain unalienable Rights, that among these are Life, Liberty and the pursuit of Happiness*” (цитата из “Декларации независимости США”) и др.

Эти и другие ПВ широко используются как в полном, так и в редуцированном или модифицированном видах, в различных сферах коммуникации. Например:

(1) *Guest Column: 60 years on, King's dream still largely unfulfilled (the Daily Gazette)*.

(2) *The US devotion to the peoples' 'unalienable rights' is a logical fallacy (Catholic Herald)*.

(3) *Who is Christina Koch? NASA astronaut set for womankind's giant leap (WION)*.

В качестве прецедентных ситуаций были отобраны события, которые настолько потрясли американское общество, что до сих пор часто упоминаются в разных типах дискурса как синонимы скандала, катастрофы, нестабильности: политический скандал *Watergate*, убийство президента США Джона Кеннеди, террористические атаки 11 сентября 2001 года (9/11), и др.

Например:

(4) *COVID inquiry: Boris Johnson questioned over partygate (Sky News, December 7, 2023)*.

(5) *What 'KateGate' Says About Royalty, Celebrity and Internet Culture (The New York Times, March 25, 2024)*.

Суффикс *-gate* используется для создания новых слов, предполагающих наличие скандала разной степени серьёзности. Так, в примере (4) речь идет о политическом скандале *partygate*, который разразился в Великобритании после того, как стало известно о вечеринках в офисе премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона во время строгих анти-ковидных ограничений, установленных его кабинетом. Пример (5) содержит ссылку к теориям заговора об исчезновении с публичного поля принцессы Уэльской Кэтрин, распространяемым через соцсети с тэгом #kategate.

Суффикс *-gate* до сих пор весьма продуктивен при создании окказионализмов с семантикой “шокирующий” – от обозначения резонансных политических скандалов (*Irangate*, *Chinagate*, *Mailgate*) до именования любых неоднозначных инцидентов, наблюдавшихся в различных сферах жизнедеятельности (*Envelopegate*, *Donutgate*, *Slapgate*, *Queuegate*).

Таким образом, изучение прецедентных феноменов способствует всесторонней подготовке специалистов по межкультурной коммуникации, так как снимает возможные сложности при интерпретации ПФ, понятных представителям данной лингвокультуры без дополнительных пояснений.

Л. Е. Станкевич

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЯЗЫКОВЫХ КОРПУСОВ
В КОНТЕКСТНОМ ОБУЧЕНИИ КАК ИНСТРУМЕНТ
ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ НАВЫКОВ
СТУДЕНТОВ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ**

В обучении лингвистическим специальностям особое значение имеет развитие аналитических и исследовательских навыков, позволяющих глубже понимать языковые процессы и закономерности. В этом контексте языковые корпуса становятся не просто инструментом, но и обладают потенциалом стать полноценной методологической основой контекстного обучения.

Под лингвистическим, или языковым, корпусом текстов (или просто корпусом текстов) понимается большой, представленный в машиночитаемом формате, унифицированный, структурированный, размеченный, филологически компетентный массив языковых данных, предназначенный для решения конкретных лингвистических задач (В. П. Захаров, С. Ю. Богданова, 2020).

Из определения видим, что корпуса создаются для решения определенных исследовательских и прикладных задач, то есть они всегда pragmatically ориентированы. Как следствие, существует большое разнообразие корпусов, которые условно можно классифицировать по некоторым признакам: по цели (универсальные и специализированные), типу языковых данных (письменные, устные, смешанные), литературности (литературные, диалектные, смешанные и др.), жанровой принадлежности (фольклорные, публицистические и др.), динамичности (динамические, статические), наличию разметки (размеченные и неразмеченные), характеру разметки (морфологические, синтаксические, семантические, экстралингвистические и др.), доступности (свободно доступные, коммерческие, закрытые), объему текстов (полнотекстовые и фрагментнотекстовые), параллельности (параллельные и сопоставимые) (В. П. Захаров, С. Ю. Богданова, 2020).

Говоря о контекстном образовании, стоит отметить то, что оно направлено на создание благоприятных условий – психологических, педагогических и методических, – способствующих гармоничному объединению обучения и воспитания. Оно предполагает трансформацию учебного процесса через формирование смыслов и мотивов, а также устранение разрыва между теоретическим обучением и реальной жизнью. При этом учитывается индивидуальный опыт, склонности и профессиональные интересы учащихся, что помогает им осознанно готовиться к будущей трудовой деятельности (А. А. Вербицкий, 2019). То есть это такой метод обучения, при котором знания и навыки приобретаются через практический опыт и реальные ситуации. Оно ориентировано на создание условий, максимально приближенных к профессиональной, социальной или культурной среде, в которой обучающиеся будут применять полученные знания.

Технология контекстного обучения основана на следующих принципах:

1. Принцип личностной вовлеченности – обеспечение психологических и педагогических условий, способствующих активному включению обучающегося в образовательный процесс.

2. Принцип целостного моделирования – формирование образовательного процесса на основе комплексного отражения содержания, форм и условий социальной и профессиональной деятельности человека в культуре и обществе.

3. Принцип проблемного обучения – использование содержательных и методических подходов, ориентированных на поиск решений и анализ сложных вопросов в образовательной деятельности.

4. Принцип совместной деятельности – ключевая роль взаимодействия, общения и сотрудничества между участниками образовательного процесса.

5. Принцип соответствия организационных форм обучения – подбор методов и форм учебной работы, соответствующих целям, содержанию и условиям образовательного процесса.

6. Принцип гармоничного сочетания традиций и инноваций – сбалансированное применение современных и классических педагогических технологий на основе научного подхода.

7. Принцип единства обучения и воспитания – интеграция образовательной и воспитательной функций в процессе обучения.

8. Принцип учета культурных и индивидуальных особенностей – адаптация образовательной среды с учетом личностного, семейного, национального, религиозного и географического контекста каждого обучающегося.

Рассмотрим, как лингвистические корпуса могут быть использованы в контекстном обучении и как это способствует формированию и развитию профессиональных навыков студентов лингвистических специальностей.

1. Углубленное изучение грамматики и лексики. Используя языковые корпуса, студенты могут изучать частотность слов, грамматические структуры в естественных текстах и их вариативность. Например, можно анализировать устойчивые выражения, изучать словообразовательные модели или разбирать синтаксические особенности языка. Более того, в динамических корпусах можно отслеживать эволюцию грамматических форм и семантики различным лексических единиц в контексте.

2. Улучшение фонетических навыков. Устные корпуса позволяют анализировать аутентичные аудиофайлы, сравнивать произносительные отличия различных диалектов языка, изучать интонацию и ритм речи в естественных контекстах. Кроме того, аудиозаписи таких корпусов могут быть использованы для тренировки произносительных навыков.

3. Обучение профессиональной терминологии. Лингвистические корпуса играют важную роль в изучении профессиональной терминологии, так как они предоставляют доступ к обширным базам данным, содержащим реальные примеры использования специализированной лексики в различных профессиональных сферах. Будущие переводчики и специалисты по межкультурным коммуникациям могут использовать специализированные

корпуса для анализа аутентичных текстов, написанных экспертами в определенной области (юридические, медицинские, технические корпуса и т. д.). Кроме того, такие корпуса помогают выявлять типичные коллокации.

4. Улучшение навыков перевода. Здесь стоит уделить особое внимание параллельным корпусам, которые позволяют студентам сравнивать оригинальные тексты и их переводы, анализировать переводческие стратегии, выявлять эквиваленты и оценивать адекватность перевода как чужого, так и своего в сравнении. Также в корпусах можно получить информацию по пунктуации, что важно для письменного перевода.

5. Улучшение навыков устной и письменной речи. Анализ аутентичных текстов из корпусов позволяет студентам видеть, как используются различные речевые конструкции в разных стилях – научном, публицистическом, художественном, деловом и т. д. Это помогает корректировать собственные тексты и адаптировать стиль к различным коммуникативным ситуациям. Анализ разговорных корпусов, содержащих реальные диалоги, помогает будущим специалистам освоить элементы устной коммуникации и способы построения речи в разных коммуникативных ситуациях.

6. Освоение цифровых методов исследования языка. Работа с корпусами требует знаний основ компьютерной лингвистики, программных инструментов для анализа текстов и интерпретации данных. Это открывает перед студентами возможности для работы в сфере цифровых гуманитарных наук, автоматической обработки текста и машинного обучения.

Кроме формирования и развития hard skills, работа с корпусами способствует развитию различных soft skills. Данный процесс требует тщательного анализа данных, выявления закономерностей в употреблении слов и синтаксических конструкций, позволяет выявлять стилистические особенности текстов. Это тренирует аналитическое мышление и способность работать с большими объемами информации.

Таким образом, видим, что использование лингвистических корпусов полностью соответствует принципам контекстного обучения и может стать основным инструментом такого процесса, поскольку оно основано на изучении языка в его естественной среде. Благодаря корпусам студенты получают доступ к аутентичным текстам, отражающим реальное использование слов, выражений и грамматических конструкций, что позволяет им не просто изучать язык в изолированных фразах, а понимать его функционирование в различных ситуациях – от повседневного общения до академического письма. Кроме того, контекстное обучение предполагает активное взаимодействие с материалом, а современные корпусные инструменты дают возможность студентам самостоятельно искать примеры, анализировать языковые явления и выстраивать гипотезы. Еще одним важным аспектом является персонализация учебного процесса, ведь благодаря корпусам каждый студент может выбирать те материалы, которые наиболее соответствуют его интересам и Профессиональным целям. Это делает обучение более осмысленным и приближает его к будущей практике.

Круглый стол
«СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ»

Н. Н. Алешкевич

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Межкультурная коммуникация в цифровой среде относится к таким способам коммуникации, при помощи которых люди из разных культурных слоев всего мира взаимодействуют и обмениваются идеями через цифровые платформы. По мере развития современных технологий, особенно за последние два десятилетия, способы коммуникации значительно трансформировались, изменив суть того, как происходит культурный обмен информацией в глобализованном мире. Развитие интернета, социальных сетей и технологий мобильной связи – все это способствовало активному взаимодействию людей в реальном времени, которое, преодолевая географические расстояния и различия, сделало межкультурный диалог более доступным и одновременно достаточно сложным. Изменения в коммуникации оказали существенное влияние на бизнес, образование и социальные контакты, побуждая организации и отдельных лиц адаптировать свои коммуникационные стратегии в пространстве современной цифровой коммуникации.

Развитие современных технологий играет ключевую роль в формировании межкультурной коммуникации в цифровой среде, влияя на то, как люди и организациях взаимодействуют в различных культурных ландшафтах. По мере того, как мы все дальше продвигаемся в цифровую эпоху, становится важным критически изучить долгосрочное влияние цифровой революции на коммуникацию и культуру. Продвижение цифровой грамотности и обеспечение равного доступа к технологиям и конфиденциальности может использовать этот преобразующий потенциал, способствуя более связанному и культурно обогащенному обществу. Однако существует серьезная обеспокоенность тем, что «алгоритмы, которые формируют наши технические инфраструктуры, будут увековечивать и усугублять неравенство и социальное разделение», которые существуют в используемых инструментах коммуникации.

Технологии служат катализатором культурного обмена, инноваций и адаптации, обеспечивая беспрецедентное глобальное взаимодействие. С помощью цифровых платформ организации могут общаться и сотрудничать вне культурных границ, способствуя инклузивности и взаимопониманию. Исследование, проведенное Обществом по управлению человеческими ресурсами (SHRM), показало, что 86 % компаний считают, что включение технологий в их усилия по обеспечению разнообразия и инклузивности положительно влияет на эффективность бизнеса, подчеркивая потенциал технологий в улучшении управления культурным разнообразием. Однако организации должны

помнить об ограничениях технологий, таких как усиление стереотипов или исключение определенных групп, чтобы создать по-настоящему инклюзивную среду.

Такие платформы, как Viber, WhatsApp, Reddit, Google Meet и LinkedIn, являются примером того, как цифровые пространства способствуют формированию чувства общности и принадлежности. Эти платформы позволяют пользователям общаться с единомышленниками, делиться ресурсами и сотрудничать в проектах, независимо от географических барьеров. Тем не менее, рост цифровых сообществ также приносит проблемы, включая вопросы конфиденциальности, кибербуллинг и цифровой разрыв. Крайне важно обеспечить всем пользователям доступ к необходимым технологиям и цифровой грамотности для полноценного участия в этих онлайн-средах, сохраняя их инклюзивность и эффективность.

Платформы социальных сетей предлагают значительные возможности для профессионального общения и личного самовыражения. Расширяя социальные сети, люди могут получить доступ к различным точкам зрения, опыту и ресурсам, обогащая свою жизнь и увеличивая свой социальный капитал. Социальные медиа стали обширным и сложным явлением, которое охватывает различные стили и каналы общения, позволяя осуществлять взаимодействия, которые когда-то были сегментированы по нескольким платформам. Эта сложность облегчает поддержание отношений и интересов, способствуя возникновению чувства принадлежности и поддержки среди пользователей. Кроме того, социальные сети предоставляют множество возможностей для обмена знаниями, совместной работы над творческими проектами и участия в инновационных начинаниях. Эти платформы позволяют пользователям выражать свою креативность и участвовать в обсуждениях практически на любую тему, еще больше обогащая межкультурный диалог в цифровой среде.

Несмотря на возможности, предоставляемые цифровыми платформами, в межкультурной коммуникации сохраняется ряд проблем. К основным проблемам относится отсутствие невербальных сигналов, таких как выражения лица и язык тела, которые необходимы для передачи смысла и контекста. Это может привести к недопониманию и конфликтам. Кроме того, эффект эхо-камеры в цифровых пространствах может усиливать предвзятость, ограничивая воздействие различных точек зрения и подавляя содержательный межкультурный диалог. Поскольку организации все больше полагаются на цифровую коммуникацию, потребность в межкультурной компетентности и осведомленности стала критически важной для содействия эффективному взаимодействию и поощрения инклюзивности в разнообразных командах.

Известные теории, такие как культурные измерения Эдварда Т. Холла, дают представление о том, как различные культурные установки влияют на стили общения в цифровых контекстах. Понимание этих различий имеет решающее значение для организаций, работающих в многокультурной среде. Пандемия COVID-19 еще больше ускорила переход к цифровой коммуникации, подчеркнув необходимость адаптации к новым коммуникационным

технологиям и стратегиям для поддержания связей как в личной, так и в профессиональной сферах. Эволюционирующая природа культурных норм в цифровую эпоху, характеризующаяся мгновенной коммуникацией и курируемыми онлайн-персонами, также создает проблемы для индивидуального благополучия и конфиденциальности.

Для решения проблем межкультурной коммуникации были успешно внедрены различные цифровые инструменты. Например, такие платформы, как Zoom и Microsoft Teams, облегчают личное взаимодействие, помогающее преодолеть культурные различия и уменьшить недопонимание. Кроме того, программное обеспечение для управления проектами, такое как Asana и Trello, помогает организовывать задачи и обеспечивает видимость хода выполнения проекта в разных часовых поясах и культурных контекстах. Приложения для обмена мгновенными сообщениями, такие как Slack, обеспечивают быстрое и неформальное общение, укрепляя чувство связи между членами команды, в то время как виртуальные доски, такие как Miro или MURAL, улучшают совместную работу и сеансы мозгового штурма, особенно при наличии языковых барьеров.

В целом, межкультурная коммуникация в цифровой среде представляет собой динамическое взаимодействие между технологиями, культурой и ожиданиями пользователей. Поскольку цифровая коммуникация продолжает развиваться, возникают вопросы об эффективности существующих стратегий и важности развития межкультурной компетентности как среди отдельных лиц, так и среди организаций.

М. Г. Богова

ЛИНГВОПЕРСОНОЛОГИЯ: НАПРАВЛЕНИЯ И МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Осознание того, что языковые единицы с их словоформами, грамматическими структурами и передаваемой информацией, хотя и являются сущностями реального лингвистического мира, немыслимы в отрыве от конкретных личностей, использующих их в целях общения, привело к новому пониманию сути и функционирования языка и к развитию многообещающих теорий его изучения.

Одним из актуальных исследовательских направлений современной лингвистики является лингвистическая персонология. «Личность» – ключевое слово в теории языковой личности. В русскоязычном научном пространстве сам термин «лингвоперсонология» имеет конкретную датировку – он был введен В. П. Нерознаком в 2003 г. как сокращенное название дисциплины, объединившей философское понятие персонологии (т.е. системы знаний о личности), философского движения персонализма и лингвистики.

Появление новой науки требует разработки методологии исследования и такого понятийного аппарата с соответствующей терминологией, которые

могли бы обеспечить ее результативность. Эти задачи пока не получили однозначного решения, однако объект исследования обозначен – языковая личность как индивида (например, публичного деятеля или писателя), так и группы (национальной, региональной, профессиональной, религиозной и т. п.). Языковая личность определяется как носитель языка в текстовых и иных коммуникативных проявлениях (Г. И. Богин; Ю. Н. Караполов, Ю. А. Львова, М. В. Оборина), как персона, обладающая определенной совокупностью знаний и представлений и проявляющая себя в речевой деятельности (В. В. Красных).

Многообразие языковой личности обуславливает вариативность направлений в ее изучении. Так, целью социального анализа является описание языковых индикаторов идентичности группы, к примеру, характеристики молодежного сленга. Психологическое направление сосредоточено на построении классификации типов личности, как они проявляются в коммуникации, например, систематизация по темпераменту. Задача культурологического направления – выделение моделей, принятых в конкретной культуре норм поведения; их отражение можно найти даже в отдельных номинациях *English gentleman*, *English humour*, *Scottish generosity*, *British scientists*.

Лингвистический анализ также частично нацелен на выявление специфики коммуникативного поведения групп носителей языка, но касается и массовой языковой культуры, своеобразие коммуникации рассматривается и в противопоставлении креативности языкового сознания.

В фокусе прагматического направления исследования находится весь комплекс коммуникативных средств, включая стиль и специфические средства выражения эмоций; при этом подчеркивается, что их выбор обусловлен обстоятельствами общения коммуникантов.

Разные направления исследования охватывают рассмотрение отдельных аспектов языковой личности: от структурных и типологических до лексических и ортологических.

В структурные аспекты входит определение уровней правильности лексики, насыщенности выразительными средствами, адекватности (Е. Н. Иванова).

Типологические аспекты связаны с периодизацией по временным рамкам. В сфере интересов лексикографического направления – изучение лексикона исторической языковой личности, его собирают из текстовых в том числе реконструированных материалов.

