МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Белорусский государственный университет иностранных языков

ПЕРВЫЕ ШАГИ ИССЛЕДОВАТЕЛЯ:
из работы студенческих научных объединений БГУИЯ

Ежегодный сборник научных статей
Сетевое электронное издание

Минск
БГУИЯ
2026

УДК 81+378.048.2:004.891(063)
ББК 81я4+95.4
П 266

Рекомендован Редакционно-издательским советом Белорусского государственного университета иностранных языков. Протокол № 3 (83) от 31.08.2026

Рецензенты: заведующий кафедрой теории и практики английского языка переводческого факультета УО «Белорусский государственный университет иностранных языков» кандидат филологических наук *Т. А. Козлова*; доцент кафедры профессиональной иноязычной подготовки УО «Барановичский государственный университет» кандидат филологических наук, доцент *О. В. Леон*

Первые шаги исследователя: из работы студенческих научных
П 266 объединений БГУИЯ : ежегод. сб. науч. ст. : сетевое электрон. изд. – Минск : БГУИЯ, 2026. – 248 с.

ISBN 978-985-28-0389-2

Новый ежегодный сборник содержит статьи обучающихся, подготовленные по итогам работы в студенческих научных объединениях в 2025–2026 учебном году. Статьи представлены в авторской редакции на белорусском, русском, английском языках, сопровождаются аннотациями и перечнем ключевых слов.

УДК 81+378.048.2:004.891(063)
ББК 81я4+95.4

ISBN 978-985-28-0389-2

© УО «Белорусский государственный университет иностранных языков», 2026

Студенческое научное объединение
«Художественная литература в пространстве культуры»
Руководители: Н. В. Копытко, И. К. Кудрявцева

А. В. ДОРОХ
Научные руководители:
Н. В. Копытко, доцент кафедры белорусской филологии и зарубежной литературы к.ф.н.;
И. К. Кудрявцева, доцент кафедры белорусской филологии и зарубежной литературы к.ф.н., доцент.

АСАБЛІВАСЦІ ІНТЭЛЕКТУАЛІЗАЦЫІ Ў ЖАНОЧАЙ І МУЖЧЫНСКАЙ ПОСТКАЛАНІЯЛЬНАЙ ПРОЗЕ (НА ПРЫКЛАДЗЕ РАМАНАЎ А. ДЖОШЫ “THE HENNA ARTIST” І С. РУШДЗІ “MIDNIGHT’S CHILDREN”)

Анатацыя: артыкул прысвечаны параўнальнаму аналізу інтэлектуалізацыі ў жаночай і мужчынскай посткаланіяльнай прозе на прыкладзе раманаў Алкі Джошы “The Henna Artist” і Салмана Рушдзі “Midnight’s Children”. У рамане А. Джошы інтэлектуалізацыя рэалізуецца праз прыватнае вымярэнне: галоўная гераіня асэнсоўвае сябе праз штодзённыя практыкі выжывання, фінансавае планаванне і пераадоленне гендарных абмежаванняў. У рамане С. Рушдзі інтэлектуалізацыя набывае філасофска-гістарычны маштаб. Галоўны герой праз вобразы нацыяналных міфаў і павер’яў усведамляе сябе часткай нацыянальнага лёсу, разважаючы пра час, памяць і прыроду творчасці. Агульнай рысай з’яўляецца моўная стратэгія: уключэнне слоў з хіндзі і урду падкрэслівае нацыянальную ідэнтычнасць абодвух твораў.
Ключавыя словы: інтэлектуалізацыя прозы; посткаланіяльная літаратура; жаночая проза; мужчынская проза; нацыянальная ідэнтычнасць; магічны рэалізм; хіндзі; урду; Алка Джошы; Салман Рушдзі; “The Henna Artist”; “Midnight’s Children”.

ЗДАЎНА заўважана, што аўтары жаночай і мужчынскай прозы распавядаюць пра свет па-рознаму. Пісьменнікі-мужчыны.часцей за ўсё абапіраюцца на буйныя маштабы і тэмы: гісторыя, палітыка. Жаночая літаратура часцей звяртаецца да больш прыватных тэм: сям'і, дома, штодзённых турбот і тонкіх перапляценняў чалавечых адносін.

Асабліва выразна гэтыя адрозненні праяўляюцца ў такой літаратуры, дзе аўтары пераасэнсоўваюць вопыт народаў, якія вызваліліся ад каланіяльнага прыгнёту. У такіх творах пісьменнікі-мужчыны схільныя асэнсоўваць нацыянальнае вызваленне часта праз героеў, якія робяць гісторыю, падкрэсліваючы аспекты іх нацыянальнай ідэнтычнасці. Пры даследаванні пытанняў нацыянальнай ідэнтычнасці М. А. Курыпка робіць выснову, што «< …> *людзі аб'ядноўваюцца ў нацыянальную агульнасць, здольную адрозніць сябе ад іншых і стварыць сваю культуру, сістэму маральных і сацыяльных каштоўнасцяў, нормаў і ідэалаў*» [1, с. 284]. У сваю чаргу ў творах, напісаных жанчынамі, падкрэсліваецца што гісторыя адбываецца з жанчынай, якая заціснутая паміж каланіяльнай спадчынай і пошукам уласнага голасу.

Гэтае агульнае назіранне набывае асаблівую актуальнасць, калі звярнуцца да літаратуры Індыі – краіны, якая перажыла не толькі стагоддзі брытанскага панавання, але і траўматычны падзел Брытанскай Індыі на дзве асобныя краіны – Індыю і Пакістан. Ён падзяліў не толькі тэрыторыі, але і лёс шматлікіх сем’яў. Аўтары індыйскага паходжання увесь час вяртаюцца да посткаланіяльнага мінулага і разглядаюць яго па-рознаму. Гэта можна заўважыць на прыкладзе і рамана брытанскага пісьменніка індыйскага паходжання Салмана Рушдзі *“Midnight’s Children”* (1980) і дэбютнага рамана амерыканскай пісьменніцы індыйскага паходжання Алкі Джошы *“The Henna Artist”* (2020). Нягледзячы на розніцу амаль у сорак гадоў паміж творамі, іх

аб'ядноўвае вяртанне да гістарычнага мінулага Індыі, а таксама акцэнт на гендарнай ідэнтычнасці, што з'яўляецца адметнай рысай інтэлектуалізацыі.

С. Рушдзі прызнаны майстарам такога мастацкага метаду, як магічны рэалізм, які першапачаткова з'явіўся ў лацінаамерыканскай літаратуры. Пры аналізе асаблівасцяў метаду М. М. Воінава-Страха сцвярджае наступнае: *"З цягам часу магічны рэалізм атрымаў інтэрнацыянальны статус, набыўшы спецыфічныя прыкметы ў межах розных літаратур свету"* [2, с. 54]. Сярод англамоўных аўтараў С. Рушдзі выдзяляецца асабліва.

Нарадзіўся аўтар у Бамбеі (цяпер: Мумбаі) у 1947 г., незадоўга да атрымання Індыяй незалежнасці. Варта пазначыць, што нарадзіўся ён у сям'і мусульманскага паходжання сярод кашымірцаў, аднаго з народаў Індыі і Пакістану, дзе ў асноўным людзі іспаведуюць іслам, а не індуізм, як у астатняй Індыі. У 14 гадоў ён паехаў вучыцца ў Англію, пазней атрымаў адукацыю ў Кембрыджскам універсітэце. У 2007 годзе ён атрымаў рыцарскі тытул у гонар дня нараджэння Каралевы Вялікабрытаніі, што выклікала негатыўную рэакцыю ў мусульманскім свеце.

На дадзены момант С. Рушдзі з'яўляецца аўтарам 26 кніг, сярод якіх асабліва выдзяляецца "Midnight's Children". Гісторыя распавядае пра хлопчыка Салема Сіная, які нарадзіўся роўна апоўначы 15 жніўня 1947 года, у самы дзень абвяшчэння незалежнасці Індыі. Салем, якога віталі феерверкі, радасныя натоўпы і сам прэм'ер-міністр Неру, вырас і даведаўся пра злавесныя наступствы гэтага супадзення. Кожны яго ўчынак знаходзіць адлюстраванне ў падзеях, якія ўплываюць на ход нацыянальных спраў; яго здароўе і дабрабыт непарыўна звязаны з дабрабытам яго нацыі; яго жыццё неаддзельнае, а часам і неадрознае ад гісторыі яго краіны. Найбольш характэрнымі з'яўляюцца тэлепатычныя здольнасці, якія злучаюць яго з 1000 іншымі "дзецьмі паўночы" Індыі, якія нарадзіліся ў першую гадзіну і надзеленымі магічнымі здольнасцямі. Калі ўзгадаць, што С. Рушдзі нарадзіўся ў 1947 годзе, можна заўважыць, што раман мае прыкметныя рысы аўтабіяграфізму. Аднак сам С. Рушдзі адмаўляўся ад таго, што прыбягаў да ўласнага жыцця пры стварэнні сваёй прозы.