Рассмотрение личностных «предпочтений» орфографии и пунктуации, как и функционирования и изменчивости норм в языковой системе входит в задачи ортологического анализа. Говоря о речевой индивидуальности, затрагивается вопрос отклонений от языковых норм: являются ли отмеченные расхождения с узусом грамматическими или речевыми ошибками, или используются сознательно для большей выразительности речи, что часто отмечается в поэзии. Методика исследования в лингвоперсонологии – это работа с языковым материалом, сбор и анализ языковых фактов. Исполь-

зуются традиционные общеначальные методы наблюдения, интервьюирования, эксперимента и другие. Некоторые из них могут иметь свою специфику: к примеру, имеются трудности при осуществлении непрерывного наблюдения. Эффективным вариантом было бы включение в языковое существование говорящего (Т. С. Коготкова), т.е. долговременный психологический контакт между лингвистом и коммуникантом, что позволило бы изучить личность в целом.

При экспериментировании используются такая его разновидность, как ассоциативный эксперимент (Е. В. Иванцова): создание информантом собственных письменных и устных текстов в произвольном выборе ассоциаций или реакций в виде сочинения, пересказа, изложения, перевода текста. Ограничения этого метода – письменной реакции не получишь от маленьких детей; от людей, говорящих исключительно на диалекте или жаргоне; от тех, кто не умеет писать.

Среди специальных методов исследования в лингвоперсонологии признанными являются методы речевого портретирования и структурного моделирования, например, моделирование личности профессионального переводчика (А. Б. Бушева). Методика позволяет строить различные виды речевых портретов в зависимости от требуемых задач. Необходимость выделить отличительные черты на фоне лингвистических и социальных переменных требует построения портрета социолингвистической направленности; он позволяет выделить типичные для отдельной социальной группы черты. Изучение самопрезентации в речи и набора социальных ролей информанта позволит построить коммуникативный портрет. Выборка самых ярких особенностей речи создаст фрагментарный речевой портрет – это самый распространенный метод. Обобщенную суммарную информацию даст недифференцированный комплексный речевой портрет, который включает описание всей системы текстовых, синтаксических, грамматических, лексических и фонетических особенностей в комбинации с рассмотрением набора концептов.

Значимость метода структурного моделирования (Ю. Н. Каулов) в дифференциированном рассмотрении всех трех уровней языковой личности. Модель включает дескрипции словоупотребления (единиц вербально-семантического уровня), верbalного представления ключевых концептов на тезаурусном уровне и отличительных языковых черт при достижении намерений и целей коммуникации (мотивационный уровень). Недостатком метода можно назвать трудности к доступу двух последних уровней, что вынуждает лингвистов ограничиться описанием лексикона. При рассмотрении языковой личности исключительно на материале фиксированных текстов также возникает вопрос полноты результатов без учета речи. Изучение языковой личности современников рекомендуется не удовлетворяться этим методом, поскольку имеется возможность фиксировать их речь.

Имеются ограничения и в работе с литературными произведениями. Здесь имеется опасность описания личных характеристик автора, что в действительности может не совпадать с языковыми характеристиками реальной

языковой личности. Характерно, что не смотря на ограничения при фокусировании только на письменном тексте, этот метод получил применение при криминальных расследованиях достоверности авторства (С. М. Вул).

Подводя итоги, отметим, что лингвоперсонологию в разнообразии ее направлений и применяемых методов следует рассматривать как интегративную науку, которая носит междисциплинарный характер. Она находится на этапе осмысления и стремительного развития.

О. К. Листратова

РЕАЛИИ В СОСТАВЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОНИМОВ КАК ТРАНСЛАТОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Интерес к проблеме реалий как слов или выражений, обозначающих национально специфические особенности жизни языковых сообществ, не существующих в практическом опыте людей, говорящих на иных языках, проявляется в рамках различных лингвистических направлений:

– *лингвокультурологии* в силу того, что они являются носителями национального или исторического колорита, отражающими понятия, характерные для быта, культурного, социального и исторического развития одного народа и чуждые другим;

– *лингвистики* с точки зрения проявления языковых контактов и отражения в языках явлений и предметов материальной культуры, фактов истории, государственных институтов, имен национальных и фольклорных героев, мифологических существ;

– *переводоведения*, поскольку, как правило, такие слова и выражения, не имея точных соответствий в других языках, не поддаются переводу на общем основании и требуют особого подхода при переводе;

– *межкультурной коммуникации*, так как зачастую апеллирование к реалиям приводит к неправильному или неточному декодированию сообщения адресатом, что, естественно усложняет восприятие, обмен информацией между сторонами, а в крайних случаях провоцирует коммуникативные неудачи в межкультурном общении.

В переводоведении вопросы реалий рассматриваются в связи с понятиями эквивалентности и адекватности, когда замена плана выражения языковой единицы сопровождается сохранением неизменного плана содержания. Особую важность адекватность передачи реалий обретает при переводе всякого рода названий, которые представляют собой ключевую позицию в тексте и концентрируют его сущность. Фильмоним, выступая проводником к содержанию, жанру и основной тематике фильма, является одним из ключевых элементов, определяющих восприятие и интерпретацию фильма зрителем и создающим эмоциональный настрой. Нельзя недооценивать значение адекватности перевода реалий в составе фильмонима, поскольку именно название фильма играет важнейшую роль в привлечение внимания зрителя и продвижении фильма на международной арене.

При классификации реалий, которая является значимым фактором в аспекте выбора способа их перевода, в лингвистике выделяют следующие группы:

- бытовые реалии, к которым относятся названия жилищ, одежды, пищи, денежных знаков, музыкальных инструментов, народных игр и праздников;
- реалии государственного устройства и общественной жизни;
- этнографические и мифологические реалии, т. е. этнические и социальные общности, сказочные и мифологические существа, божества;
- ономастические реалии – антропонимы, топонимы, имена литературных героев.

Проанализируем способы перевода, адекватность и маркетинговую состоятельность перевода на английский язык русскоязычных фильмонимов, содержащих в своем составе мифологические и ономастические реалии.

Название художественного фильма «Скиф» само по себе является этнографической реалией: *скиф* – древний ираноязычный народ, обитавший в VIII веке до н.э. в степной зоне Причерноморья от Дуная до Дона, именуемой в древнегреческих источниках Скифией. Фильмоним «Скиф» известен в международном прокате под название *The Last Warrior* ‘Последний воин’. При передаче названной реалии переводчик прибег к полной трансформации, что позволило избежать дословного перевода с помощью эквивалентной англоязычной лексической единицы *scythian* ‘скиф’. Представляется, что обращение переводчика к названной стратегии обусловлено стремлением не выдвигать на первый план малознакомую для англоязычной аудитории реалию, не способную привлечь достойное внимание и передать основную сюжетную линию и жанр произведения.

Примером использования мифологических реалий в составе русскоязычных фильмонимов выступает «Летучий голландец». *Летучий голландец* – легендарный корабль-призрак, который не может пристать к берегу и обреченечно бороздить моря. Согласно легенде, его команда при встрече с судами пытается передать послание на берег людям, которых уже давно нет в живых. В международном прокате данный фильмоним известен как *Flying Ship* ‘Летающий корабль’. С целью избежать неправильной трактовки жанра и основной тематической линии фильма, несмотря на существование англоязычного эквивалента *Flying Dutchman* ‘Летучий голландец’ при переводе используется стратегия опущения, позволяющая избежать отсылки к мифологической реалии при сохранении основной идеи фильма.

Интересным примером передачи мифических реалий в составе русскоязычных фильмонимов является также англоязычный перевод названия фильма «Легенда о Коловрате». *Коловрат* – славянское название символа в виде солнечного колеса в четырьмя, шестью либо восьмью лучами, загнутыми в одну сторону. В славянской культуре он является символом солнца и его движения по небу и ассоциируется с жизнью, светом и теплом, а также перерождением и обновлением. Фильмоним с данной реалией стал известен в международном прокате как *Furious* ‘Яростный’. Использование стратегии полной замены при переводе фильмонима позволило избежать

ассоциаций с символом нацизма – свастикой, имеющей некоторое графическое сходство с коловоротом, которые могли бы привести к искаженным ожиданиям и даже стать причиной отказа от просмотра фильма.

Примерами передачи ономастических реалий в составе фильмонимов являются «Подольские курсанты» и «Тобол». При переводе фильмонима «Тобол» переводчиком использована топонимическая замена: в англоязычном прокате фильм вышел под названием *The conquest of Siberia* ‘Покорение Сибири’. Такой перевод, во-первых, позволил избежать использования неизвестного англоязычной аудитории топонима (*Тобол* – река в Казахстане и России), заменив на более широко известный топоним *Сибирь*, а во-вторых, продемонстрировать жанровую отнесенность фильма – историческая драма, и раскрыть его основную сюжетную линию – освоение Сибири в начале XVIII века.

Для перевода фильмонима «Подольские курсанты», известного в международном прокате под названием *The Final Stand* ‘Последнее противостояние’, с целью уйти от дословного перевода реалии *Подольск* (город в Московской области) была использована полная трансформация. Как и в предыдущем примере, название, под которым фильм попал в международный прокат, отсылает к его жанру – историческая драма, и дает намек на основную сюжетную линию – события 1941 г. по обороне подступов к Москве от гитлеровских захватчиков.

Проанализированные примеры свидетельствуют о чрезвычайной актуальности вопроса адекватности перевода реалий в составе фильмонимов в аспекте учета и адаптации к культурным особенностям целевой аудитории. Адекватный перевод реалий в составе фильмонима, который базируется на совокупности лингвистических, культурологических и коммерческих факторов, определяет восприятие картины зрителем и обеспечивает ее успешное продвижение в международном прокате.

Е. В. Пархомук

СОВРЕМЕННЫЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Современный образовательный процесс сегодня сложно представить без использования цифровых технологий. Интернет-ресурсы стали незаменимыми в преподавании английского языка, облегчая доступ к обширному мультимедийному контенту, интерактивным платформам и инновационным инструментам.

Под Интернет-ресурсом мы понимаем совокупность информации и программных средств, размещённых в сети Интернет. Однако размещаемые там ресурсы не являются однородными в лингводидактическом плане. Их можно разделить на три основные категории:

- Аутентичные материалы. Ресурсы, которые были созданы носителями языка для того, чтобы ими пользовались такие же носители.

- Лингводидактические средства. Программы и сайты, которые были созданы специально для того, чтобы изучать иностранный язык.

- Интернет платформы. Программы и сайты, которые используются для создания учебных материалов и проведения занятий (С. С. Мурунов, 2021).

Поскольку образовательные учреждения все чаще используют эти ресурсы, понимание их потенциала и ограничений становится решающим для оптимизации стратегий обучения. В настоящем исследовании рассматриваются методические возможности интернет платформ для создания учебных материалов quizizz.com и voicethread.com.

VoiceThread – это приложение, которое позволяет студентам создавать мультимедийные презентации и участвовать в асинхронных обсуждениях. Его можно использовать для развития разговорных навыков, поскольку учащиеся записывают свои голоса, что дает возможность для практики произношения. Кроме того, это поощряет совместное обучение, поскольку сверстники могут комментировать презентации друг друга, улучшая навыки общения и критического мышления. VoiceThread – это инструмент для мультимедийных презентаций, который позволяет пользователям объединять текст, аудио, видео и изображения в одном месте. Это делает его отличным инструментом для создания интерактивного и увлекательного контента. Огромное преимущество данной платформы – возможность нескольким пользователям совместно работать над одной презентацией или проектом, что делает его удобным инструментом для групповых проектов или онлайн-дискуссий.

Стоит отметить, что функционал данного сервиса позволяет получать обратную связь от пользователей. Эта функция особенно полезна и незаменима в среде онлайн-обучения. Доступность и простота в использовании – немаловажные преимущества сервиса VoiceThread. Поскольку данный инструмент требует минимальных технических знаний, пользователи с любым уровнем технической подготовки могут легко и быстро создавать контент и делиться им.

Рассмотрим один из способов интеграции сервиса VoiceThread в процесс обучения иностранному языку. Предположим, студенты изучают тему «Weather and climate». Преподаватель создает VoiceThread с изображениями различных погодных условий на английском языке и просит учеников записать, как они правильно произносят слова и выражения, связанные с изучаемой темой. Каждый студент может прослушать свою запись и сравнить ее с произношением носителя языка в VoiceThread. Преподаватель также может добавлять аудио комментарии, чтобы обеспечить обратную связь и исправить ошибки в записях учащихся. Это позволяет получать персонализированную и интерактивную обратную связь, которая может быть более эффективной, чем традиционные методы обучения в классе. Кроме того, студенты могут оставлять аудио комментарии друг для друга, совершенствуя свои разговорные навыки на английском языке. Таким образом, внедрение

данной платформы в образовательный процесс позволяет создать среду совместного обучения, в которой студенты могут учиться друг у друга и получать обратную связь в режиме реального времени.

Одним из актуальных направлений в обучении иностранному языку посредством интернет-ресурсов является геймификация. Геймификация – это процесс вовлечения аудитории при помощи игрового мышления и динамики игр для решения задач или изучения чего-либо. Основным отличием геймификации от других образовательных методик с использованием игр является использование в процессе обучения компьютерных технологий (Е. Ю. Вильдт, К. Г. Войтович, 2021).

Одним из вариантов реализации принципов такого подхода является использование возможностей интерактивной оценки усвоения знаний и приобретения компетенций, которые предоставляет сервис Quizizz. Quizizz.com – это платформа, способствующая активному обучению с помощью квизов и викторин, что позволяет учителям легко создавать и проводить тестирование, а также отслеживать успехи учащихся (О. О. Мирончик, 2019). На наш взгляд, главным преимуществом данного сервиса является возможность выбора готовых квизов и тестов по различным темам в библиотеке сервиса. То есть, преподаватели могут создавать собственные квизы, а могут использовать уже существующие. Quizizz предлагает разные типы вопросов, включая множественный выбор, открытые вопросы и вопросы с изображениями, что делает процесс обучения более разнообразным и интерактивным. Учителя могут легко создавать свои собственные тесты, адаптируя учебный материал под уровень и интересы учащихся. В дополнительных инструментах имеется функционал для добавления медиафайлов, что помогает сделать материал более привлекательным и доступным в понимании.

Элементы геймификации, используемые на данной платформе, способствуют повышению мотивации учащихся. Студенты могут участвовать в соревнованиях в режиме реального времени или выполнять задания в своем темпе, что позволяет учитывать индивидуальные особенности каждого студента, скорость усвоения материала, а также темп работы. Платформа предоставляет возможность адаптировать задания под уровень знаний отдельных учеников. Учителя могут анализировать результаты прохождения квизов и улучшать учебные программы, учитывая потребности каждого студента. Quizizz включает в себя мощные аналитические инструменты, позволяющие отслеживать успеваемость студентов, выявлять проблемные области и определять, какие темы требуют дополнительного внимания. Это позволяет учителям поддерживать высокий уровень вовлеченности и помочь учащимся достигать лучших результатов.

Quizizz может использоваться как в классе, так и для домашнего обучения. Учителя могут назначать квизы на дом, тем самым продлевая учебный процесс за пределами класса и повышая вовлеченность. В условиях дистан-

ционного обучения Quizizz стал важным инструментом для учителей и студентов. Данный сервис является эффективным инструментом, который предоставляет множество методических возможностей для учителей. Он позволяет создать интерактивную и мотивирующую образовательную среду, способствует повышению вовлеченности учащихся и улучшению качества усвоения материалов.

Интеграция интернет-ресурсов в преподавание английского языка произвела революцию в традиционных педагогических подходах, предлагая динамичные интерактивные инструменты, которые улучшают усвоение языка и вовлеченность учащихся. Платформы, работающие на основе передового искусственного интеллекта, обеспечивают обратную связь в реальном времени и персонализированный опыт обучения, а в условиях современного образовательного процесса использование таких платформ, становится особенно актуальным, что открывает новые горизонты для преподавания и обучения.

Круглый стол
«СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
ЛЕКСИЧЕСКОЙ СЕМАНТИКИ»

Ю. В. Бекреева

**МОДЕЛИРОВАНИЕ ОБРАЗА С. СТАНЮТЫ
НА КОРПУСЕ БИОГРАФИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ**

Моделирование образа персоналии на корпусе биографических текстов представляет собой процесс создания целостного представления об исследуемом образе исторической персоналии путем выделения, систематизации и выстраивания различных лингвистических характеристик в корпусах текстах, посвященных данной персоне. Представим данный процесс на примере образа Стефании Станюты (1905–2000), известной белорусской актрисе театра и кино.

На первом этапе проводится отбор текстов, описывающих жизнь и деятельность персоны, и генерация корпуса в программе корпусного менеджера, например, в программе AntConc. Корпус «о С. Станюте» был сформирован из 15 статей из газет и журналов (например, «Царица белорусской сцены Стефания Станюта: жизнь и творческий путь» в газете Минск-новости от 19.01.2025; «Сегодня Стефании Станюте могло бы исполниться 115 лет. Народная артистка Беларуси и СССР – в воспоминаниях коллег и близких» в газете СБ – Беларусь сегодня от 13.05.2020 и под.). Объем конкорданса составил 4724 токенов.

На втором этапе производится генерация конкорданса и выборка синтагм с именем персоналии через поисковый запрос «Станюта». Полученный конкорданс представляет собой особый тип интертекста – единство разных фрагментов одного текста или разных текстов, объединенных общим смысловым элементом (имя собственное), которое является многосмысловым образованием с компиляцией вербально выраженных представлений о персоналии.

Третий этап – определение статистически релевантных сочетаний с именем персоналии с помощью инструментов корпусного менеджера «Коллокации», «N-граммы». Поскольку исследуемый корпус текстов небольшой и сравнительный анализ данных с данными другого корпуса не проводится, статистическую релевантность можно определять по показателю абсолютной частоты (>1).

Список сочетаний группируется по категориям характерологической лексики на четвертом этапе моделирования образа. Характерологическая лексика распределяется по основным частеречным группам.

I. А) Существительные – категориальные определители персоналии (наименования представителя професии, представителя социальной группы, типа личности и под.). В корпусе «О С. Станюте» выделены следующие характерологические существительные:

- категория профессиональной принадлежности (*актриса* (115), *артистка* (32), *статистка*, *хористка*, *танцовщица* (по 4));
- социальные категории гендерной принадлежности (*женщина* (3)), семейного статуса (*бабушка* (2));
- оценочные категории, связанные с признанием заслуг и высокого социального статуса (*легенда* (12), *лауреат* (2), *царица* (2)). Последний пример существительного данной категории употребляется в метафорическом значении, как и следующий пример – *яркая краска* (оценка неординарности личности).