Не трэба блытаць тэрмін "інтэлектуалізацыя" з "інтэлектуалізмам". У сваім даследванні С. А. Белаконь вызначае інтэлектуалізм у кантэксце літаратурнага твора як *«своеобразный комплекс формально-содержательных характеристик художественного произведения или литературного течения, центральным семантическим ядром которых является сосредоточение автора не на событийно-сюжетных коллизиях и изображении психологически чувственного стороны личности, а на её интеллектуальной жизни < …>»* [3, с. 7]. Зыходзячы з гэтага становіцца зраўзмела, што інтэлектуалізм з'яўляецца самім фактам наяўнасці складаных, часткова філасофскіх ідэй у творы, якія прымушаюць чытача апускацца ў разумовую дзейнасць. Інтэлектуалізацыя ж, у сваю чаргу, варта разумець як інструмент альбо прыём рэалізацыі разумовага працэсу.

У рамане аўтар надае больш увагі нацыянальнай ідэнтычнасці, таму важным сродкам інтэлектуалізацыі з'яўляецца рэфлексія аб сувязі індывіда, альбо проста асобнага чалавека, з гісторыяй свайго краю. Салім Сінай пастаянна аналізуе сваю сувязь з лёсам Індыі: *"I was born in the city of Bombay < …>. Oh, spell it out, spell it out: at the precise instant of India's arrival at independence, I tumbled forth into the world. There were gasps. And, outside the window, fireworks and crowds. A few seconds later, my father broke his big toe; but his accident was a mere trifle when set beside what had befallen me in that benighted moment, because thanks to the occult tyrannies of those blandly saluting clocks I*

had been mysteriously handcuffed to history, my destinies indissolubly chained to those of my country" [4]. Праз галоўнага героя і дзякуючы асноўнай рысе магічнага рэалізму – непарыўнае злучэнне рэальнай падзеі з фантастычным – С. Рушдзі фармулюе філасофскую ідэю аб тым, што паміж чалавекам і яго Радзімай ёсць метафізічная сувязь, якую нельга нічым падзяліць.

Паколькі апавяданне вядзецца ад першай асобы, чытач бачыць гісторыю вачыма Саліма. Для яго ўласціва часта перапыняцца і рабіць лірычныя адступы: *"Now, however, time (having no further use for me) is running out. I will soon be thirty-one years old. Perhaps. If my crumbling, over-used body permits. But I have no hope of saving my life, nor can I count on having even a thousand nights and a night. I must work fast, faster than Scheherazade, if I am to end up meaning-yes, meaning-something. I admit it: above all things, I fear absurdity"* [4].

Адметнай асаблівасцю ў рамане можна пазначыць самаіронію галоўнага героя. Герой усведамляе, што яго так званая ўсемагутнасць – гэта ілюзія мастака: *"'I am the tomb in Bombay ... watch me explode!' Because the feeling had come upon me that I was somehow creating a world; < …> I had entered into the illusion of the artist"* [4]. Такім чынам, С. Рушдзі прымушае чытача задумацца над прыродай творчасці і ролі аўтара ў ёй.

А. Джошы нарадзілася ў індыйскім горадзе Джайпур, штат Раджастан. Ва ўзросце дзевяці гадоў (у 1967 г.) яна пераехала ў ЗША. Яна атрымала ступень бакалаўра мастацтваў у Стэнфардскім універсітэце і ступень магістра вытанчаных мастацтваў у Каліфарнійскім каледжы мастацтваў.

Аўтарка пачала пісаць свой дэбютны раман "The Henna Artist" у 2010 г., за дзесяць год да самой публікацыі. На рускую мову назва рамана перакладзеная як *«Художница из Джайпура»*, тым самым падкрэсліваецца аўтабіяграфічны аспект гісторыі галоўнай гераіні. На дадзены момант вядзецца праца над кінаадаптацыяй рамана на стрымінгавай платформе Netflix.

У 2021 годзе пісьменніца апублікавала свой другі раман *"The Secret Keeper of Jaipur"*, працяг мінулага раману. Апошняя кніга з гэтай трылогіі, *"The Perfumist of Paris"*, выйшла ў 2023 г. У 2025 г. быў надрукаваны раман *"Six Days in Bombay"* – гістарычны дэтэктыў, заснаваны на жыцці венгерска-індыйскай мастачкі Амрыты Шэр-Гіл.