Б) В составе N-грамм (3–4 компонентных сочетаний) возможно выделить группу существительных в правосторонней позиции со значением свойств (атрибутов) личности (интеллект, воля, сила, способности, эмоции, темперамент и под.). В исследуемом корпусе были выделены следующие существительные, характеризующие Стефанию Станюту: *талант* (9), *слава* (8), *свет* (2, в метафорическом значении), *легкость* (2), *доброта* (2).

II. Прилагательные – определители свойств личности по категориям атрибутов (интеллект, воля, сила, способности, эмоции, темперамент и под.). В корпусе «О С. Станюте» обнаружены следующие прилагательные:

- характеристика социального статуса (*народная* (14), *знаменитая* (5)) и этнической принадлежности (*белорусская* (6));
- характеристика отношения к людям (*светлый* (5), *добрая* (3), *хорошая* (2), *отзывчивая* (2));
- характеристика темперамента (*скромная* (8), *застенчивая* (5), *веселая* (3));
- характеристика способностей (*талантливая* (8), *пластичная* (2), *легкая* (2)).

III. Глаголы-предикаты – распределяются по характерологическому потенциалу: безатрибутные (помета non-attr) и атрибутные (помета attr). Из сочетаний с безатрибутными глаголами производится отбор характерологических существительных и прилагательных в правосторонней актантной позиции (при их наличии). Например, в сочетании с безатрибутным глаголом бытия *была талантливой актрисой* выделены 2 характерологические единицы, которые вошли в группы имен существительных (Ia) и прилагательных (II).

На следующем этапе частотные синтагмы атрибутными глаголами-предикатами подвергаются дальнейшему семантическому анализу на предмет контекстуальной актуализации признаков, характеризующих человека. Осуществляется сортировка отрицательных синтагм (не + предикат). При обнаружении необходимо выводить противоположную характеристику.

Анализ синтагм с именем персоналии в правосторонней и левосторонней позиции от глагола-предиката осуществляется отдельно с учетом семантической роли имени и залога глагола-предиката (словоформы) в синтагме. На основе сформированных конкордансов покаждому выделенному атрибутному глаголу верифицируется категория атрибутов с учетом контекстуального значения (интеллект, воля, сила, способности, эмоции, темперамент, социальный статус и под.). Устанавливаются частотные актанты и, или семантические категории частотных актантов при глаголе-предикате. На этом этапе отдельно можно выделить сирконстанты, обозначающие проявление определенного атрибута деятеля.

В исследуемом корпусе в конкордансах «Имя-субъект + атрибутный глагол-предикат» актуализируются следующие характеристики Стефании Станюты:

– отношение к труду: профессиональная деятельность, обозначенная глаголами *играть* (35), *сыграть* (30), указывает на принадлежность к профессии и работоспособность, достижения в профессии (по актантам (роли, театры) и оценочным сирконстантам (например, *блестяще, много*)); характеристики «работоспособность» и «трудолюбие» актуализируются и семантически ненасыщенными глаголами *работать* (17) в сочетании с актантами и сирконстантами (например, *70 лет, много*) и *любить+работать, любить* (роли);

– способности: глагол-предикат *делать* (9) в сочетании с актантом *шедевр* и сирконстантами *легко, естественно, своими руками*, а также глагол-предикат *уметь* (*отбирать приемы, быть органичной* и под.) актуализируют атрибут «талант»;

– отношение к людям: характеристики «добросердечная», «позитивная», приглатательным, актуализируют предикат *любить* в сочетании с актантами семантической группы «человек» (*любила людей, невестку, молодежь*) и глагол *уметь* в сочетании с *радоваться, видеть только хорошее, разговаривать*;

– интеллект: характеристики «умная», «любознательная» актуализированы через глаголы -предикаты *учиться* (10), *учить* (4).

В конкордансной выборке «глагол-предикат + имя-объект» частотными атрибутными глаголами стали *любить, уважать, признавать* (ее талант), которые указывают на общественное уважение и признание таланта С. Станюты.

Итоговый этап моделирования образа предполагает систематизацию выделенных характеристик и формулировку характерологического профиля. Стефания Станюта – актриса и артистка, неординарная личность, получившая признание и уважение за трудолюбие, талант и актерские способности (легкость, пластику). Скромная, застенчивая, но обладающая позитивным, веселым темпераментом, доброжелательная и отзывчивая, любящая жизнь, любознательная. Ассоциируется с образом бабушки.

Н. А. Волковинская

АССОЦИАТИВНОЕ ПОЛЕ «ДОМ» В ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ ИСКУССТВЕННЫХ БИЛИНГВОВ

Концепт «дом» занимает особое место в языковом сознании носителей языка, так как он символизирует не только физическое пространство, но и эмоциональную и культурную принадлежность. В различных языках данное понятие может иметь разные ассоциации, но общим, скорее всего, является трактовка дома, как места, где происходят важные жизненные события, где формируются воспоминания и где человек может быть самим собой.

Ассоциативное поле как совокупность реакций, полученных от носителей языка на определенное слово-стимул, трактуется психолингвистикой в качестве модели языкового сознания, так как оно отражает связи между словами и понятиями в их сознании. Ассоциации, как частотные, так и единичные, свидетельствуют о сформированном представлении о мире, культурных и социальных стереотипах, а также личном опыте представителей той или иной культуры.

С целью установления специфики структуры и содержания ассоциативного поля «дом» в языковом сознании искусственных билингвов был проведен свободный ассоциативный эксперимент. Испытуемыми стали студенты 4 курса (100 человек) факультета английского языка МГЛУ, изучающие английский язык в качестве основного иностранного языка.

На основе полученных от респондентов реакций на слово-стимул *home* ‘дом’ было смоделировано ассоциативное поле данной лексемы и проведен его структурно-семантический анализ.

Было выявлено, что данный конструкт представляет собой многочисленное иерархическое образования, в структуре которого можно выделить 7 семантических групп, объединивших реакции с точки зрения общности семантики.

Самой многочисленной является группа, которую мы обозначили как Атмосфера и эмоции (43 %). Сюда вошли многочисленные положительные ассоциации с домом как источником тепла, уюта, счастья (*warmth* ‘теплота’, *coziness* ‘уют’, *cozy* ‘уютный’, *comfortable* ‘комфортный’, *relax* ‘расслабляться’, *happiness* ‘счастье’, *comfort* ‘комфорт’ *understanding* ‘понимание’, *homesick* ‘тоска по дому’). Отдельной серией представлены реакции, отсылающие нас к дому как источнику безопасности, спокойствия и стабильности (*safety* ‘безопасность’, *security* ‘безопасность’, *calm* ‘спокойный’, *calmness* ‘спокойствие’). Действительно, для человека именно дом играет ключевую роль в обеспечении безопасности и стабильности, являясь тем местом, где он чувствует себя защищенными от внешних угроз и может расслабиться после напряженного дня.

Типы домов (9 %) включает такие единицы как *house* ‘дом’, *datcha* ‘дача’, *building* ‘здание’, *flat* ‘квартира’ *castle* ‘замок’. При чем реакция *castle* ‘замок’, встретившаяся 5 раз, является, скорее всего отсылом к известному фразеологизму “Мой дом – моя крепость”.

Группа Атрибуты (6 %) включает такие реакции, как *roof* ‘крыша’, *room* ‘комната’ и *armchair* ‘кресло’, *your own bed* ‘твоя собственная кровать’ В семантической группе Члены семьи (21 %), помимо номинаций самых родных и важных людей (*family* ‘семья’, *parents* ‘родители’, *mother* ‘мама’, *motherhood* ‘материнство’) также фиксируется наличие ассоциаций с домашними любимцами (*my dog* ‘моя собака’, *cat* ‘кот’).

На группу, обозначающую Локации, приходится 8 %. Сюда вошли как общие номинации мест (*town* ‘город’, *Motherland* ‘Родина’), так и конкретные географические названия (*Stolin* ‘Столин’, *Vitebsk* ‘Витебск’). Встретившаяся 1 раз реакция *Alabama* ‘Алабама’ скорее всего вызвана ассоциацией с известной песней “*Sweet home Alabama*”, а пара *home* – *Rome*, возможно, является примером фонетической реакции, вызванной формой слова, а не содержанием.

Группа Действия (2 %), включает лишь 2 реакции: *sleep* ‘спать’ и *relax* ‘расслабляться’.

Структурно-содержательный анализ ассоциативного поля *home* ‘дом’ позволил выделить частотные и единичные реакции, которые свидетельствуют в свою очередь об актуальности ассоциативных связей в сознании носителей языка.

Ядерной реакцией, показавшей максимальную частотность, является реакция *family* ‘семья’, что является вполне закономерным. Дом является местом, где семья живет вместе, собирается вместе, делится радостями и переживаниями, поддерживает друг друга в трудные моменты. Частотными также являются такие единицы как *warm* ‘теплый’, *cozy* ‘уютный’. Следует отметить, что негативных реакций зафиксировано не было.

Как известно, структура поля определяется существующими в нем отношениями, установление которых необходимо для получения полной его характеристики. Анализ зафиксированных между стимулом и реакциями отношений, обнаружил их разнообразие.

Подавляющее большинство связей (69 %) приходится на тематические, появление которых обусловлено тематико-ситуативной ориентацией лексических единиц. Этим типом отношений оказались объединены со стимульным словом *home* ‘дом’ такие единицы как *warmth* ‘теплота’, *coziness* ‘уют’, *understanding* ‘понимание’, *security* ‘безопасность’, *family* ‘семья’, *parents* ‘родители’, *mother* ‘мама’, *town* ‘город’, *Motherland* ‘Родина’ и др.

Парадигматические отношения (8 %) объединили такие пары как *home* ‘дом’ – *house* ‘дом’, *home* ‘дом’ – *datcha* ‘дача’, *home* ‘дом’ – *building* ‘здание’, *home* ‘дом’ – *flat* ‘квартира’.

Синтагматическими связями (8 %), как потенцией к сочетаемости слов различных частей речи, представлены такие пары как, *home* ‘дом’ – *town* ‘город’, *home* ‘дом’ – *sweet* ‘милый’, *home* ‘дом’ – *cozy* ‘уютный’.

Цитатные отношения (9 %), обусловленные различными образами из пословиц, песен, литературных произведений и фильмов, указывают на роль речевых клише во внутреннем лексиконе человека. В анализируемом поле они зафиксированы между стимульным словом *home* ‘дом’ и такими единицами как *castle* ‘замок’, *Alabama* ‘Алабама’ и *sweet* ‘милый’.

В анализируемом ассоциативном поле присутствуют формальные по своей сути словообразовательные (*home* ‘дом’ – *made* ‘сделанный’) и фонетические (*home* – *Rome*) связи.

Таким образом, анализ структуры и содержания ассоциативного поля *home* ‘дом’ показал, что данный концепт в сознании наших респондентов ассоциируется прежде всего с семейными ценностями, безопасностью и уютом. Дом представляет собой гармоничное пространство для жизни и развития, то место, где человек чувствует или же хочет себя чувствовать защищенным и любимым.

О. А. Зинина

КОНЦЕПТ «ДРУЖБА» В АНГЛИЙСКОЙ И ПОЛЬСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Концепт «дружба» является одним из базовых в любой лингвокультуре, так как он отражает одну из основных моральных ценностей человека. В этой связи представляет интерес рассмотрение вопроса о представленности данного концепта во фразеологии таких неродственных языков как английский и польский с целью установления его универсальных и отличных характеристик.

В рамках данного исследования были проанализированы фразеологические единицы, репрезентирующие концепт *friendship/przyjaźń* ‘дружба’ для каждого из рассматриваемых языков. На основе изучения словарных дефиниций были выявлены основные понятийные области, включенные в данный концепт.

Согласно Cambridge International Dictionary of English, в английском языковом пространстве *friendship* определяется как дружественные, партнерские отношения и дружелюбие, привязанность.

Таким образом, можно определить семантическое поле *friendship*, ядром которого выступает существительные *friendship* ‘дружба’ и *friend* ‘друг’, а к ближней периферии относятся существительные *attachment* ‘привязанность’ и *amity* ‘дружелюбие’. К дальней периферии можно отнести такие компоненты, как *good relationship* ‘хорошие отношения’, *love* ‘любовь’, *partnership* ‘партнерство’, *familiarity* ‘близкое знакомство’.

С целью установить основные ценностные доминанты анализируемого концепта, определим фразеологические единицы, содержащие в себе лексемы *friendship* и *friend* на основе «Англо-русского фразеологического словаря» А. В. Кунина.

Основной объем выбранных фразеологических единиц указывает на важность и необходимость дружеских отношений в жизни каждого человека, готовность оказать помощь в трудной ситуации. Дружба бесцenna, она дает уверенность в том, что человек может обратиться за помощью в трудную минуту: *A friend in need is a friend indeed* ‘Друг познается в беде’. Таким образом, одним из ценностных компонентов понятия *friendship* является готовность оказать помощь.

Дружба также предполагает верность, она проходит испытание временем. Друзей стоит выбирать тщательно и не спешить называть каждого своим другом:

Before you choose a friend, eat a bushel of salt with him. Прежде, чем назвать кого-то другом, нужно съесть пуд соли с ним’. *Be slow in choosing a friend, slower in changing him* ‘Не торопись выбирать друга’.

Однако, народная мудрость предостерегает, что дружбу не желательно связывать с финансовыми делами: *Lend your money and lose your friend* ‘Одолжи денег и потеряй друга’. Богатство также может помешать дружбе. Настоящая дружба бескорыстна: *The rich knows not who is his friend* ‘У богатых нет друзей’. *Friendship is not to be brought at a fair* ‘Дружба не покупается на ярмарке’.

С дружбой ассоциируется доверительность, искренность. Взаимопонимание и поддержка друзей помогает в жизни, с друзьями можно разделить радостные и сложные моменты: *A faithful friend is the medicine of life* ‘Преданный друг лучшее лекарство’. *A friend is someone who knows all about you and still loves you* ‘Друг это тот, кто знает о тебе все, но продолжает любить тебя’.

Но дружба предполагает соблюдение некоторых условий, таких как взаимность, избирательность, она требует взаимных усилий: *Friendship cannot stand always on one side* ‘Дружба не может быть односторонней’. *A friend to all is a friend to none* ‘Друг для всех – это друг для никого’.

В то же время английские фразеологизмы выделяют и негативные черты, которыми может обладать дружба. Так, дружба может быть недолговечной: *The best of friends must part* ‘Даже лучшие друзья расстаются’. Дружба может не выдержать жизненные испытания: *A broken friendship may be soldered, but will never be sound* ‘Разорванную дружбу можно скрепить, но она не будет прочной’.

Дружба может прекратиться, а друзья рассориться и даже стать врагами. При этом они становятся самыми страшными врагами, так как обладают большим количеством знаний о своем бывшем друге: *False friends are worse than bitter (open) enemies* ‘Фальшивые друзья хуже явных врагов’.

В дружбе необходима определенная дистанция, тогда она будет крепкой: *A hedge between keeps friendship green* ‘Когда между друзьями изгородь, то и дружба дольше’, на дружеские отношения нужно тратить время: *Friends are thieves of time* ‘Дружба отнимает время’.

Обратимся к польскому языку. Рассмотрим словарные дефиниции лексемы *przyjaźń*. Согласно данным словаря В.Дорошевского «*Słownik języka polskiego*», *przyjaźń* – это “*możność liczenia na przyjaciela w każdej okoliczności; życzliwość, serdeczność, okazywana komuś*” ‘возможность рассчитывать на кого-то при любых обстоятельствах; доброта, сердечность, проявленная к кому-то’.

Таким образом, лексема *przyjaźń* содержит следующие семантические признаки: *bliskie, serdeczne stosunki z kimś oparte na wzajemnej życzliwości i zaufaniu; życzliwość, serdeczność, sympatii, zaufaniu i wzajemnej rotosy* ‘близкие, теплые отношения, основанные на взаимном проявлении доброты и доверия; сердечности, взаимной симпатии и взаимопомощи’.

Исходя из обобщенного определения анализируемой лексемы, мы можем составить структуру концепта *przyjaźń*, ядром которого выступают лексемы *przyjaźń* ‘дружба’ и *przyjaciel* ‘друг’, а к ближней периферии относятся компоненты *bliskość* ‘близость’, *przywiązanie* ‘привязанность’, *serdeczność* ‘сердечность, радущие’, *życzliwość* ‘доброжелательность’, *zaufanie* ‘доверие’, *wzajemnej rotosy* ‘взаимопомощь’. Таким образом, в структуре анализируемого концепта выделяются этические и психологические факторы, на которых основана дружба.

Значительное количество польских фразеологизмов подчеркивают необходимость и важность дружбы. Дружба – это величайшая ценность в жизни каждого человека: *Przyjaźń najwyborniejszą jest przyprawą życia* ‘Дружба лучшая радость жизни’. Также, как и в английской лингвокультуре, в польской ценностной картине мире друг представлен как человек, всегда готовый прийти на помощь в любой ситуации: *Prawdziwych przyjaciół poznaje się w biedzie* ‘Настоящий друг познаётся в беде’. В болезни или в беде всегда можно положиться на помощь друга: *Gdy się źle masz, wtenczas przyjaciela poznasz* ‘Когда ты заболеешь, ты узнаешь своего друга’.

Дружба ассоциируется с искренностью и доверием: *Nie ten przyjaciel, co cię chwali, ale ten, co ci prawdę mówi* ‘Настоящий друг не тот, кто хвалит, а кто правду говорит’. Дружба также предполагает соблюдение некоторых условий, при которых она существует. Это общие взгляды: *Gdzie się myśli nie zgodzą, tam przyjaźń dziurawa* ‘Где мысли не сходятся, там дружба дырявая’; избирательность: *Kto wszystkich chce mieć przyjaciółmi, żadnego nie ma przyjaciela* ‘Кто хочет дружить со всеми, не дружит ни с кем’; отсутствие меркантильного интереса: *Przyjaźń nie tytułów, ale serca potrzebuje* ‘Дружбе не нужны титулы, а нужно сердце’.

Дружба должна быть бескорыстной, её может нарушить внезапное богатство или бедность: *Przyjaciel się zmieni, gdy pusto w kieszeni* ‘Друзья меняются, когда в кармане становится пусто’.

В польской фразеологии также выделяется такая характеристика дружбы как недолговечность: *Zawsze stracić niż nabyć łatwiej przyjaciela* ‘Друга всегда легче потерять, чем найти’.