Дзеянне рамана *"The Henna Artist"* адбываецца ў Індыі ў сярэдзіне 1950-х гадоў, праз некалькі гадоў пасля атрымання краінай незалежнасці: *"Independence changed ever thing. Independence changed nothing. Eight years after the British left, we now had free government schools, running water and paved roads. But Jaipur still felt the same to me as it had ten years? ago"* [3]. Галоўная гераіня – трыццацігадовая Лакшмі Шастры, якая збегла з вёскі ва ўзросце семнаццаці гадоў, ратуючыся ад жорсткага мужа Хары. Яна пасялілася ў Джайпуры і дзякуючы свайму таленту мастачкі і веданню траў, атрыманаму ад свякроўкі, стала паспяховым майстрам хны. Лакшмі абслугоўвае багатых жанчын з вышэйшага грамадства, якія не толькі давяраюць ёй упрыгожваць свае рукі і ногі мудрагелістымі ўзорамі, але і дзеляцца з ёй сваімі сакрэтамі. Апроч роспісу хной, Лакшмі тайна прадае жанчынам травяныя сродкі для папярэджання цяжарнасці, што дапамагае ёй збіраць грошы на ўласны дом – сімвал яе незалежнасці, якую яна марыць падзяліць з бацькамі.

Аднойчы ў яе размеркаванае жыццё ўрываецца мінулае: Хары знаходзіць яе і прыводзіць з сабой трынаццацігадовую дзяўчынку на імя Радха, якую называе яе сястрой. Лакшмі шакіравана, бо яна не ведала пра існаванне сястры. Высвятляецца, што бацькі Лакшмі памерлі, а Хары, скарыстаўшы грошы, якія Лакшмі высылала дадому, прывёз Радху ў Джайпур. Лакшмі вымушана ўзяць сястру пад сваю апеку, хаваючы ад

кліентаў праўду пра мінулае. Радха, вясковая дзяўчынка, хутка вучыцца гарадскім манерам, дапамагае Лакшмі з прыгатаваннем хны і сябруе з яе верным памочнікам – маленькім хлопчыкам Малікам.

Адначасова Лакшмі дамаўляецца пра шлюб паміж семнаццацігадовым сынам сваёй самай важнай кліенткі Парваці Сінгх, Раві, і пятнаццацігадовай Шылай Шарма, дачкой багатага, але не настолькі знатнага падрадчыка. Лакшмі бачыць у гэтым удалую партыю, якая прынясе ёй не толькі грошы, але і доступ да каралеўскага двара. Аднак пазней яна выяўляе, што ў Радхі і Раві раман. Калі становіцца ясна, што Радха цяжарная, усе планы Лакшмі руйнуюцца. Парваці Сінгх у шаленстве і, жадаючы помсціць, распускае чуткі пра тое, што Лакшмі – зладзейка. Кліенты адзін за адным адмаўляюцца ад яе паслуг.

Лакшмі дамаўляецца пра тое, каб палац усынавіў дзіця Радхі, якое дзякуючы сваяцтву з Сінгхамі мае каралеўскую кроў. Яна вязе сястру ў горад Шымла, у перадгор'і Гімалаяў, дзе за яе цяжарнасцю назірае стары знаёмы сям'і, доктар Джай Кумар. Там жа знаходзіцца і яе сяброўка Канта, якая таксама цяжарная, але траціць дзіця. Лакшмі прапануе Канце і яе мужу ўсынавіць сына Радхі, каб уратаваць яго ад жыцця ў бяздушным палацы. Доктар Кумар дапамагае падрабіць медыцынскія дакументы, каб сарваць здзелку з махараджай. Радха з болем у сэрцы згаджаецца пакінуць сына ў Канты, якая зможа даць яму любоў і клопат. Сама ж Радха вырашае паехаць з Лакшмі і Малікам у Шымлу, каб пачаць новае жыццё. У канцы рамана Лакшмі прадае свой дом у Джайпуры Парваці, нарэшце здабываючы не толькі фізічную, але і ўнутраную свабоду, і сыходзіць у Шымлу, каб пачаць новую справу – вырошчваць лекавыя травы пры бальніцы доктара Кумара.

Адной з вартых увагі асаблівасцей інтэлектуалізацыі ў рамане з'яўляецца дэканструкцыя традыцыйных гендарных роляў. Галоўная гераіня займаецца нязвычнай справай для жанчыны з усходняй краіны – вядзе бізнес, вядзе глыбокую псіхалагічную размову з кліентамі, тым самым дэманструе высокі ўзровень уласнага эмацыйнага інтэлекту. Яна не традыцыйная гаспадыня, якая толькі прыбіраецца, гатуе ежу і выхоўвае дзяцей. Яна вядзе дасканалы спіс свайго заробку: *"On the page labeled Parvati Singh, I wrote November 15: 40 rupees forhandsfeet. Next, I wrote the date for the henna part at Parvati's house and noted the nine thousand rupees I would receive for the marriage commission"* [5].