Анализ английских и польских фразеологизмов, объединенных концептом «дружба», позволил сделать вывод об универсальности для обеих лингвокультур таких ценностных доминант как готовность прийти на помочь, испытание временем и разного рода трудностями, соблюдение определенных условий, несовместимость дружбы и корысти.

При этом, многие польские фразеологические единицы отличаются гораздо большей экспрессией, чем английские фразеологизмы. Так, например, в пословице *A friend in need is a friend indeed* ‘Друг познается в беде’ англичане определяют друга как человека, готового прийти на помощь. В польской пословице *Utoczyć sobie krwi dla kogoś* подчёркивается, что настоящий друг не пожалеет ничего, даже собственной крови, чтобы помочь другу в трудную минуту. В польской культуре, дружба характеризуется как крепкий, проверенный временем союз, который ничто не может поколебать: *przyjaźń do grobowej deski* ‘дружба до гробовой доски’.

В английской и с польской лингвокультурах дружба ассоциируется с такими понятиями как искренность и откровенность. При этом в английских фразеологизмах прослеживается мысль о том, что между друзьями должна быть дистанция и на друзей нужно тратить время, что отражает особенности ментальности, закрепленные в англоязычной лингвокультуре.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что христианские идеи добра, и помощи пронизывали всю жизнь англичанин и поляков, формировали их мировоззрение, их ценности и поведение. Понятие дружбы тесно связано с идеей соборности польского народа, общинного уклада жизни, что отражается в фразеологическом фонде языка. На английскую языковую личность большое влияние окказал протестантизм, в котором культивируется идея индивидуализма, что проявляется в большей сдержанности, некоторой отстраненности в проявлении дружбы.

И. И. Комаристова

ОНИМ КАК СРЕДСТВО СОХРАНЕНИЯ И ТРАНСЛЯЦИИ КУЛЬТУРНОГО КОДА

Исходя из определения, что оним – слово, словосочетание, предложение, которое служит для выделения именуемого им объекта среди других объектов, под онимом нами понимается слово, словосочетание, употребляемое в своем первичном значении, (не метафорично) для номинации единичных объектов.

Источником материала исследования послужили 50 романов современных американских писателей (конец XX века – настоящий период времени), повествующих о событиях, описывающих реалии, являющихся актуальными

на момент создания этих художественных произведений. В результате исследования данных романов (период 1 с 1987 по 2004 гг. – 30, период 2 с 2014 по 2018 гг. – 20) были выявлены и проанализированы 4027 онимов (период 1 – 2148, период 2 – 1879).

Исследование американской художественной литературы периода с 1987 по 2004 гг. позволило выявить следующие области использования онимов: «искусство» (52 %), «история» (23 %), «пресса» (17 %), «религия» (4,5 %), «наука» (1,8 %), «мифология» (1,1 %), «спорт» (0,8 %).

В результате анализа американской художественной литературы периода с 1987 по 2004 гг. установлено, что самые многочисленные онимы представляют сферу «искусство» (в частности сферу «массовая культура»). К сфере «массовая культура» относятся подсфера: «кино» (57 %), «музыка» (36 %), «телевидение» (6 %), «мюзиклы» (0,5 %), «moda» (0,2 %), «литература» (0,1 %).

Сфера «классическая культура» представлена такими подсферами как «литература» (73,6 %), «живопись» (15,5 %), «музыка» (9,5 %), «ювелирное дело» (0,9 %), «архитектура» (0,3 %). Менее многочисленные – онимы из области «истории» (23 %), далее следуют онимы из области «прессы» (17 %), «религии» (4,5 %), «науки» (1,8 %), «мифологии» (1,1 %) и «спорта» (0,8 %).

В шести из семи областей («искусство», «история», «пресса», «религия», «наука», «спорт») на основе критерия частотности нами выявлены онимы, значимые для американского языкового сообщества. В области «мифология» не обнаружены онимы, которые бы упоминались несколькими авторами. Самыми частотными и, соответственно, значимыми для американского языкового сообщества онимами в сфере «искусство» (подсфере «кино») являются: Кэри Грант (2,5 %), Марлон Брандо (1 %), Спенсер Трейси (1 %), Гэри Купер (1 %), Дастин Хоффман (1 %), Арнольд Шварценеггер (1 %), Аль Пачино (1 %), Кевин Костнер (1 %), Бэтмен (1 %), Микки Маус (1,5 %); в подсфере «музыка» – Битлз (1,5 %), Элвис Пресли (2, %), Майкл Джексон (1 %), Мадонна (1 %), Бритни Спирс (1,5 %), Бетховен (1,5 %), Моцарт (1,5 %); в подсфере «литература» – «Красавица и Чудовище» (1 %), Уильям Шекспир (1,5 %), Чарльз Диккенс (2 %), Марк Твен (1 %), Дракула (1 %), Белоснежка (1 %); в подсфере «живопись» – Пикассо (2 %), ван Гог (2 %) и Ренуар (2 %); в области «история» – Джон Кеннеди (5 %), Роберт Кеннеди (2 %), Линкольн (2 %), принцесса Диана (2 %), Рузвелт (2,5 %), Рейган (2,5 %), Мартин Лютер Кинг (2,5 %), Никсон (1,5 %), Билл Клинтон (2 %), Джекки Кеннеди (1,5 %), Джордж Буш (1 %), Горбачев (1 %), Вторая Мировая война (5 %), Гражданская война между севером и югом Америки (1 %), война во Вьетнаме (1 %); в области «пресса» – Нью-Йорк таймс (6 %), Таймс (4,5 %), Пипл (3 %), Плейбой (2,5 %), Ньюсук (1 %); в области «религия» – Иисус Христос (5 %), Будда (1 %), Сатана (1,5 %), Библия (3 %); в области «наука» – Фрейд (2 %); в области «спорт» – Майкл Джордан (1,5 %).

Данная статистика иллюстрирует, что значимые в языковом сообществе онимы, могут не входить в их самую многочисленную область. Например,

самой многочисленной областью является «искусство» (в частности область «массовая культура»), но самый значимый для американского языкового сообщества оним Нью-Йорк таймс относится к области «пресса».

Анализ литературы периода 2 позволил обнаружить сферы онимов, которые не выявлены при исследовании литературы периода 1: «интернет», «компьютерные игры». Также обнаружены подсфера «фотография» и «скульптура» в сфере «искусство».

Анализ онимов литературы периода 2 свидетельствует о преобладании на сегодняшний день онимов из области «искусство» (в частности, из области «массовая культура»). Необходимо обратить внимание на то, что к онимам из сферы «массовая культура» относятся подсфера: «музыка» (62,8 %), «кино» (26,8 %), «телевидение» (8,6 %), «мюзиклы» (1,6 %), «moda» (0,2 %).

Онимы из сферы «классическая культура» представлены следующими подсферами: «литература» (59 %), «живопись» (35,6 %), «архитектура» (2 %), «музыка» (1,6 %), «фотография» (1,4 %), «скульптура» (0,2 %).

Сопоставительный анализ онимов двух периодов демонстрирует, что ранжирование областей по количеству представленных онимов может меняться. Например, ранее онимы из области «спорт» были выявлены в меньшем количестве по сравнению с онимами из областей «наука» и «мифология». В литературе периода 2 онимы из области «спорт» используются чаще чем онимы из областей «наука» и «мифология». Изменения в ранжировании областей по количеству представленных онимов обусловлены и наличием сфер, которые не выявлены в литературе периода 1: «интернет», «компьютерные игры».

Количество и характер подсфер в двух периодах не совпадают. Например, в сфере «искусство» в литературе периода 1 выявлена подсфера «ювелирное дело». Эта подсфера не обнаружена в литературе периода 2. Однако в литературе этого периода в сфере «искусство» представлены подсфера «фотография» и «скульптура». Данные подсфера не выявлены в литературе периода 1. В литературе периода 1 зафиксировано самое большое количество онимов в сфере «искусство» в подсфере «кино». В литературе периода 2 оно установлено у онимов в этой же сфере, но в подсфере «музыка». В наименьшем количестве в литературе периода 1 представлены онимы из подсфер «moda» и «архитектура», а в литературе периода 2 – онимы из подсфер «скульптура» и «moda».

Ранжирование областей по количеству представленных онимов может оставаться неизменным. Например, сопоставительный анализ онимов двух периодов иллюстрирует, что распределение областей «искусство», «история», «пресса», «религия» осталось прежним.

Содержательная изменчивость онимов проявляется в том, что ранее значимые онимы для американского языкового сообщества могут потерять эту значимость. Например, оним Дракула, ранее являющийся частотным в подсфере «литература», не был обнаружен в литературе периода 2. Ранее частотные онимы в подсфере «кино» Кэри Грант, Марлон Брандо, Спенсер

Трейси, Гэри Купер, Дастин Хоффман, Арнольд Шварценеггер, Аль Пачино, Кевин Костнер, Микки Маус не упоминаются в литературе периода 2. В области «история» они Роберт Кеннеди, в области «пресса» они Ньюсуик, в области «спорт» они Майкл Джордан утратили свое прежнее значение для американского языкового сообщества.

Выделяются они, которые не теряют своей значимости для американского языкового сообщества: они Битлз в подсфере «музыка»; они Линкольн, Вторая Мировая война, война во Вьетнаме в области «история»; они Таймс в области «пресса»; они Иисус Христос, Библия в области «религия»; они Пикассо и Моне в области «живопись»; они Фрейд в области «наука».

Вследствие общественного развития может наблюдаться появление новых они, значимых для языкового сообщества. Например, в области «интернет», которая иллюстрирует изменения в развитии общества, значимым они является Ютуб.

В целом, в литературе периода 2 количество они, значимых для американского языкового сообщества, уменьшилось. Если в литературе периода 1 выявлено 52 самых частотных они, соответственно, значимых для американского языкового сообщества, то в литературе периода 2 таких они – 11: Вторая Мировая война (16 %), война во Вьетнаме (15 %), Библия (15 %), Иисус Христос (10 %), Линкольн (8 %), Пикассо (7 %), Таймс (7 %), Ютуб (7 %), Битлз (5 %), Моне (5 %), Фрейд (5 %).

Таким образом, изменение частотного ранга областей они, свидетельствует об изменениях в качестве и количестве они, значимых для американского языкового сообщества. Часть они продолжают оставаться актуальными, другие теряют свое значение для языкового сообщества, и на смену приходят они, которые соответствуют общественному прогрессу и отражают его.

Н. А. Копачева

ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИКИ ОЦЕНОЧНЫХ СУЖДЕНИЙ В АНГЛИЙСКИХ ПАРЕМИЯХ

Оценка как лингвистическая категория является важным аспектом познавательной деятельности человека и коммуникации, способом взаимодействия человека и окружающего мира. Человек анализирует окружающую действительность, имеющуюся в мире явления, свойства, действия, предметы и дает им оценку, приписывает ценность некоторому объекту посредством выражения положительной, отрицательной или нейтральной оценки. По мнению лингвистов оценка характеризуется как «аксиологический термин, отражающий результативный аспект процесса установления отношения между субъектом оценки и ее предметом; причем в класс предметов оценки включаются не только ценности, имеющие для субъекта положительную

значимость, но и нулевые и отрицательные ценности, что доказывает общую относительность этого понятия» (В. И. Банару, 1987). В словаре лингвистических терминов понятие оценки рассматривается как «суждение говорящего, его отношение – одобрение или неодобрение, желание, поощрение и т. п. – как одна из основных частей стилистической коннотации». (О. С. Ахманова, 2004). Таким образом, в настоящем исследовании под оценкой мы понимаем положительное или отрицательное суждение об объекте действительности, опирающееся на сравнение оцениваемого предмета или явления с нормой или эталоном.

Являясь лингвистической категорией, оценка обладает определенным потенциалом языковых оценочных средств и характеризуется особой структурой, в которую входят субъект, объект, основание оценки, оценочный предикат, оценочная шкала. Оценочные высказывания классифицируются на эксплицитные (прямые) и имплицитные (косвенные) по способу их выражения. Известно, что оценка как ценностный аспект значения может быть представлена одним словом, группой слов и целым высказыванием. Оценка содержится в наименованиях предметов и действий, в пропозициональных структурах глаголов. Оценка присутствует и в модальных высказываниях, в структуре пословиц и поговорок, где действие в зависимости от пропозиции может оцениваться как хорошее или плохое (Е. М. Вольф, 2002).

В настоящем исследовании анализируются способы репрезентации семантики этической оценки понятий «добро» – «зло» в структуре англоязычных паремий. Существует мнение, что паремия – устойчивая фразеологическая единица, представляющая собой целостное предложение дидактического содержания, «стандартизированное для типичных жизненных ситуаций и выраженное в речи законченным устойчивым предложением, чаще всего с переносным смыслом» (М. А. Бредис, 2017). Вслед за лингвистами мы определяем паремию как краткое, образное и устойчивое высказывание, употребляемое, как правило, в переносном значении и синтаксически оформленное как простое или сложное предложение, излагающее правила или принципы поведения, нравственные законы, сформулированные на основе жизненного опыта. На наш взгляд, паремии являются разновидностью фразеологических единиц.

В ходе анализа практического материала были выделены антонимические пары значений этической оценки в структуре паремий, противопоставленных понятиями «добродетель»-«порок». В ходе исследования были проанализированы языковые средства в структуре и семантике пословиц и поговорок, которые несут в себе основную нагрузку таких аспектов положительной оценки какдр. трудолюбие, честность, щедрость, оптимизм, справедливость и др. Например: *Politeness costs nothing. Fortune favours the brave. Patience is virtue. Love your neighbor as yourself. It's better to give than to receive. Virtue is its own reward, Charity begins at home.* Анализ значений оценочных суждений в англоязычных паремиях со значением «добродетель» показывает, что имплицитный способ представления оценочных суждений превалирует, хотя эксплицитный способ репрезентации оценки также пред-

ставлен. Например: *A good dog deserves a good bone. Constant dropping wears away a stone. Tell the truth and shame the devil. The early bird catches the worm.* Оценочные суждения в линейной структуре приведенных паремий выражаются не прямо, а образно, на основе метафорического или метонимического переноса, характеризуя вышеуказанные положительные качества человека. На основе анализа исследований этической оценки мы можем сделать вывод, что добродетельные качества являются нормой, а порочность – отклонением от нормы.

Мы также проанализировали языковые средства выражения отрицательной оценки в структуре и семантике пословиц и поговорок, которые выражают такие качества как леность, лживость, жадность, несправедливость и др. Например: *The devil finds work for idle hands to do. A bad workman blames his tools. A lazy sheep thinks its wool heavy. An ass in a lion's skin. Idle folks have the least leisure, Faint heart never won a fair lad. One rotten apple can spoil the whole barrel.* В приведенных паремиях важную семантическую функцию отрицательной оценки выполняют дескриптивные прилагательные *rotten, lazy, faint* и др., с помощью которых утверждается, что указанные отрицательные качества могут оказать очень плохое влияние на окружающих. Этическая оценка в приведенных пословицах выражается при помощи предикатов общей оценки, таких как глагол, прилагательное, существительное, и указывает во всех случаях на отрицательные черты характера человека.

Таким образом, в процессе анализа материала было установлено, что реализация оценочной семантики в структуре анализируемых паремий осуществляется с помощью лексических, грамматических средств, описательных синтаксических конструкций, выполняющих прагмалистическую функцию. Например: *Fear has a quick ear, A liar ought to have a good memory, Cheats never prosper.* Следует также отметить, что существительные, прилагательные и глаголы со значением отрицательной оценки преобладают в анализируемом материале. Явное преобладание слов с отрицательной оценкой связано с тем, что «добродетель» воспринимается как нечто само собой разумеющееся, а «порок» как отклонение от нормы. Следует также отметить, что, хотя положительное или отрицательное значение «добродетель» – «порок» в структуре паремий заложено в семантике существительных, глаголов, прилагательных, тем не менее, в некоторых случаях граница между положительной и отрицательной оценкой бывает довольно тонка и требует более широкого контекстуального анализа.

В заключение следует отметить, что пословицы и поговорки, как сфера реализации оценочных суждений об окружающем мире, обладают таким важным языковым качеством как устойчивость употребления. С лингвистической точки зрения подразумевается семантическая, лексическая и синтаксическая устойчивость. Семантическая устойчивость является одним из наиболее характерных признаков пословиц, она опирается на инвариантность значения. Если говорить о лексической устойчивости, то мы имеем ввиду невозможность полной замены компонентов пословицы, так как в результате

такой замены разрушается сама пословица как устойчивая единица. На синтаксическом уровне устойчивость проявляется в стабильности порядка слов в пословице. Изменение порядка слов ослабляет их выразительность, стилистическую окраску и образность, приводит к нарушению устойчивости. Следовательно, в результате лексической, синтаксической и семантической устойчивости паремии функционируют в языке в готовом виде как единицы коммуникации, а не образуются в каждом новом акте речи. Данное качество определяет прагматическую направленность оценочной семантики в пословицах и поговорках с целью формирования положительной или отрицательной оценки об объекте в рамках шкалы «хорошо-плохо». Положительная оценка в структуре паремий основывается на удовлетворении нужд и потребностей человека, включая потребности социальные, эстетические и морально-этические, благоприятные в моральном и физическом отношении. Отрицательность представляет собой все то, что несовершенно, ошибочно, то, что приносит вред человеку и коллективу и находится в противоречии со сложившимися нормами поведения.

Л. С. Крохалева

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ЭКСПЛИКАЦИИ КАТЕГОРИИ ИНТЕРДИСКУРСИВНОСТИ В ЖАНРЕ КОРОТКОГО РАССКАЗА

Оформление дискурсивной стилистики в качестве самостоятельной дисциплины явилось результатом расширения традиционного лингвистического анализа, его выход «в великий интертекст культурной традиции» (М. М. Бахтин). В рамках новой дискурсивно-диалогической парадигмы были разработаны принципы и методы дискурсивного анализа, основным из которых является интерпретация смысла высказывания не только с опорой на языковое знание и знание маркеров жанрово-стилевой атрибуции анализируемого текста, но и учёт специфики реализации в нём интертекстуального диалога, представляющего собой своеобразную перекличку принимающего и прецедентного текстов (В. Е. Чернявская, И. В. Петрова, Т. Ф. Плеханова и др.).