Дэканструкцыя адбываецца не толькі на ўзроўні гендарных роляў, але і сацыяльна-прафесійных. Не сакрэт, што ў Індыі на працягу тысячагоддзяў існавала каставая сістэма, якая складалася з чатырох саслоўеў: брахманаў – найвышэйшая каста, у якой былі навуковыя дзеячы і людзі з высокай уладай, – кшатрыяў (вайскоўцаў), вайш'яў (рамеснікаў) і шудраў (слуг). Лакшмі належыць да касты брахманаў, але яе прафесія, звязаная з маляваннем цела хной, лічыцца працай шудраў, бо звычайна слугі дакранаюцца ног: *"But she could never bring herself to treat me as an equal because I touched the feet of ladies as I painted their henna. Feet were considered unclean, only to be handled by the low-caste Shudras"* [5]. Тым самым галоўная гераіня супрацьстаіць традыцыйным рытуалам індуістскага грамадства.

Лакшмі схільная да самакрытыкі. Калі ў яе жыццё трапляе сястра Радха, яна адчувае цяжкасці ў выхаванні яе, часткова з-за таго, што Лакшмі аб'ядноўвае ў сябе ролю старэйшай сястры і маці. Галоўная гераіня параўноўвае Радху з сабой у мінулым: *"At her age, I was fixing my own hair, wringing my wet petticoats clean by the river, washing my feet before lying down on my mat. Had Maa not taught her anything?"* [5].

Інтэлектуалізацыя ў рамане дасягаецца і дзякуючы яе ключавому сімвалу – хне. Дакладней, працэсу ўпрыгожвання цела з дапамогай хны:

нанясенне ўзораў, напоўненых сэнсам. Нават для Лакшмі гэта не толькі сродак для заробку, але і асобная мова мастацтва, якая падкрэслівае яе нацыянальную ідэнтычнасць, падобна ўпрыгожванню нацыянальнага адзення беларусаў арнаментам: *"He snapped his fingers. "You hid our name in this!". I suppressed a smile. Of course he would know. He'd been around nautch girls who concealed their names within the henna design on their bod. If a man found it, he won a free night in their bed. If he didn't, the women were paid double rate"* [5].

Агульнай рысай у абодвух раманах, якая падкрэслівае нацыянальную ідэнтычнасць як аўтараў, так і саміх галоўных герояў, а таксама надае дадатковы слой інтэлектуалізацыі апавядання, з'яўляецца асаблівы моўны стыль. І А. Джошы, і С. Рушдзі актыўна выкарыстоўваюць словы індыйскага паходжання. Розніца толькі ў тым, што, калі А. Джошы ў рамане "The Henna Artist" абмяжоўваецца выключна мовай хіндзі (*Kya*? 'Што?', *jiji* 'старэйшая сястра', *accha* 'добра'), што стварае ўражанне, нібыта сам раман напісаны на хінглішы – гібрыду англійскай і размоўнай мовы хіндзі, якой карыстаецца вялікая колькасць жыхароў Індыі. Так, А. Джошы падкрэслівае паўсядзённае жыццё паміж персанажамі. С. Рушдзі выкарыстоўвае, акрамя хіндзі, словы з мовы урду, распаўсюджанай часта сярод кашмірцаў. Напрыклад, на урду ён прымяняе слова *begum* 'паважаная пані', якое ставіцца пасля ўласнага імя (а часам і перад ім) і заўсёды пішацца з вялікай літары: *"I have not seen Ilse Begum"* [4]. Таксама С. Рушдзі ўжывае слова *maulvi* 'рэлігійны настаўнік', *funtoosh* 'усё скончана'. На хіндзі аўтар зварочваецца да, напрыклад, такіх слоў, як *chaprassi* 'слуга' і *tamasha* 'мітусня'. Па сутнасці, урду і хіндзі з'яўляюцца аднолькавай мовай, толькі з рознай пісьменнасцю, але на прыкладзе некаторых слоў з рамана "Midnight's Children" можна заўважыць, што С. Рушдзі ўжывае хіндзі для больш паўсядзённай размовы, а з урду – каб падкрэсліць, з аднаго боку, мусульманскі аспект ідэнтычнасці кашмірцаў, з іншага – раскрыць паэтычны патэнцыял гэтай мовы, бо сам аўтар падкрэсліваў, што лексіку з урду і хіндзі ён абірае не толькі з улікам іх семантыкі, але і іх мілагучнасці.

Такім чынам, інтэлектуалізацыя ў рамане А. Джошы "The Henna Artist", які рэпрэзентуе жаночую посткаланіяльную прозу, арыентавана на псіхалагічную глыбіню, самакрытыку і пераадоленне сацыяльных меж, тады як у мужчынскай (на прыкладзе "Midnight's Children" С. Рушдзі) – на філасофскае асэнсаванне гісторыі, нацыянальнай ідэнтычнасці і ролі асобы ў гістарычным працэсе. Тым не менш, абодва творы, з'яўляюцца яскравымі прыкладамі таго, як літаратура посткаланіяльнай Індыі праз інтэлектуалізацыю шукае адказы на вечныя пытанні свабоды, ідэнтычнасці і ўласнага голасу.