Дальнейшая разработка теории и практики дискурс-анализа идёт по линии разграничения/уточнения таких базовых понятий как внутренняя и внешняя интертекстуальность, типы межтекстовых связей, специфика их языкового и структурного оформления в различных дискурсивных жанрах. Согласно принимаемой нами концепции И. В. Петровой внутренняя интертекстуальность в её двух ипостасях – интерсубъектная и референтная – отграничивается от т.н. внешней интертекстуальности, терминируемой автором как дискурсивная интертекстуальность. Интердискурсивный подход предполагает анализ текста, в нашем случае – художественного, не только в аспекте конкретной прецедентности, маркированной аллюзиями, цитатами, сносками и т.д., но и в аспекте прецедентности обобщающего вида, понимаемой как взаимодействие различных дискурсивных жанров в процессе

текстообразования. Данная трактовка категории интердискурсивности как одного из видов межтекстового диалога близка концепции В. Е. Чернявской, которая вводит в научный оборот понятие типологической интертекстуальности. Типологическая интертекстуальность, по мнению автора, предполагает открытость другим типам и жанрам и актуализируется набором строго обязательных текстообразующих признаков «прототипически повторяющихся в новых текстах одной типологической принадлежности» (В. Е. Чернявская).

Данный вид иностилевой адаптации принимающего и прецедентного текстов, обозначаемый здесь как типологическая интердискурсивность, восходит к известной концепции М. М. Бахтина о т.н. «вводных жанрах», которые, будучи включёнными в художественный текст, «сохраняют в нём свою конструктивную упругость и самостоятельность и своё языковое и стилистическое своеобразие» (М. М. Бахтин). Примером такого интердискурсивного взаимодействия может служить короткий рассказ как малая форма эпического жанра. Рассказ выбирается нами по двум основным причинам: во-первых, он является едва ли не доминирующим литературным жанром в англоязычной беллетристике, а во-вторых, именно короткие рассказылагаются студентам в качестве объекта дискурсивно-стилистического анализа в рамках учебных дисциплин «Язык профессионального общения» и «Профессиональное общение».

Наглядным примером своеобразной «игры» различных дискурсивных жанров является рассказ Дж. Джойса «Несчастный случай» (J. Joyce. A Painful Case). Рассказ повествует о судьбе замужней женщины, одинокой в браке, бросившейся под поезд в результате перемены в её непростых отношениях с мужем. Главный герой вместе с читателем узнаёт о случившемся из газетной статьи, помещённой в рассказе. Включение газетного текста в рассказ в данном случае осуществляется по принципу «текст в тексте».

Структура статьи в рассказе отвечает всем требованиям прямой сводки новостей (straight news story). Главная функция такого типа статьи – информировать читателя о произошедших событиях, поэтому в ней констатируются только факты без вовлечения мнения автора и его оценки происходящего. Статья оформлена по классической композиционной структуре жанра: заголовок, подзаголовок, корпус статьи, включающий основную информацию (кто? что? где? когда?) и заключение, в котором сообщается об окончательном вердикте суда по делу о погибшей женщине. Лексический состав данной части текста также соответствует всем нормам жанра газетной статьи. Текст изобилует устойчивыми газетными клише *the deceased woman, railway officials, witness, circumstances of the case*, а также медицинскими терминами, которые используются для описания травм погибшей женщины. Что касается грамматических свойств, присущих газетному стилю, то это – наличие большого количества так называемых «stone wall constructions», многочисленных атрибутивных сочетаний, например, *the ten o'clock slow train*, а также эллиптических предложений, которые во многом способствуют компрессии информации в газетном сообщении. Проведённый анализ на

идейно-смысловом уровне позволил выявить целый ряд сюжетных компонентов, которые вызывают у читателя определённые ассоциации с образом Анны Карениной из одноимённого романа Л. Н. Толстого.

Иной тип интердискурсивного взаимодействия представляет собой явление т. н. «жанрового синкретизма» (термин Н. М. Разинкиной). Жанровый синкретизм имеет место в т.н. периферийных/маргинальных текстотипах, где маркеры двух или более дискурсов сосуществуют как бы на равных и порой трудно определить доминирующий жанр. Примерами такой контаминации являются учебник, научно-информационная рекламная статья, научная фантастика, обзорные статьи (*features*) и т.д. Наибольшая степень инодискурсивной адаптации достигается в тех случаях, когда прецедентный текст/дискурс «прямо определяет собой конструкцию целого текста, создавая особые жанровые разновидности» (М. М. Бахтин). Так, по модели эпистолярного жанра строится известный рассказ У. Сарояна «Дорогая Гreta Гарбо» (W. Saroyan. Dear Greta Garbo). Как и принято в жанре письма, текст рассказа состоит из следующих структурных элементов: приветствия *Dear Greta Garbo*, собственно повествования и традиционной заключительной фразы *Yours very truly*. Композиционные особенности эпистолярного дискурса поддержаны его лексическим составом и морфологическими особенностями, это: фамильярное обращение к актрисе *If you noticed the newsreel carefully you couldn't have missed me, Remember?*, регулярное использование сленговых выражений ...*we were standing around in small groups chewing the rag about this and that*, повторяющегося слова *well*, обычно служащего заполнением паузы в устной разговорной речи, а также сокращённых форм глаголов *I didn't, I'll make* и т.д. Таким образом, наложение эпистолярного жанра на жанр рассказа помогает автору воплотить свой художественный замысел, который нацелен на создание комического образа героя и в целом на достижение юмористического эффекта всего повествования.

Знание описанных выше типов интердискурсивного взаимодействия и возможных способов его актуализации в конкретном тексте помогут расширить репертуар средств лингвостилистического анализа, а также способствовать дальнейшему развитию текстотипологических и дискурсивно-аналитических компетенций студентов.

Г. А. Назина, А. А. Мякинчик

ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА ФЕЙКОВЫХ ПУБЛИКАЦИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ

На современном этапе развития лингвистики несмотря на активное внимание к различного рода интернет-публикациям, ряд аспектов, связанных с их актуализацией и стратегической организацией, остаётся недостаточно изученным. Особенно значимым представляется исследование коммуникативных стратегий и тактик, реализуемых в фейковых публикациях, которые

стремятся имитировать достоверность и манипулировать общественным сознанием. В этом контексте данное исследование чрезвычайно важно, так как направлено на выявление прагматических и функциональных характеристик англоязычных фейковых текстов с позиций коммуникативно-функционального направления. Исследованием фейковых публикаций активно занимаются такие ученые, как Т. В. Рябова, А. В. Николаева, Т. М. Денисова, М. Н. Булаева.

В ходе анализа практического материала за основу взяты типичные для фейковых публикаций стратегии, выявленные Т. В. Рябовой (Т. В. Рябова, 2015): «Маскировка источника», «Использование характеристик научного дискурса», «Цитаты и прямая речь», «Тональность и стиль» и «Ложные ссылки и источники». Рассмотрим, как актуализируются данные стратегии в медиатекстах, посвященных проблемам здоровья и экологии.

Коммуникативная стратегия «Маскировка источника» дает возможность злоумышленникам транслировать ложные сведения, не указывая источник. Так, например, в статье, посвященной ураганам и изменениям в погоде, автор с помощью местоимения *they* заявляет об определённой группе лиц, которой приписывается способность менять погоду. – *Yes they can control the weather. It's ridiculous for anyone to lie and say it can't be done.* Описываемая языковая стратегия также может реализовываться посредством конструкции пассивного залога, которая скрывает субъект действия, и таким образом, не предоставляет информацию о конкретном авторе или источнике информации. В следующем примере о распространении вируса оспы обезьян не указано, кто именно классифицировал заболевание как форму герпеса. – *CDC has now classified this disease as airbone and anybody within 15 ft can catch it. The disease is now classified as a form of herpes. The illness typically lasts 2–4 months.*

Коммуникативная стратегия «Использование характеристик научного дискурса» предполагает мимикрию под настоящие научные исследования, для которых характерны различные научные термины, сложносочиненные и сложноподчиненные предложения, нейтральность и объективность, практически отсутствие эмоционально-окрашенных выражений и слов. В рамках данной стратегии широко применяются количественные данные и термины для точной и однозначной передачи информации, что позволяет произвести на потенциального читателя впечатление строгости и научной подлинности написанного. В частности, в статье, обсуждающей проблемы загрязнения океана и сокращения популяции планктона, автор прибегает к научным терминам *farm fertilizers, pharmaceuticals*, заявляя, что сельскохозяйственные удобрения и фармацевтические препараты являются основными источниками загрязнения океана химическими субстанциями. Он также приводит даты и количественные данные исследований, не предоставляя, однако, сопроводительной информации о методологии сбора данных, репрезентативности выборки и конкретных ученых. – *The landmark research blames chemical pollution from plastics, farm fertilisers and pharmaceuticals in the water. Previously, it was thought, the amount of plankton had halved since the 1940s, but*

the evidence gathered by the Scots suggest 90 % has now vanished. Такие числовые показатели становятся не инструментом объективного анализа, а псевдонаучной мимикрией конкретной тезиса.

Использование фрагментов прямой речи и различных цитат в медийных публикациях (в рамках коммуникативной стратегии «Цитаты и прямая речь») является одной из форм проявления апелляции к авторитету, которая указывает на верность определенного утверждения, основываясь на авторитетности источника. Применение данной стратегии в контексте фейковых публикациях выражается чаще всего в искажении семантики оригинальных высказываний и их содержания. В следующем фрагменте статьи, посвященной судебному разбирательству в связи с добавлением в питьевую воду фтора, автор демонстрирует мнение признанного датского учёного-эпидемиолога Филиппа Грандъяна о существовании серьёзной угрозы. Активно упоминается учреждение (Гарвардский университет) и должность субъекта (внештатный профессор), имя и происхождение ученого, что в совокупности производит на потенциального читателя впечатление авторитетности и научности данного высказывания. Тем не менее, полностью его слова не цитируются, только фрагменты высказываний, и, следовательно, не могут быть расценены как достоверные. – *A Harvard epidemiologist testified in a high-stakes bench trial over environmental groups' efforts to get the U.S. Environmental Protection Agency to ban fluoride in 200 million Americans' drinking water that there is "definitely a causal relationship" between fluoride exposure and neurotoxicity, even at low exposure levels. Danish epidemiologist Philippe Grandjean, who is an adjunct professor at Harvard University and chair of environmental medicine at the University of Southern Denmark.*

В фейковых публикациях авторы широко используют эмоционально насыщенные формулировки, вызывающие страх, негодование или сопререживание. Такой подход, типичный для коммуникативной стратегии «Тональность и стиль», снижает критическое восприятие информации и способствует немедленному распространению сообщения.

В частности, в статье, рассматривающей проблему учащения случаев сердечных приступов молодых спортсменов на фоне вакцинирования, адресант драматизирует ситуацию и стремится создать панику у адресата. – *It is definitely not normal for so many mainly young athletes to suffer from cardiac arrests or to die while playing their sport, but since the end of 2020, it is happening. Many of these heart issues and deaths come shortly after they got a COVID vaccine. While it is possible this can happen to people who did not get a COVID vaccine, the sheer numbers clearly point to the only obvious cause.* Для этой цели он использует следующие эмоционально маркированные языковые средства: конструкции категоричного оценивания *it's definitely not normal*, *the sheer numbers clearly point* (с интенсификаторами *definitely*, *sheer*, *clearly*), способствующие формированию восприятия события как девиантного и угрожающего; глаголы *to suffer* и *to die* с высокой эмоционально-негативной коннотацией вследствие апелляции к категории физического или психического страдания.

Коммуникативная стратегия «Ложные ссылки и источники» представляет особую актуальность в условиях активного распространения фейковых публикаций, особенно с развитием различных нейросетевых технологий, способных генерировать правдоподобные, но недостоверные тексты. Упоминание несуществующих или искажённых источников, мимикрирующих под научные данные и авторитетные мнения, служит инструментом придания ложной информации видимости объективности и достоверности.

Описываемая стратегия может актуализироваться посредством апелляции к ложному авторитету: в статье, посвящённой вопросам безопасности ношения масок, автор обращается к мнению политических деятелей (в данном случае это губернатор штата Миссури Майк Парсон), не обладающих компетенцией в области здравоохранения. – *Mike Parson called the new guidance “disappointing and concerning” and “inconsistent with the overwhelming evidence surrounding the efficacy of the vaccines and their proven results”. He, like others, warned that the measure would undermine efforts to encourage vaccine holdouts to get their shots by casting further doubt on the efficacy of approved vaccines.*

Таким образом, проведенный анализ реализации коммуникативных стратегий в фейковых публикациях показал, как языковые средства могут быть использованы для скрытия, манипулирования информации и создания ложного впечатления о достоверности медиатекстов. В настоящих условиях современного медиапространства и социальных сетей важным аспектом развития научного сообщества является повышение медиаграмотности населения и становление навыков проверки информации – ключевых мер противодействия дезинформации. Лингвостилистический анализ при этом выполняет первостепенную роль в распознавании фейковых публикаций.

А. Б. Окаева

К ВОПРОСУ О ЯЗЫКОВЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ФЕЙКОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

В современном мире задача верификации любой информации имеет первостепенное значение. Недостоверные данные, поступающие посредством различных СМИ, носят часто разрушительный характер и приводят к серьезным финансовым, политическим и общественным последствиям. В данных условиях доступ к достоверной и точной информации становится ключевым ресурсом. Тот, кто способен контролировать и направлять информационные потоки, может оказывать значительное влияние на общественное мнение, принятие решений и формирование социальных процессов. Без критического мышления, то есть, без умения всесторонне анализировать информацию и делать обоснованные и объективные выводы, без способности ставить под сомнение любую информацию, в том числе собственные убеждения, невозможно адекватно оценить ни чужие, свои действия и их последствия.

Сложность ситуации усугубляется скоростью распространения фейков в медиа среде.

Аудитория, не умея отличить достоверную информацию от фейковой, часто сама становится распространителем недостоверных сведений, поскольку фейковые данные могут содержать не только сами публикации, но и комментарии к ним. На сегодняшний день выявление фейков – это базовая потребность информационной гигиены современного общества, которая предполагает обязательную проверку информации на достоверность и непротиворечивость.

Особое значение имеет выявление фейковой информации при лингвистической экспертизе текстов, поскольку установление ложного или намеренно недостоверного характера утверждений позволяет затем дать такой информации правовую оценку.

Базовые подходы к оценке достоверности информации включают в себя: Фактчекинг, с помощью которого проводится тщательный поиск всех источников информации, проверка фактов, поиск свидетельств, которые позволяют подтвердить либо опровергнуть полученные данные.

Анализ путей распространения информации и определение основного источника фейкового контента. Если это новостной ресурс, то проводится проверка легальности деятельности, наличие аккредитации и характер репутации в медиапространстве. Осуществляется сопоставительный анализ аналогичных сообщений в других СМИ или социальных сетях.

Если анализировать непосредственно текстовые маркеры фейковой информации, то следует уделить особое внимание изучению заголовков, поскольку заголовок, анонс или иллюстративный компонент содержащий недостоверные сведения, то есть, то, что сейчас обозначают термином *кликбейт* – это самый быстрый способ привлечения внимания читателя. Привлекая внимание аудитории, он провоцирует читателя на переход к основному материалу. Этим материалом может быть рекламное сообщение, вредоносное программное обеспечение, данные, позволяющие мошенническим способом завладеть финансовыми средствами и личными данными читателя. В такой ситуации всегда используются наиболее актуальные темы, часто шокирующие, которые способны вызвать интерес у широкого круга пользователей/читателей.

Для того, чтобы минимизировать ущерб, который может причинить недостоверная информация, важен комбинированный подход к анализу любых данных, которые доступны в современном медиапространстве.

Т. Н. Руденко

БИЗНЕС-ТОПОНИМ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ И ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ

Названия компаний, такие как Walmart – крупнейшая американская розничная сеть по объёму выручки – представляют собой бизнес-топонимы.

Мы считаем, что языковая реализация особенностей этимологии, словообразования и брендинга данного имени является ярким примером социальной метафоры – художественного приёма, позволяющего завуалированно отразить актуальные проблемы общества.

Walmart объединяет часть фамилии основателя, Сэма Уолтона (Walton → Wal), основавшего компанию в 1962 году, с концепцией рынка (mart – сокращение от market), что буквально означает «рынок Уолтона». Таким образом, указывая на место торговли, название означает ‘рынок Уолтона’, и отражает видение Сэма Уолтона о доступности и удобстве приобретения широкого ассортимента товаров по низким ценам, что делает компанию жизненно важным ресурсом, особенно в районах с недостаточным уровнем обслуживания.

Более того, бизнес-топоним Walmart, будучи языковым маркером социальной изоляции, затрагивает темы потребительства, глобализации, экономического неравенства, культурной гомогенизации и корпоративной власти. Часто Walmart рассматривается как символ современного массового потребления, объединяющий мировые рынки, способствующий смешению культур и экономик. Компания также может служить метафорой экономического неравенства – стремясь предложить низкие цены, она часто обеспечивает своим сотрудникам невысокую заработную плату и минимальные социальные гарантии. Широкое распространение Walmart символизирует процесс культурной гомогенизации, когда стандартизованный «один размер для всех» затмевает местный бизнес и стирает индивидуальные черты региональных культур. Влияние крупных корпораций, подобных Walmart, очевидно не только в формировании рынков и политики, но и в трансформации общественных норм.

Примечательно, что слово как языковой знак – это не просто элемент коммуникации, но и скрытый маркер, с помощью которого можно включать или исключать людей из определённых социальных групп. Одним из ярких тому примеров является использование Walmart в качестве шибboleта или этнолингвистического пароля. После прихода к власти 47-го президента в США сотрудники правоохранительных органов стали использовать произношение названия этого бренда для выявления нелегальных мексиканских иммигрантов. Суть проблемы кроется в специфическом фонетическом явлении – сочетании звуков [wə:], которое почти не встречается в испанском языке, что затрудняет его правильное произношение для носителей этого языка. Казалось бы, тривиальная трудность становится идентификатором, позволяющим выявить не носителя английского языка, а, следовательно, и его социальную принадлежность. Эксплуатация подобных особенностей поднимает важные этические вопросы, связанные с маргинализацией целых групп.

Таким образом, бизнес-топоним Walmart выступает не только как символ коммерческого успеха, но и как мощный языковой маркер, отражающий сложное переплетение культурных, экономических и социальных процессов. Этимологическая основа названия, объединяющая имя основателя с концеп-

цией рынка, воплощает идею доступности и массового потребительства, в то время как фонетические особенности, затрудняющие правильное произношение для носителей иных языков, демонстрируют, как язык может невольно служить средством идентификации и инструментом социальной дифференциации. Подобную практику, особенно в контексте шибболета, можно рассматривать как яркий пример того, как язык, брендинг и институциональные практики переплетаются, поднимая важные вопросы этики, стереотипизации и культурной гомогенизации, что обуславливает необходимость дальнейшего исследования влияния лингвистических механизмов на формирование идентичности в условиях глобализации.

В. В. Хомич

АССОЦИАТИВНЫЙ ПОДХОД К ВЫБОРУ КЛЮЧЕВЫХ СЛОВ В ТЕКСТЕ

Процессы порождения и восприятия текста тесно связаны. Создавая текст, каждый автор, вероятно, думает о том, как он будет воспринят читателями.

Всё, что создаётся ориентировано на кого-то и требует понимания и оценки. Особую роль в этих непростых процессах играют ключевые слова – слова, доминирующие и при создании, и при восприятии текста. Согласно исследованиям А. А. Залевской и других психолингвистов, ключевые слова текста активизируют связанные с ними ассоциативные значения, имеющиеся в сознании индивида и, как правило, хранящиеся в долговременной памяти.

Ключевые слова – это опорные лексические элементы понимания текста. Они представляют собой изначально закодированную свёрнутую структуру текста. И если текст понимается как продукт осмысления автором действительности, реализуемой посредством словесно-ассоциативных полей, составляющих его структуру, то именно ассоциативное распределение ключевых слов внутри текста помогает понять его смысл и определить авторский замысел. Следует также отметить, что авторский замысел предопределяет различную степень смысловой нагрузки в структуре предложений, организующих текст. Но как определить, какие единицы наиболее значимы для понимания смысла текста? Данный вопрос тем или иным образом уже затрагивался во многих лингвистических исследованиях прагматической направленности. Большинство исследователей сходятся во мнении, что такими единицами являются ключевые слова текста. Непременными свойствами ключевых слов выступают повторение словесного образа с изменением и обогащением его назначения в контексте, богатство семантики, сложная полисемия и разнообразие контекстных связей.

Одно и то же слово в тексте способно приводить в движение ассоциативные поля, которые в лексиконе человека образуют огромную сеть, значительно превышающую объём и возможности рабочей памяти человека.

Ассоциации возникают в нашем сознании уже при наличии в нём определённых знаний и представлений о значении слова. Таким образом, для построения текстовых ассоциативных полей учитывается главный смысл текста, основная идея автора, способы и средства передачи автором этой идеи, всё, что влияет на формирование того или иного слова в данном тексте. В последнее время в психолингвистических исследованиях текста ключевое слово сближают с понятием «концепт», за ключевыми словами стоят лексические концепты как ментально-психические образования.

Таким образом, ключевые слова в структуре текста носят, как правило, концептуальный характер и выполняют роль опор, формирующих лично-плановый и в то же время целостный смысл текста.

Ключевые слова приравниваются к образам, возникающим в сознании автора при создании текста. Считается целесообразным рассматривать ключевые слова в роли образов, поскольку сначала в сознании появляется образ того, что нужно создать. Когда задаётся та или иная тема, то в сознании появляются образы и ассоциации, а потом они передаются при помощи слов. Ассоциации связывают ключевые слова, как бы создавая основу для порождения ассоциативных связей между словами текста. Идея автора – создать образы, а с точки зрения психолингвистического анализа текста, с позиции его порождения и восприятия эти образы становятся ключевыми словами. Для литературы – это художественный образ, для психологии – образ сознания, а для лингвистики – это ключевое слово в тексте.

Ведь когда перед читателем предстают определённые образы, в его сознании возникает набор ассоциаций согласно рассматриваемой теме, сюжету и авторскому замыслу. Он может не только глубже понять основную идею автора, но и как бы создать свой собственный текст, пытаясь пересказать, передать информацию, полученную им при прочтении.

Ассоциативный фон текста свидетельствует о существовании достаточно прочных связей между словами в тексте. В процессе текстопорождения роль ключевых слов очень важна, они связывают замысел, который автор реализует в своём произведении с тем, как читатель его воспринимает. Существуют определённые правила выделения ключевых слов, однако исследователи не раз отмечали, что всё же их выбор остаётся достаточно свободным.

Пытаясь понять основную идею автора, читатель будет выделять важные для понимания опорные слова и словосочетания. Любой достаточно развёрнутый текст можно превратить в набор ключевых слов, опираясь на которые читатель может восстановить весь текст. Это происходит при помощи ассоциаций, которые связывают ключевые слова между собой и образуют вокруг них поля из слов, ассоциативно связанных друг с другом.

Читатель воспринимает предметный мир как целое только при условии, что в нём есть что-то постоянное, определённые опорные элементы, отображённые в нашем сознании в виде образов предметов и ситуаций, константных по сравнению с образом мира. Чтобы образ мира изменялся (а он существует только в изменении), в нём должно быть что-то относительно

неизменное. Так и в тексте. Только роль образа предмета в его восприятии и понимании играет образ содержания слова, психический эквивалент его значения.

При психолингвистическом подходе к порождению текста и построению ассоциативных полей внутри него мы не можем рассмотреть, как лексические единицы связаны между собой внутри поля, поскольку ассоциации разные, из разных сфер, ассоциирование может происходить по разным направлениям. Рассмотрение слов в тексте как целой единой системы становится возможным благодаря наличию в нём ключевых слов и слов ассоциативно с ними связанных. Поскольку в тексте они объединены одной общей темой и идеей.

Ассоциативная роль ключевых слов заключается в моделировании ассоциативного пространства текста.

Высокая частотность употребления ключевых слов в художественном тексте в целом и в композиционно значимых его частях помогает раскрыть авторский замысел и заинтересованность читателя.

Участие в создании смысловой многоплановости текста в целом, в реализации эстетических и идеологически окрашенных значений, в выражении важных художественных идей автора ключевые слова и ассоциации, связанные с ними, играют важную роль как при прохождении текстов, так и при их восприятии читателями.

Круглый стол
«СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ
ИДЕНТИЧНОСТИ В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ ДИСКУРСА»

Л. В. Левшун

**КОНСТРУИРОВАНИЕ ИДЕНТИТЕТА РУСИ
В ПОСЛАНИЯХ КНЯЗЯ В.-К. К. ОСТРОЖСКОГО**

Уже ко времени заключения Брестской унии в культуре литовской руси стал очевидным обрыв отеческой – древнерусской, «византийско-киевской» – традиции во всех её проявлениях: в условиях литовской, а потом польско-литовской экспансии были уничтожены или утрачены из-за неблагоприятных условий бытования почти все специфические ценности народа руси, а значит – и признаки «рускости», отличавшие русь от этнических литовцев и поляков: правящая династия, историческая память, структура власти и управления, правовая система, сама государственность, отеческое исповедание, традиционная церковная юрисдикция, культурная традиция и ее носитель – культурная элита руси. «Не zostает нам намнейшее речы, с которое быхмо се тешити въ законе своем мели... – писал В.-К. К. Острожский Ипатию (Потею) в послании от 21 июня 1593 г. – Все опровергълосе, упало! За всих скорбь, ситование и беда! И если далей почувать не будемо, Бог весть, што з нами за конец будет!» Утратив все основные идентификационные признаки, критерии и механизмы, которые работали в средневековье, русь ВКЛ вынуждена была искать новые критерии и механизмы идентичности. Задача осложнялась тем, что необходимо было отличить себя не только от других сограждан Речи Посполитой, но и от «*gente Ruthenus*» Московского царства.

В этой ситуации простое воссоздание традиционной средневековой генеалогической и/или исторической легенды заведомо не могло дать ожидаемого результата – русь ВКЛ неизбежно оказалась бы «своими» среди «чужих» (русских Московского царства) и «чужими» среди «своих» (обывателей Речи Посполитой). Приспособление же литовской легенды о Палемоновичах или польской сарматской идеологемы для целей самоидентификации руси столь же неизбежно привело бы к растворению «*gente Ruthenus*» в «*natione Polonus*», чего и добивалась администрация Речи Посполитой. К тому же литовскую русь накрывала бы тень Рима: либо «длящегося Рима» польского сарматизма, либо «третьего Рима» Московского царства, либо Рима как отчества, согласно Палемоновой легенде литовцев. Следовательно, руси предстояло *создать новый идентифицирующий конструкт*, в котором элементы разрушенной идентичности воссоздавались бы не в их первозданном виде, а преображаясь в новых условиях.

У истоков создания такового конструкта – в качестве его идейного вдохновителя, первого разработчика и осуществителя – стоял князь

В.-К. К. Острожский, который одним из первых осознал опасность идеологии польского сарматизма для идентичности руси в «государстве двух народов». Утверждение сарматизма в качестве идеологии Речи Посполитой создало условия для культурной ассимиляции разных представителей «шляхетского народа», в результате которой должна была сформироваться «речь-посполитская» общность. Экспансивность идеологии сарматизма и тот факт, что верховная власть в РП принадлежала в основном представителям этого «народа», делало абсолютным преобладание в новой общности польского сарматского элемента. Разумеется, при таких обстоятельствах этногенез и идентичность руси были обречены слиться с польскими этногенезом и идентичностью.

Ситуация осложнялась тем, что, во-первых, миссия «сарматской республики» виделась в том, чтобы не только защитить восточные рубежи западной цивилизации от «восточной схизмы» (Православия), но и распространить «истинную веру» (Католицизм) на восток. Следовательно, основанием религиозной унификации неизбежно становился Католицизм. Во-вторых, мессианская идеологема Московского царства «Москва – третий Рим» была слишком близка мессианству польского сарматизма, а значение Стоглавого собора для истории «московского православия» имело едва ли не то же значение, что Тридентский собор для истории Католицизма, в частности, в том, что оба узаконили воинственный консерватизм и мессианскую агрессивность, чуждые христианству. Вместе с тем православное вероисповедание было тем последним и единственным «живым» признаком, который реально, а не легендарно, отличал сообщество «gente Ruthenus» от всех иных в Речи Посполитой. Поэтому в постлюблинскую и посттридентскую эпоху представителей руси волновали прежде всего вопросы их этноконфессиональной идентичности в католическом окружении.

Таким образом, остро всталая проблема разработки такой идентичности, которая бы противостояла как польскому, так и московскому мессианству. Князь В.-К. К. Острожский был тем мыслителем, который впервые озвучил эти новые идентифицирующие признаки руси как прежде всего «единыи правыи веры сопричастников», изложил их в своих письмах к разным лицам и систематизировал в «Окружном послании» от 24.07.1595 года.

Важным для К. Острожского является **конфессиогенетическая специфика**: в письму, московским книжникам, которые обосновывали свою идеологему священноисторической закономерностью «последние будут первыми» (Мф 20:6), и польскому мессианизму, князь доказывает, что «русская вера» гораздо древнее и «московского православия» и «сарматского католицизма». Она «не ново изобретена, яко прочие, от людских умышлений <...> но от самого Бога, еще в начале света, купно с созданием первого человека предана, и оттоле <...> действуется и невредима хранится» /стб. 101/ от самого Авеля, а не от позднее живших Иафета и Мосха, от которых начинают историю своих церквей московиты поляки. Эта вера сохранялась вплоть до оглашения ее в Иерусалиме Самим Господом. И именно из

этого «жерла» проистекает нынешняя вера православной руси, а не из Рима, как сарматская, и не от Андрея Первозванного, как у московитов. Отличительный признак «русской веры» – *ненасильственность*: «никто же имать рещи <...>, абы кого приневоляти когда во истинную веру или мучити мели...» /стб. 103/. И это также отличает православную русь ВКЛ как от сарматов, так и от московитов. Еще один значимый идентификационный признак «русской веры» – то, что она *вера мучеников и страстотерпцев* по примеру Авеля, Христа и Его апостолов.

«Вси бо, – рече, – хотящии благочестно жити о Христие Иисусе, гоними будуть» (2 Тим. 3:13) /стб. 103/. Так воспринимаемый конфессиогенез предоставляет четкий критерий для различения «своих» и «чужих»: «свои» – мученики; «чужие» – мучители, что весьма отличается от представлений о вселенской миссии как «шляхетской республики», так и «Третьего Рима», да и от сарматского идеала сословной избранности.

Эта конфессиогенетическая легенда Острожского, задаёт особую *аксиологическую систему*, значимую для идентификационных механизмов. Абсолютной ценностью в идентитете русинов является *Православие как единственная истинная вера*; приверженность Православию есть абсолютный критерий культурной, социальной, духовной включенности личности в общность руси: «единые истинныа веры держащеся блудем, еюже все праведники избранники Божии живуть (Рим. 1:17)». При этом – как самая действенная мессионерская проповедь – воспринимается Острожским страдание за веру.

Такая аксиологическая система принципиально отличает идентитет православной руси от идентитетов и «сарматской республики», и «третьего Рима» еще и тем, что она *абсолютно аполитична*. Между тем для польских сарматов высший аксиологический статус имели освященная Богом католическая сарматская республика и моральный кодекс «рыцерства», призывающий защищать это Божие установление. Основной ценностью московитов было могущество Московского царства как «третьего Рима, а четвертому не бывать», обоснованное также в категориях религиозных универсалий. В идентитетах и тех и других отождествлялись политическое и духовное. Но государство-Отечество сообщества литовской руси – Небесный Иерусалим, чьим образом в человеческой истории является Иерусалим в Святой земле. Земное же отечество руси – ВКЛ или Речь Посполитая – лишь анклав земного Иерусалима, и «кто не станет участником веры сего чувственного Иерусалима... таковый каждый <...> и з онаго мысленного небесного града Иерусалима извергется». Вместе с тем, утверждаемая князем и его сподвижниками аксиология русинов *абсолютно демократична*: именно приверженность истинной вере, а не родовитость, не социальный и/или материальный статус определяют в ней ценность человека. *Религиозная толерантность* – значимый элемент аксиологической системы в идентитете руси – основывается на христианской аксиологии и предполагает уважительное отношение к выбору конфессии. В этом князь видит проявление

христианского смирения и любви к образу Божию в каждом, даже духовно заблудшем, человеке. Насилие же в вопросах веры – признак зловерия, признак Каина.

Идеи Острожского были единственной серьезной попыткой обозначить основания новой идентичности народа литовской руси, отличной и от древнерусской, и от литовской «Палемоновской», и от польской сарматской, и от московитской. Они вдохновили «православное возрождение», создавшее «культы памяти» литовской руси, без чего было бы невозможно формирование национальной идентичности белорусов и украинцев.

Круглый стол **«СТАНОВЛЕНИЕ ЛИЧНОСТИ** **В ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ»**

Н. П. Баранова

О ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ ЛИЧНОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ СРЕДСТВАМИ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК»

Происходящие в современном мире глобализационные процессы поставили перед системами образования стран мира сложные разноплановые задачи, одна из которых заключается в подготовке подрастающих поколений к эффективной межкультурной коммуникации. Ее решение во многом предопределется качеством языкового образования, цель которого состоит в развитии иноязычной коммуникативной компетенции обучающегося, а стратегический ориентир – в формировании его личности как поликультурной.

В настоящее время во многих странах мира развернулся активный научный поиск путей решения обозначенной задачи. Направления этого поиска свидетельствуют о стремлении выявить возможности всестороннего и последовательного учета в образовательной практике рекомендаций ЮНЕСКО, нацеливающих на становление поликультурной личности посредством формирования у обучающихся социокультурной компетенции на основе реализации идеи диалога культур. При этом каждая страна принимает конкретные решения с учетом сложившихся в ней образовательных традиций и подходов, выражаяющих национальные интересы.

В нашей стране успешная реализация обозначенной задачи связывается с определением эффективных возможностей усиления личностно-формирующей функции иностранных языков и формирования у обучающихся социокультурной компетенции, прежде всего, посредством обогащения процесса овладения изучаемым языком элементами поликультурного образования, предполагающего организацию обучения с учетом последовательной опоры на две и более культурные традиции и обеспечения на этой основе поликультурного личностного становления в сочетании с развитием качеств патриота и гражданина Республики Беларусь.

Социокультурная компетенция понимается как личностное образование, имеющее сложный состав, в котором можно выделить четыре компонента: ценностно-мотивационный, когнитивный, деятельностно-познавательный, знаниевый. Их совокупное формирование и развитие в процессе изучения иностранного языка предполагает наличие в нем возможностей для воспитания у обучающихся бережного, уважительного отношения к культурам народов, для которых изучаемый язык является родным, и проявляется в эмоционально- положительном, исключающем этноцентризм, восприятии его носителей.

Степень сформированности ценностно-мотивационного компонента выражается в способности выстраивать конструктивные связи между родной и познаваемой культурами. Развитие когнитивного компонента выражается в появлении в сознании обучающегося своеобразной интерпретационной системы, через посредство которой происходит присвоение понятий, фактов, ценностей познаваемой культуры. Деятельностный компонент рассматривается как совокупность умений «ноу-хау», выражющихся в способности интегрировать ценности познаваемой культуры, в готовности усваивать знания в условиях поликультурных межязыковых контактов. Знаниевый компонент представляет собой систему знаний о мире изучаемого языка.

Эффективная интеграция элементов поликультурного образования в языковое предполагает последовательный учет ряда положений, которые в своей совокупности способствуют формированию и развитию поликультурной личности в процессе обучения иностранным языкам:

- приобщение обучающихся к мировой культуре через усвоение знаний о родной, национальной;
- воспитание у обучающихся уважения к другим народам и культурам;
- формирование готовности к деловому сотрудничеству и взаимодействию, способности представлять свою страну при осуществлении межкультурных контактов;
- развитие умений критического анализа в процессе обучения иностранному языку.

Учет вышеизложенных положений обусловил обогащение задач обучения иностранному языку как средству поликультурного развития личности. К ним отнесены:

- социокультурное развитие личности до уровня, обеспечивающего возможность воспринимать иное в его непохожести и представлять свою страну и культуру в условиях иноязычного межкультурного общения;
- развитие ценностных ориентаций обучающихся, осуществляемое посредством формирования у них гуманистической позиции личности на основе создания условий для обогащения конструктивного опыта положительных эмоционально-чувственных отношений;
- развитие мотивации к изучению иностранного языка посредством формирования потребностей лучше понимать окружающий мир и быть понятым.

Названные задачи предполагают усиление внимания к реализации личностно-формирующей функции иностранного языка в образовательном процессе, требуют совершенствования языкового образования, утверждения в регулярной образовательной практике его личностно-ориентированного характера.