ЛІТАРАТУРА

1. Курыпка, М. А. Крызіс ідэнтычнасці ва ўмовах вайны (раман Луі дэ Берньера «Бяскрылыя птушкі») / М. А. Курыпка // Материалы ежегодной научной конференции преподавателей и аспирантов университета, 23–24 апреля 2025 г. : в 4 ч. / отв. ред. Н. Е. Лаптева [и др.]. – Минск : БГУИЯ, 2025. – Ч. 4. – С. 284–286.
2. Воінава-Страха, М. М. Магічны рэалізм у аповесцях А. Казлова / М.М. Воінава-Страха // Известия Гомельского государственного университета имени Ф. Скорины. Сер.: Гуманитарные науки. – 2023. – № 4 (139). – С. 54–59.
3. Белоконь, С. А. Особенности процесса интеллектуализации литературы / С. А. Белоконь // Сборник статей и тезисов XII Международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов, Минск, 26 октября 2018 г. В 7 т. Т. 6 / БГУ, Филологический фак., к. английского языкознания ; редкол.: Н. Н. Нижнева (отв. ред.) и др. – Минск : БГУ, 2018. – С.7–10.
4. Rushdie, S. Midnight's Children / S. Rushdie. – N.Y.: Random House, 1981. – URL: https://www.bookfrom.net/salman-rushdie/35102-midnights_children.html?ysclid=mpkhlnksib574381608 (accessed: 25.05.2026).
5. Joshi, A. The Henna Artist / A. Joshi. – Toronto: Mira, 2020. – URL: https://bookreadfree.com/127292/3149211 (accessed: 25.05.2026).

А.С. РАССАДИНА
Научные руководители:
Н. В. Копытко, доцент кафедры белорусской филологии и зарубежной литературы к.ф.н.;
И. К. Кудрявцева, доцент кафедры белорусской филологии и зарубежной литературы к.ф.н., доцент.

Аннотация: статья посвящена анализу морально-этических категорий (правда, ложь, справедливость, забота) в романе М. Хэддона «Загадочное ночное убийство собаки». На примере повествования от лица подростка с аутизмом Кристофера Буна автор показывает, что нейроотличное сознание формирует альтернативную, внутренне последовательную этическую систему, не сводимую к дефициту эмпатии или социальной компетенции.
Ключевые слова: Марк Хэддон; «Загадочное ночное убийство собаки»; нейроотличное сознание; расстройства аутистического спектра; морально-этические категории; повествовательные стратегии; нейроразнообразие; ценности; Кристофер Бун.

СОВРЕМЕННОЕ литературоведение и когнитивная нарратология демонстрируют устойчивый интерес к способам репрезентации «инаковых» типов сознания. «Бесконечная вариативность телесных практик естественным образом приводит нас к мысли о бесконечной вариативности практик ментальных, тем самым практически исключая из поля культуры идею девиантности» [1, с. 73]. Ввиду этого современная литература всё чаще обращается к персонажам с расстройствами аутистического спектра, предлагая читателю художественно убедительную модель отличного от общепринятого способа взаимодействия с миром.

Одним из наиболее ярких примеров такого рода является роман британского писателя Марка Хэддона «Загадочное ночное убийство собаки», в котором повествование ведётся от лица нейроотличного подростка Кристофера Буна. «Главный герой произведения – Кристофер Джон Френсис Бун, от лица которого и ведется повествование, может быть причислен к героям-маргиналам» [2, с. 262]. Эта маргинальность ведёт к социальной исключённости и представляет собой когнитивную оптику, через которую переосмысляются фундаментальные морально-этические категории: правда и ложь, справедливость, забота, доверие.

Особый интерес для литературоведческого и переводческого анализа представляет тот факт, что «благодаря продуманным особенностям текст оригинала в полной мере изображает ум и поведение человека с аутизмом» [3, с. 54]. Эти особенности являются осознанной повествовательной стратегией, направленной на конструирование нейроотличной картины мира. В связи с этим возникает необходимость для литературоведческого и этического анализа того, как именно герой с расстройством аутистического спектра интерпретирует ценностный аспект человеческих отношений.

Целью работы является выявление специфики восприятия и интерпретации Кристофером Буном морально-этических категорий и ценностного аспекта в отношениях между людьми.

В современном литературоведении понятие «повествовательная стратегия» охватывает осознанный выбор автором способа организации нарратива, тип рассказчика, точку зрения и приёмы передачи внутреннего мира персонажа. Особое место в этой типологии занимает стратегия «наивного» или «ненадёжного» повествования, при которой ограниченность кругозора рассказчика становится источником художественной семантики.