В настоящее время происходит движение белорусской системы образования навстречу выдвинутым требованиям. Его можно охарактеризовать как непростое и противоречивое. Сложности состоят в том, что осуществление личностно-ориентированного языкового образования, обеспечивающего

формирование поликультурной многоязычной личности посредством развития ее иноязычной коммуникативной компетенции в целях использования иностранного языка как средства межкультурной коммуникации, порождает принципиально новые характеристики образовательного процесса и взаимодействия его участников. Изменяются все виды связей между ними: информационные, организационно-деятельностные, коммуникативные, управления и самоуправления. Происходит утверждение новой парадигмы языкового образования. Предполагается, что выдвижение целей, определение и отбор содержания, форм и методов обучения должно осуществляться в единстве языкового, аксиологически-смыслового и культуроцентрического компонентов.

Однако, в силу ряда объективных причин система образования страны не готова эффективно ответить на современные вызовы. Суть проблемы состоит в том, что специалисты в области преподавания иностранных языков столкнулись с рассогласованностью новых методологических ориентиров, теоретических положений и методических подходов к обучению языкам на всех уровнях образования. В сложившихся обстоятельствах чрезвычайную важность приобретают вопросы научного обеспечения образовательного процесса.

На основании предпринятого анализа состояния вопроса о научном обеспечении процесса реализации языкового образования в учреждениях общего среднего и среднего специального образования и в высшей школе можно констатировать, что дальнейшее эффективное решение вопроса о формировании поликультурной личности его средствами требует выполнения полидисциплинарных фундаментальных и прикладных исследований, разработки психологических, дидактических, методических и лингвистических аспектов обучения иностранному языку в контексте личностно-ориентированной образовательной парадигмы.

Спектр востребованных исследований широкий. В своей совокупности результаты их выполнения должны обеспечить полное и всестороннее научно обоснованное представление о путях реализации в образовательном процессе личностно-формирующей функции иностранного языка как учебного предмета на уровне теоретико-методологического и теоретико-практического анализа; о возможностях формирования и развития у обучающихся социокультурной компетенции в ее современном понимании.

К числу приоритетных направлений научного поиска относятся исследования, посвященные вопросам интегрированного владения языками и культурами их носителей в условиях языкового и культурного многообразия в информационном обществе. Речь идет об исследовании путей полноценной реализации потенциала личности учащихся и студентов в процессе изучения языков, формирования и развития у них компетенций культуры иноязычного общения. Соответственно, принципиально важно выявить пути интеграции процессов коммуникативного и социокультурного развития обучающихся, изучить условия, наличие которых способствует развитию гуманистической направленности личности как целостной совокупности взаимосвязанных мотивов и убеждений, предопределяющих успешное взаимодействие с

миром иного языка. В качестве основного методологического ориентира выполнения востребованных исследований и, одновременно, генерализованного критериального показателя оценки качества научных результатов следует рассматривать обеспечение взаимосвязей языка – мышления – культуры.

Е. В. Гладейчук

ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ В ПОДГОТОВКЕ УЧИТЕЛЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА В РБ И КНР В 90-е ГОДЫ XX ВЕКА

В 90-е гг. ХХ века вопросы повышения качества подготовки учителей иностранного языка являлись одними из приоритетных в образовательной политике Китайской Народной Республики и Республики Беларусь. Решения, принятые на государственном уровне в КНР и РБ в указанный период, способствовали значительным качественным преобразованиям в системах подготовки учителей иностранного языка двух стран и обусловили их современное состояние.

Контент-анализ документов, принятых в сфере образования в 1990-е гг. в КНР и РБ, позволяет сделать вывод о том, что особенности подготовки учителя иностранного языка определялись потребностью государства в педагогических кадрах, руководством двух стран проводилась планомерная целенаправленная работа, направленная на повышение качества образования, усиление учебно-методической и академической базы, увеличение финансирования педагогических учебных заведений и др.

Сравнительный анализ общих и специфических характеристик подготовки учителя иностранного языка в КНР и РБ в 90-е гг. ХХ века выявил следующее.

До начала 1990-х годов идеально-политическая подготовка педагогических кадров в Китае и Беларуси базировалась на коммунистических идеях. Политические события начала 1990-х гг., обретение нашей страной статуса независимого государства повлекли коренные изменения в содержании идеально-политической подготовки педагогических кадров. В связи с началом формирования национальной системы образования, важнейшей задачей явилось воспитание будущего учителя патриотом Беларуси. Произошло обновление содержания идеально-политической подготовки: исключены из учебного плана социально-политические учебные дисциплины советского периода, введены дисциплины «Становление белорусской государственности», «Политическая история», «История Беларуси и белорусоведение», «Панорама культуры», «Европейская цивилизация и литература». В отличие от РБ, подготовка педагогических кадров в КНР в 1990-е гг. продолжала осуществляться на основе идей социализма с китайской спецификой, марксизма-ленинизма, учения Мао Цзэдуна.

Мировые тенденции оказали влияние на обучение иностранному языку в обеих странах. В 1990-е гг. в Китае подготовка учителей иностранного языка

стала осуществляться по разным моделям: 2+2 (2 года языковой и 2 года психолого-педагогической подготовки); 2,5+1,5 (2,5 года языковой и 1,5 года психолого-педагогической подготовки); 3+1 (3 года языковой и 1 год психолого-педагогической подготовки). В системе подготовки учителя иностранного языка вводится изучение фонетики и фонологии, грамматики, практики устной и письменной речи изучаемого иностранного языка, лексикологии, стилистики, культуры страны изучаемого языка, перевода и интерпретации; признается необходимость развития всесторонних навыков владения английским языком, обогащения знаний о культуре страны изучаемого языка, повышения коммуникативной компетентности обучаемых; вводится обязательная сдача будущими учителями английского языка тестов ТЕМ-4 и ТЕМ-8.

Отметим, что университеты иностранных языков в КНР приобрели автономию в выборе языковых учебных дисциплин для учебных планов, получили право адаптации национальных учебных планов, изданных центральными органами образования Китая.

В 1990-е гг. в Республике Беларусь в учебных планах увеличился объём учебного времени, отводимого на изучение языковых учебных дисциплин:

«Теоретический курс второго иностранного языка», «История языка», «Теоретическая фонетика», «Лексикология», «Практика речи и грамматика основного иностранного языка», «Второй иностранный язык». В 1992 году была расширена подготовка учителя по двум иностранным языкам, одним из которых являлся английский язык, начата подготовки учителей по специальности “Педагогика и методика начального образования и иностранный язык”. Кроме двух иностранных языков, студенты осваивали одну из следующих специализаций: “Зарубежная литература”, “Белорусский язык как иностранный”, “Русский язык как иностранный”, ”Прикладная лингвистика”, “Страноведение”. Срок обучения составлял 5 лет.

В 1990-е гг. в КНР в обучении будущих учителей иностранного языка применялись положения коммуникативного подхода, в РБ обучение было организовано на основе коммуникативно-ориентированного подхода.

В Беларуси психолого-педагогической подготовке учителя иностранного языка придавалось чрезвычайно важное значение на протяжении всей второй половины XX века. Кроме этого, в нашей стране, в отличие от Китая, значительное внимание уделялось педагогической практике будущего учителя, имело место разнообразие ее видов. В 1990-е годы в РБ увеличивается объём учебного времени на изучение педагогики, психологии, методики преподавания иностранных языков, вводятся спецкурсы, по-прежнему значительную часть учебных планов занимают различные виды педагогической практики.

В КНР отношение к психолого-педагогической подготовке долгое время было неоднозначным. Несмотря на меры, принятые для повышения готовности будущих педагогических кадров к профессиональной деятельности, признания высокой значимости психолого-педагогических дисциплин, уве-

личения объёма учебного времени для их изучения в высших учебных заведениях, а также прохождения практики, уровень знаний и умений молодых учителей иностранного языка в сферах педагогики, психологии и методики преподавания к концу 1990-х гг. оставался недостаточно высоким.

В 1990-е годы руководством КНР и РБ проводилась целенаправленная плодотворная работа, направленная на привлечение на обучение в педагогические учебные заведения талантливых выпускников средних общеобразовательных школ и поощрение студентов. Для решения кадровых проблем правительством КНР был принят ряд мер, содействовавших повышению социального статуса и материального благосостояния учителей с целью побуждения их к тому, чтобы следовать своей профессии на протяжении всей жизни, в том числе, назначение всех выпускников педагогических училищ и колледжей на преподавательскую работу и отказ в разрешении государственным ведомствам переводить квалифицированных учителей из средних и начальных школ на другие работы. В 1990-е годы возрастает финансовая поддержка в области профессиональной подготовки педагогических кадров по всей стране, увеличиваются инвестиции в образование, предоставляется возможность абитуриентам из сельской местности обучаться в педагогических университетах за счёт средств государственного бюджета.

В 1990-е годы решениями белорусского руководства также увеличен объём финансирования в области профессиональной подготовки педагогических кадров, организуется целевая подготовка учителей иностранного языка; выпускникам, направленным на работу в учреждения образования, расположенные в зонах, пострадавших от аварии на Чернобыльской АЭС, предоставляются ежегодные выплаты.

Исследование показало, что особенности подготовки учителей иностранного языка в Китае и Беларуси обуславливались потребностью государства в педагогических кадрах на различных исторических этапах, чем определялось количество и виды учебных заведений, в которых была организована указанная подготовка.

В связи с возросшей потребностью в педагогических кадрах в КНР увеличилось количество учебных заведений, в которых было организовано обучение будущих учителей иностранного языка. Подготовка осуществлялась по различным образовательным программам в разных видах учебных заведений: профильных высших учебных заведениях (университеты иностранных языков), классических университетах, педагогических университетах, педагогических колледжах, педагогических школах.

В Беларуси в 1990-е годы возникла проблема нехватки педагогических кадров, способных преподавать иностранные языки. В этот период наша страна перешла на университетскую модель высшего образования, увеличилось количество и разнообразие видов учебных заведений. Образование педагогических кадров осуществлялось в профильном высшем учебном заведении, классических университетах, педагогических университетах, средних специальных педагогических учебных заведениях.

В 1990-х годах в обеих странах наиболее востребованными были педагогические кадры со знанием английского языка в связи с возрастанием роли данного языка в мире.

Отметим, что предпринятое нами дальнейшее исследование состояния вопроса показало, что все принятые в 1990-х годах меры способствовали повышению качества подготовки учителя иностранного языка как в КНР, так и в РБ, и заложили основу для развития системы подготовки педагогических кадров в 2000-е годы.

В. В. Пашкевич

ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ К ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ ПОЛИКУЛЬТУРНОГО ВОСПИТАНИЯ ШКОЛЬНИКОВ СРЕДСТВАМИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

В условиях глобализации, растущей мобильности населения и многообразия культур поликультурное воспитание приобретает особую значимость. Оно направлено на формирование у школьников уважения к культурному многообразию, толерантности и способности к конструктивному взаимодействию с представителями разных культур. В связи с этим, подготовка будущих учителей к осуществлению поликультурного воспитания является важной задачей педагогического образования.

Учебная практика служит важным звеном в подготовке студентов к поликультурному воспитанию школьников. Этот этап обучения предоставляет возможность не только применить теоретические знания на практике, но и сформировать конкретные навыки, необходимые для работы в многонациональной образовательной среде. Студенты имеют шанс изучить различные подходы к воспитанию и обучению, которые учитывают культуру, традиции и ценности различных этнических групп.

Для эффективной подготовки студентов к осуществлению поликультурного воспитания в рамках учебной практики необходимо:

- **Обеспечить теоретическую базу:** студенты должны иметь четкое представление о сущности поликультурного воспитания, его целях и задачах, а также знать основные принципы и подходы к его реализации.
- **Разработать методическое обеспечение:** необходимо предоставить студентам методические рекомендации, примеры разработок внеклассных мероприятий, направленных на формирование поликультурной компетентности школьников.
- **Организовать практическое обучение:** студенты должны иметь возможность наблюдать за работой опытных учителей, реализующих поликультурный подход в своей педагогической деятельности, а также самостоятельно разрабатывать и проводить внеклассные мероприятия, направленные на формирование поликультурной компетентности школьников.

- **Осуществлять контроль и оценку:** необходимо разработать критерии оценки деятельности студентов в области поликультурного воспитания и проводить регулярный контроль и анализ результатов их работы.

Важным аспектом подготовки студентов является формирование у них способности к анализу и оценке этнокультурной ситуации в конкретной школе и классе. Студенты должны уметь выявлять особенности культурного состава учащихся, их потребности и интересы, а также учитывать эти факторы при планировании и осуществлении образовательного процесса.

Необходимо также обучать студентов приемам создания поликультурной образовательной среды, в которой каждый ученик чувствует себя комфортно и уверенно, независимо от своей культурной принадлежности. Это предполагает использование разнообразных форм и методов обучения, учитывающих индивидуальные особенности учащихся, а также создание атмосферы взаимоуважения и сотрудничества.

Особое внимание следует уделять формированию у студентов умений организации диалога культур, стимулированию учащихся к обмену опытом и знаниями о своей культуре, а также к изучению и пониманию других культур. Важно научить студентов использовать различные источники информации, такие как литература, искусство, музыка, кино, для расширения кругозора учащихся и формирования у них позитивного отношения к культурному многообразию. Обучение будущих педагогов также должно включать в себя изучение успешных примеров из опыта других стран, где поликультурное воспитание интегрировано в образовательные системы.

В процессе учебной практики студенты могут не только наблюдать за процессом поликультурного воспитания в учреждении образования, где они проходят практику, но и активно участвовать в организации воспитательных мероприятий, акциях, направленных на интеграцию различных культур в школьной среде, что не только обогащает их профессиональный опыт, но и повышает уровень их социально-культурной компетенции. Работа эта также может заключаться в разработке сценариев, участии в проведении тематических занятий и проектов, которые способствуют уважению к культурному разнообразию. Создание мультимедийных материалов, включая видеоролики, подкасты, презентации, поможет сделать воспитательный процесс более интерактивным. Взаимодействуя с учащимися, студенты учатся учитывать индивидуальные особенности и потребности детей из разных культурных групп при наличии таковых в классе. Важно, чтобы такие студенты учились работать в команде, создавая проекты, которые отразят культурное многообразие и помогут школьникам лучше понять различные традиции и обычаи.

Немаловажным является сотрудничество с преподавателями и опытными специалистами. Участие в совместных проектах, обмен опытом и получение обратной связи от наставников значительно углубляет понимание специфики поликультурного подхода в образовании. Такой опыт служит основой для дальнейшего профессионального развития и формирования уверенности в своих способностях.

Кроме того, необходимо развивать у студентов навыки разрешения конфликтных ситуаций, возникающих на почве межкультурных различий. Студенты должны уметь анализировать причины конфликтов, находить компромиссные решения и способствовать примирению сторон. Важно научить их проявлять терпимость и уважение к чужому мнению, а также уметь аргументированно отстаивать свою позицию.

Необходимо вовлекать студентов в активные формы обучения, которые способствуют развитию критического мышления и навыков анализа. Работа в группах, ролевые игры, дебаты и работа с реальными проектами позволят студентам глубже осмыслить проблемы и вызовы, связанные с поликультурным взаимодействием. Это даст возможность применить полученные знания на практике и оценить их значимость.

Ключевым аспектом является также рефлексия. Студенты должны регулярно анализировать действия всех участников образовательного процесса и их последствия, осознавать их успехи и ошибки. Это позволит не только повысить качество подготовки, но и даст возможность сформировать более глубокое понимание важности признания и уважения культурного многообразия. Рефлексия может осуществляться в различных формах: в виде фиксированных отчетов, обсуждений в группе или индивидуальных размышлений.

Оценка эффективности учебной практики в аспекте поликультурного воспитания требует разработки специальных критериев. Проведение опросов, анкетирований, интервью и наблюдений может стать ключевым инструментом для формирования базы данных об успехах и трудностях студентов в процессе практической деятельности.

Таким образом, целенаправленная и систематическая подготовка студентов к осуществлению поликультурного воспитания школьников средствами учебной практики является необходимым условием формирования у будущих учителей профессиональной компетентности в области поликультурного образования. Практика как форма обучения позволяет не только закрепить полученные теоретические знания, но и развить навыки межкультурной коммуникации, понимания и уважения к различным культурным традициям и ценностям. Успешная реализация поставленных задач позволит не только улучшить качество образования, но и способствовать гармонизации межкультурных отношений в школьной среде, что, в свою очередь, будет способствовать созданию более толерантного и уважительного общества.

А. В. Трацевская

ИНТЕГРАЦИЯ ГУМАНИСТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ В УЧЕБНУЮ ПРАКТИКУ СТУДЕНТОВ

Современное общество характеризуется глобализацией, цифровизацией и многообразием культурных взаимодействий, что требует от молодых людей высокого уровня социального и нравственного развития. Гума-

нистические ценности являются основой формирования гармоничной личности будущих педагогов, способной к самореализации и профессиональной деятельности.

Учебная практика – это важный этап подготовки будущих педагогов, который позволяет студентам применить теоретические знания в деятельности, развить профессиональные навыки и получить опыт работы в образовательной среде. Поэтому, практика рассматривается рядом исследователей (Е. П. Белозерцева, В. П. Горленко, А. И. Пискунова, В. К. Розов, В. А. Сластина и др.) в качестве интегрирующего и стержневого компонента профессионального становления студента. По мнению В. В. Краевского, практика – это процесс, в котором преднамеренно создаются условия для самопознания, самоопределения студента в различных профессиональных ролях и формируется потребность самосовершенствования в профессиональной деятельности.

Интеграция гуманистических ценностей в учебную практику студентов выступает не только как педагогическая необходимость, но и как стратегический приоритет в подготовке будущих специалистов – компетентных и социально ответственных. Ценность – представление о том, что свято для человека, группы, коллектива, общества в целом, их убеждения и предпочтения, выраженные в нормах, привычках и обычаях поведения. Ценности не подвергают сомнению, они служат эталоном, идеалом для всех людей, составляют основу всех сторон жизнедеятельности человека – традиций, обычаев, образа жизни, идеологии государства. Становлением, развитием, изменением и обогащением ценностей занимается аксиология – предметно конкретная методология воспитания и развития личности, обеспечивающая формирование ценностей личности, способной самостоятельно и творчески мыслить, понимающей свое предназначение и сохраняющей личностный статус независимо от обстоятельств. В педагогической деятельности в результате теоретической и практической деятельности формируется ряд ценностей, которые и составляют профессиональную компетентность педагога. Это ценности отношения, ценности качества, ценности знания. Ценности отношения обеспечивают педагогу целесообразное и адекватное построение педагогического процесса и взаимодействия с его субъектами. Ценности качества – это взаимосвязанные индивидуальные, личностные, статусно-ролевые и профессиональные качества педагога. Ценности знания предполагают упорядоченность и организованную систему знаний и умений построения функционирования образовательного процесса и т. д.