В романе М. Хэддона повествование ведётся от первого лица, и эта форма

приобретает особый вес благодаря тому, что рассказчик обладает расстройством аутистического спектра. «Любой нарратор от первого лица является в какой-то степени ненадёжным, так как ввиду различных причин субъективен в оценке событий» [4, с. 120]. Однако ненадёжность Кристофера обусловлена фундаментально иной когнитивной организацией, при которой социальные и эмоциональные сигналы остаются недоступными для автоматической расшифровки.

Эта повествовательная стратегия позволяет Хэддону реализовать то, что А. Н. Безруков называет «расширением смыслового горизонта» литературного текста [5, с. 71]. Читатель вынужден постоянно сверять факты, сообщаемые Кристофером, с контекстом, который сам герой не замечает или не может интерпретировать. В результате формируется сложная диалогическая структура, в которой нейроотличное сознание рассказчика и нейротипичное сознание читателя вступают в напряжённое взаимодействие, порождающее новые этические смыслы.

Для анализа специфики моральных суждений Кристофера Буна необходимо разъяснить ключевые характеристики нейроотличного восприятия, которые находят прямое отражение в его речи и поведении. Для персонажей с синдромом Аспергера характерны «серьёзные трудности в социальном взаимодействии», а также «неспособность понимать эмоции других людей» [2, с. 263]. К этим характеристикам добавляются специфические фобии, такие как гаптофобия и демофобия, а также склонность к буквальному пониманию речи и неспособность декодировать метафоры и идиомы.

Особенно важным для понимания моральной позиции героя является его отношение к правде и лжи. В романе Кристофер неоднократно заявляет о своей неспособности лгать, что для него не является этической добродетелью в традиционном смысле. Неспособность лгать – когнитивная невозможность: его сознание не удерживает одновременно два противоречащих друг другу факта. Для Кристофера характерно чёрно-белое мышление, исключающее полутона и компромиссы. Эта особенность становится источником этического напряжения, когда герой сталкивается с ложью отца, которую нейротипичный читатель склонен оправдывать заботой и любовью.

Анализ специфики морально-этических категорий в романе невозможен без рассмотрения того, как именно Кристофер вступает в коммуникацию с нейротипичными персонажами. Как подчёркивают М. В. Китайгородская и Н. Н. Розанова, «характер общения в городском пространстве отличается от общения в домашнем кругу» тем, что это в основном общение с незнакомыми людьми, а значительная часть ситуаций носит официальный характер» [6, с. 181]. Однако для Кристофера этих различий не существует: он одинаково прямолинейно обращается и к отцу, и к незнакомому полицейскому, и к соседке, нарушая все традиционные нормы приветствия, благодарности и прощания.

Именно эти коммуникативные неудачи становятся местом, где наиболее отчётливо проявляется специфика его моральной позиции. Когда Кристофер отказывается от чашки чая у миссис Александер, объясняя: *“I don’t go into other people’s houses”* [7], – он нарушает нормы вежливости, но при этом остаётся верен своему правилу: не входить в чужие дома. Для нейротипичного читателя этот эпизод может выглядеть как грубость или социальная некомпетентность. Но, рассматривая его в контексте картины мира Кристофера, читатель может заметить последовательность, которая

сама по себе является моральной ценностью.

Центральное место в этической системе Кристофера Буна занимает категория правды, которая для него выступает когнитивной необходимостью. «Кристофер не может даже принять помощь от незнакомого человека, когда нуждается в ней», поскольку «в представлении Кристофера мир делится на черное и белое» [2, с. 262]. Эта бинарная логика распространяется и на отношение к правде: ложь для него принципиально невозможна как когнитивная операция.

Сам Кристофер заявляет об этом в тексте романа: *"I cannot tell lies. […] A lie is when you say something that is not true. But it is not a lie if you say something that is not true and you do not know it is not true"* [7]. Это определение демонстрирует, что для героя правда фактологическая. Ложью же является только намеренное искажение известной информации. Отсутствие намерения исключает ложь, что радикально расходится с нейротипичными представлениями о моральной ответственности за высказывание.

Категория справедливости также претерпевает определённую трансформацию в восприятии Кристофера. Для него справедливость равна соблюдению установленных и подтверждённых правил и не зависит от социального статуса, эмоционального состояния или контекста. Эта особенность становится очевидной в эпизоде допроса полицейским. На вопрос офицера: *"And what, precisely, were you doing in the garden?"* Кристофер отвечает: *"I was holding the dog"* [7]. «Кристофер может быть чрезмерно прямолинеен и не всегда учитывать тон и дипломатичность в общении с другими» [8, с. 106]. Эта прямолинейность является оборотной стороной его справедливости, так как он не наделяет полицейского особой властью и не изменяет своего поведения в зависимости от социальной иерархии.