Поэтому, развитие гуманистической направленности личности студента как будущего специалиста предусматривает приобретение необходимых знаний о гуманизме как социально-педагогическом феномене, воспитание ценностного отношения к человеку, формирование гуманистического мировоззрения, воспитание гуманистических качеств посредством развития рефлексивных способностей, приобретения навыков гуманных отношений в команде, группе и т. д. С целью повышения качества подготовки студентов

к учебной (1-ой педагогической) практике была проведена диагностика гуманистической направленности личности студентов 2 курса ФРЯ МГЛУ (81 чел.). В процессе диагностики использовались такие технологии оценки уровня гуманистической направленности, как анкетирование, тестирование, методика выявления способа разрешения конфликтных ситуаций, которые позволили определить активность студентов в применении знаний о морали и гуманистических моральных ценностях, принципах взаимопонимания в практической деятельности. Выявлено, что для 30,86 % студентов характерен низкий (репродуктивный) уровень владения гуманистическими знаниями (гуманизм как этическая жизненная установка). Средний уровень (продуктивный), когда знания носят неустойчивый характер, отмечался у 54,32 % опрошенных, а 14,82 % студентов показали достаточный объем гуманистических знаний – высокий (креативный) уровень.

Результаты анкетирования показали, что на вопрос «Должен ли педагог обладать гуманистической направленностью?», 100 % респондентов ответили однозначно положительно. Отвечая на вопрос «Какой смысл вы вкладываете в понятие «гуманистическая направленность педагога?», студенты указали на уважение к личности ученика, признание ценности каждого как уникальной личности, сопереживание и поддержку, понимание эмоционального состояния учащихся, создание атмосферы доверия, обеспечение безопасной среды для свободного выражения мыслей и чувств, акцент на индивидуальных потребностях и способностях учеников, обеспечение их личностного и профессионального роста.

В ответ на вопрос «Какие качества в наибольшей степени отражают гуманистическую направленность педагога?», студенты отметили сопереживание как способность чувствовать и понимать эмоции учеников, умение слушать как внимание к мнению и переживаниям учащихся, эмпатию и доброжелательность в создании позитивной атмосферы в классе, тактичность в общении, четкость в выражении мыслей и уважение к словам учеников; толерантность как уважение к различиям между людьми, включая культурные, социальные и личные аспекты; щедрость как готовность делиться знаниями и временем с учениками; милосердие как способность проявлять заботу о других и поддерживать их в трудных ситуациях; ответственность перед собой и людьми как осознание своей роли в жизни учеников и готовность поддерживать их развитие; умение нести радость другим людям, вдохновлять учеников и создавать положительный настрой в обучении; уважительное отношение к личным границам учеников. Вместе с тем 55,4 % респондентов основной смысл своей будущей педагогической деятельности связывают с передачей предметных знаний.

Гуманистическая направленность, является результатом аксиологического подхода в педагогике, – это стратегическая программа обновления образовательного процесса, которая включает целостные педагогические блоки.

- Признание гуманизма. Видение гуманизма в любой проблеме, измерение всех явлений, включая природу, общество, человека.

- Формирование смысла жизни. Жизненное самоопределение. Выбор взглядов, выбор позиции, выбор ценностей. Ценностное отношение к собственной жизни, потребности в ее проектировании и реализации.

- Формирование у личности позитивной программы, включающей основные гуманистические качества человека: добродетель (вера, мудрость, честность, бесстрашие, терпение и др.), благодеяние (действия, обусловленные заботой и направленные на блага других людей: сопереживание, сорадование, бескорыстие, милосердие), миротворчество (этика ненасилия, великодушия).

- Осознание своего гуманистического несовершенства. Формирование гуманистического идеала. Ориентация на образец морального совершенства.

- Гуманистическое самовоспитание и самообразование. Самосовершенствование и самореализация личности.

- Формирование у личности ориентации на другого человека, понимание чувств другого, сострадания к нему и соучастие в его судьбе: умение ставить интересы другого человека выше своих; самоограничение во благо другого.

- Формирование у личности способности сопротивляться своим собственным отрицательным качествам, т. е. воспитать гуманистическую стойкость. Освобождение от негативных качеств, мешающих своим способностям.

- Формирование у личности потребностей к созидательной, самоорганизующей, самооценочной и творческой деятельности. Изменение мира в соответствии со своей гуманистической сущностью.

- Формирование у личности потребности приобщения к системе культурных ценностей, отражающих богатство гендерной, общечеловеческой, национальной, социальной, гражданственной и мировой культуры; воспитание потребности в высоких культурных и духовных ценностях в их дальнейшем обогащении (В. Т. Кабуш, А. В. Трацевская, 2012).

Таким образом, организация учебной практики студентов с опорой на гуманистические ценности предполагает создание среды, которая способствует формированию социальной ответственности, гуманного отношения к личности обучающегося, способности к самооценке и саморегуляции, развивает навыки конструктивного общения и сотрудничества.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРОБЛЕМЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО И СОПОСТАВИТЕЛЬНОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ

<i>Басовец И. М.</i> Субъекты ссылочных конструкций газетных текстов, участвующие во взаимодействии медийного и разговорного дискурсов	3
<i>Лазарчик А. П.</i> Концепт «война» как объект исследования в сопоставительной лингвистике.....	6
<i>Чалова О. Н.</i> Особенности презентации коммуникантов в англоязычном научном диалоге.....	9
<i>Чигирь А. В.</i> Категоризация собирательных существительных в когнитивном аспекте.....	12

ПРИКЛАДНАЯ ЛИНГВИСТИКА

<i>Богданова Н. А.</i> Разграничение микротем при построении логико-семантической формулы текста.....	15
<i>Василевская В. М.</i> Проблема автоматического реферирования русскоязычных научных текстов в сфере икт: возможности и ограничения онлайн-сервисов на базе нейросетей	17
<i>Козлова С. В.</i> Новая архитектура инструментальной базы ИИ для написания диссертаций по лингвистике	21
<i>Кративин Ю. Б.</i> Применение методов искусственного интеллекта в образовательном процессе.....	24
<i>Красовская Ю. Ю.</i> Параметризация метаданных англоязычных и русскоязычных тревел-блогов	26

ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА

<i>Долженкова О. М.</i> Хронотоп современного новостного дискурса и его отражение в текстовом хронотопе	29
<i>Каспирович Г. А.</i> Новообразования с именами собственными в немецкоязычной рекламной лексике.....	32
<i>Катарская Е. О.</i> Оглавление как сильная позиция текста: роль названий глав в построении макроструктуры произведения	35
<i>Ломовая А. В.</i> Перевод английских и русских прецедентных имен: семантика и прагматика.....	37
<i>Неборская Л. Н., Андросянко А. Н.</i> Композиционно-структурная и лексико-стилистическая характеристика типа текста «сетевая кинорецензия».....	39

<i>Неборская Л. Н., Лебедева Е. Ю.</i> Лексико-грамматическая характеристика типа текста «травелог» (на материале путевых заметок Ф. Хайнхофера 1629 г.).....	42
<i>Няхай Т. М.</i> Слова як аб'ект рэдактарской увагі.....	45
<i>Рымкевич О. Е.</i> Функциональная реализация модальности в газетно-публицистическом дискурсе (на материале немецкого языка).....	48
<i>Труш Е. Н.</i> Лингвистические и экстралингвистические особенности немецкоязычного рекламного текста	51
<i>Zhao Linjiang Modern Educational Advertising: Different Languages – Common Trends</i>	53

ЛЕКСИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА

<i>Антоненко А. В.</i> Семантическая структура коннекторов аддитивности современного испанского языка	57
<i>Булгакова М. П.</i> Проблема репрезентации лингвокультурных концептов лексическими средствами.....	59
<i>Внук Т. В.</i> Структурные особенности паразиформул немецкого и русского языков.....	61
<i>Корбачёва Т. В.</i> Семантика номинаций дней недели: диахронический аспект	63
<i>Котов К. А.</i> Метафорическое описание глаз человека: взаимосвязь эмпирийных признаков и эталонов сравнения (на материале русского, английского и испанского языков).....	65
<i>Кушинерук Н. Н.</i> Лексико-семантические особенности образования немецких имён существительных (в молодежном сленге).....	69
<i>Лещёва Л. М.</i> Межъязыковые лексические соответствия и их перевод	71
<i>Ло Чжэнцзинь</i> Сравнительные значения русских прилагательных, производных от наименований животных, и их китайских коррелятов	75
<i>Мяховский А. А.</i> Соотношение структурных и содержательных характеристик в гиперо-гипонимической иерархии на примере названий животных в современном английском языке	77
<i>Никитенкова К. Г.</i> Феномен языковой игры в современных медиа (на материале немецкого языка)	80
<i>Петракова Ю. И.</i> Производящий потенциал имён существительных немецкого языка (на материале окказионализмов и неологизмов)	82
<i>Солонович Л. В.</i> Коннотативная вариативность глаголов слухового восприятия в немецком и русском языках	85
<i>Харитончик З. А.</i> Референтные VS нереферентные употребления имён существительных и их рефлексия в значениях производных слов	88

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

<i>Аникеева Т. В.</i> Сенсорные оценки прецедентного феномена современного художественного текста.....	90
<i>Карпеш А. Э.</i> Отражение культурного концепта «dolce far niente» в языковой картине мира итальянцев. компаративный анализ отношения к труду и отдыху в итальянской, русской, белорусской, американской и британской лингвокультурах	92
<i>Качанович Е. В., Разумова А. В.</i> Основные фонетические, грамматические и лексические особенности английского языка австралии и новой зеландии (на материале интервью со знаменитыми людьми Австралии и Новой Зеландии)	96
<i>Козлова Т. А.</i> Взаимодействие семантики наименований моральных качеств и физических величин.....	98
<i>Куц А. А.</i> Понятие победа в медицинском тексте белорусских СМИ ...	101
<i>Леон О. В.</i> Биографема в ряду смежных явлений современного биографического нарратива	104
<i>Надумович Л. М., Денисова И. Н.</i> Структура и семантика неологизмов компьютерной сферы	107
<i>Урбанович И. Г.</i> О концепции медиатекста в современной лингвистике	109
<i>Шестакова Е. В.</i> Телеологическая оценка в дипломатическом дискурсе	112

МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

<i>Биюмена А. А.</i> Репрезентация категории солидарности в современном медиадискурсе.....	116
<i>Гладко М. А.</i> Семиотический портрет современной телекоммуникации	118
<i>Завадская Е. А.</i> Тенденции коммуникативного продвижения фешнбрендов на современном этапе.....	120
<i>Коваленя А. В.</i> Авторские сравнения в описании губ человека (на материале русского, белорусского, английского и турецкого языков)...	122
<i>Лёшина А. И.</i> Сложная ситуация вербального информирования	125
<i>Мацнева М. А.</i> От традиционной медицины к цифровой: трансформация коммуникации через видеоблоги	127
<i>Новиков В. В.</i> Основные средства эспликации коммуникативных смыслов согласия/несогласия в ток-шоу Беларусь и Германии	129
<i>Руденя Г. Л.</i> Апелляция к ценности экспертизы и пользы в коммуникативном пространстве красоты во французских средствах массовой информации	132

<i>Рябых В. А.</i> Языковые средства выражения солидарности в фильме «Монте кристо»	134
<i>Сыкало О. А.</i> Репрезентация культурных ценностей в рекламном дискурсе.....	136
<i>Сыропарова П. А.</i> Паремиологическое высказывание как средство репрезентации культурного концепта.....	139
<i>Яркова Е. М.</i> Имидж Д. Трампа в западных СМИ до и после электоральной кампании	142

**Круглый стол
«АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ СТИЛИСТИКА
КАК НАПРАВЛЕНИЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ»**

<i>Афонина О. В.</i> Коммуникативные тактики, реализующие стратегию самопрезентации (на материале женских анкет в приложении TWINBY)..	146
<i>Куценко Н. В.</i> Стратегия избегания конфликта при реализации косвенных побуждений в немецком языке.....	149
<i>Тригубова Д. Л.</i> Воспитательный потенциал деятельности Совета молодых ученых	152
<i>Щукина С. К.</i> Эпиграф в музыкальных произведениях	155

**Круглый стол
«АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК
КАК ТРАНСКОНТИНЕНТАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН»**

<i>Дуранкова А. А.</i> Сравнительный анализ произносительных особенностей юго-восточных диалектов великобритании	158
<i>Мисовская Е. В.</i> Современные подходы к описанию фонетики национальных вариантов английского языка.....	160
<i>Почерняй Д. С.</i> Ключевые сходства и различия американского и канадского вариантов английского языка	162
<i>Руденко Т. Н.</i> К вопросу об ареальном членении языкового ландшафта	163
<i>Савельева Е. С.</i> Специфика консонантизма и вокализма в ирландском варианте английского языка	165
<i>Стригун К. В.</i> От гонконга до нигерии – внешний круг вариантов английского языка	167
<i>Шарова Е. А.</i> Единство и многообразие американского английского	170
<i>Яскевич О. М.</i> Актуальность изучения новейших тенденций в британском английском	172

Круглый стол
«ГРАММАТИЧЕСКИЕ КАТЕГОРИИ И ЕДИНИЦЫ
В РАЗЛИЧНЫХ ДИСКУРСИВНЫХ ПОЛЯХ»

- Коленда Е. В., Крымовская М. Д.* Особенности передачи сослагательного наклонения при переводе цитат анимационного дискурса с русского языка на английский 175

Круглый стол
«ДИКЦИЯ И ГОЛОСОВЕДЕНИЕ В ГУМАНИТАРНОМ
ОБРАЗОВАНИИ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНТА»

- Крылович М. Ю.* Качественные эффекты артикуляции на английском языке у реципиентов ВФ-системы коммуникации..... 178

Круглый стол
«ПРЕОДОЛЕНИЕ МЕЖЪЯЗЫКОВЫХ БАРЬЕРОВ
В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКОГО,
РУССКОГО, БЕЛОРУССКОГО ЯЗЫКОВ»

- Абреу-Фамлюк В. Р.* Коммуникативное измерение средств выражения оценки во франкоязычном дипломатическом дискурсе 181
Завадская Е. А. Трудности перевода авторских оnimов в художественном тексте с французского языка на русский 183
Матюшевская И. В. Герундий в современной франкоязычной прозе и способы его перевода на русский язык (на материале романов Ж. Диккера)..... 185

Круглый стол
«ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ
ОБУЧЕНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ:
ЛИНГВИСТИКА И ПЕРЕВОД»

- Бричикова В. Г.* Путь в профессию переводчика 189
Бусел Т. В. Современные инструменты лингвиста и переводчика: большие языковые модели на основе технологии искусственного интеллекта 192
Левкевич А. А. Прецедентные феномены в медийном тексте: проблема интерпретации и перевода (на материале корпуса “News on the Web”)..... 195

<i>Лис М. А.</i> Использование машинного обучения для автоматического перевода и транскрипции географических названий: современные подходы и перспективы.....	198
---	-----

Круглый стол

«ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ОБУЧЕНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»

<i>Борзенец С. Е., Цурканова А. А.</i> Вербализация категории интенсивности в при книжных аннотациях (на материале русского и итальянского языков).....	201
<i>Грицкевич Н. П.</i> Активизация учебно-познавательной деятельности студентов в процессе СРС по учебной дисциплине «Практика устной и письменной речи»	204
<i>Гурьева Ю. А.</i> Позиционные модификации английских согласных на внутрисловных и межсловных стыках в речи билингвов	207
<i>Нестер Н. А.</i> Прецедентные феномены в обучении межкультурной коммуникации.....	211
<i>Станкевич Л. Е.</i> Использование языковых корпусов в контекстном обучении как инструмент для формирования профессиональных навыков студентов лингвистических специальностей	213

Круглый стол

«СЕМАНТИКО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ»

<i>Алешикевич Н. Н.</i> Межкультурная коммуникация в цифровой среде.....	216
<i>Богова М. Г.</i> Лингвоперсонология: направления и методика исследования.....	218
<i>Листратова О. К.</i> Реалии в составе русскоязычных фильмонимов как транслатологическая проблема	221
<i>Пархомук Е. В.</i> Современные интернет-ресурсы в обучении иностранному языку	223

Круглый стол

«СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЛЕКСИЧЕСКОЙ СЕМАНТИКИ»

<i>Бекреева Ю. В.</i> Моделирование образа С. Станюты на корпусе биографических текстов	227
---	-----

<i>Волковинская Н. А.</i> Ассоциативное поле «дом» в языковом сознании искусственных билингвов	230
<i>Зинина О. А.</i> Концепт «дружба» в английской и польской фразеологии	232
<i>Комаристова И. И.</i> Оним как средство сохранения и трансляции культурного кода	235
<i>Копачева Н. А.</i> Особенности семантики оценочных суждений в английских паремиях	238
<i>Крохалева Л. С.</i> Языковые средства экспликации категории интердискурсивности в жанре короткого рассказа	241
<i>Назина Г. А., Мякинчик А. А.</i> Языковая специфика фейковых публикаций в англоязычном интернет-дискурсе.....	243
<i>Окаева А. Б.</i> К вопросу о языковых особенностях фейковой информации в современных СМИ	246
<i>Руденко Т. Н.</i> Бизнес-топоним как инструмент социальной и лингвистической идентификации.....	247
<i>Хомич В. В.</i> Ассоциативный подход к выбору ключевых слов в тексте	249

**Круглый стол
«СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ
В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ ДИСКУРСА»**

<i>Левицун Л. В.</i> Конструирование идентитета руси в посланиях князя В.-К. К. Острожского.....	252
---	-----

**Круглый стол
«СТАНОВЛЕНИЕ ЛИЧНОСТИ В ПОЛИКУЛЬТУРНОЙ СРЕДЕ»**

<i>Баранова Н. П.</i> О повышении эффективности формирования поликультурной личности обучающегося средствами учебного предмета «Иностранный язык».....	256
<i>Гладейчук Е. В.</i> Общее и особенное в подготовке учителя иностранных языков в РБ и КНР в 90-е годы XX века	259
<i>Пашкевич В. В.</i> Подготовка студентов к осуществлению поликультурного воспитания школьников средствами учебной практики	262
<i>Трацевская А. В.</i> Интеграция гуманистических ценностей в учебную практику студентов	264

Научное издание

**МАТЕРИАЛЫ
ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ И АСПИРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА**

23–24 апреля 2025 года

В четырёх частях

Часть вторая

В авторской редакции

Ответственный за выпуск *В. Д. Синяк*

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Белорусский государственный университет иностранных языков». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2014 г. № 1/337. ЛП № 3820000064344 от 17.09.2025 г.
Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.