Наиболее показательным для понимания этики Кристофера является эпизод, в котором он узнаёт о лжи отца. Обнаружив письма матери, герой делает вывод: *"My mother did not die of a heart attack. […] Mother was alive all that time. And Father had lied to me"* [7]. Отсутствие эмоциональной памяти приводит к тому, что ложь отца, который годами ухаживал за Кристофером и оказывал ему всестороннюю поддержку, сразу же делает его плохим и опасным человеком в глазах сына. Для Кристофера не существует этических смягчающих обстоятельств: ложь аннулирует все предыдущие акты заботы. Эта категоричность, которая с точки зрения нейротипичной этики выглядит как неспособность к прощению и контекстуальному мышлению, на самом деле является последовательным применением его правила касаемо доверия. Доверие однажды нарушенное не может быть восстановлено, потому что факт лжи необратим.

Если категории правды и справедливости Кристофер формулирует с предельной ясностью, то категория заботы и ценность межличностных отношений у него отличаются от таковых у нейротипичных людей. Кристофер не демонстрирует эмоциональной привязанности в привычных формах (объятия, слова любви, эмпатическое сопереживание), однако это не означает отсутствия привязанности как таковой.

Ритуализация контакта становится способом выражения заботы, не вызывающим сенсорной перегрузки. В сцене, где отец и сын соприкасаются подушечками пальцев, Кристофер поясняет: *"We do this because sometimes Father wants to give me a hug, but I don't like hugging people so we do this instead, and it means that he loves me"* [7]. «Отец, зная особенности своего сына, принимает их и

не нарушает обозначенных границ […] никогда не обнимает Кристофера, поскольку у того это вызывает раздражение и агрессию» [9, с. 23]. Забота здесь проявляется в точном соблюдении правил коммуникации, установленных нейроотличным участником.

Особого внимания заслуживает отношение Кристофера к животным как к объектам моральной заботы. Вопреки стереотипу о недостатке эмпатии у людей с расстройствами аутистического спектра, герой демонстрирует высокую степень ответственности по отношению к животным. *"I like dogs. You always know what a dog is thinking. It has four moods. Happy, sad, cross and concentrating"* [7]. Предсказуемость поведения животных, в отличие от непрозрачности человеческих эмоций, позволяет Кристоферу выстраивать стабильные моральные отношения, основанные на взаимных обязательствах. Наиболее ярко эта особенность проявляется в сцене на станции метро, когда Кристофер теряет свою крысу Тоби: *"I climbed down onto the line […] and I picked Toby up and put him in my pocket"* [7].

Проведённый анализ показывает, что морально-этические категории в интерпретации Кристофера Буна образуют внутренне непротиворечивую систему. Категория заботы в этой системе лишается эмоциональной составляющей, но приобретает инструментально-ритуальное измерение. Забота возможна только при отказе от нейротипичных ритуалов близости и замене их альтернативными, согласованными с когнитивными особенностями адресата. Тем самым роман подчёркивает универсальность традиционных этических категорий, демонстрируя, что их содержание зависит от типа сознания участника морального взаимодействия.

В то же время бинарная логика Кристофера исключает учёт контекста и мотивов чужих поступков, что в ряде эпизодов делает его уязвимым. Наиболее остро это проявляется в сцене с ложью отца, где неспособность к этической амнистии лишает героя возможности восстановить разрушенное доверие. Таким образом, роман М. Хэддона представляет нейроотличную мораль не как дефицитарную, а как альтернативную, обладающую как собственной строгостью, так и внутренними напряжениями.

Проведённый анализ позволяет утверждать, что в романе М. Хэддона «Загадочное ночное убийство собаки» нейроотличное сознание Кристофера Буна показано как альтернативная морально-этическая система, обладающая внутренней последовательностью. Категории правды и лжи для героя когнитивно детерминированы и не допускают компромиссов, категория справедливости лишена ситуативной гибкости, а забота и привязанность проявляются через ритуализированные формы контакта и ответственность перед животными. Данная этическая система не является неполноценной по отношению к нейротипичной, однако она представляет собой иной способ организации ценностного аспекта межличностных отношений. Тем самым роман Хэддона вписывается в современную парадигму нейроразнообразия, предлагая читателю не патологизировать, а понимать логику иного сознания.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чурков, А. В. Все фамилии в начадле источников выделите курсивом Синдром Аспергера: художественный текст и социокультурные трансформации XXI века (к постановке вопроса) / А. В. Чурков // Вестник психофизиологии. – 2014. – № 3. – С. 73–80.

2. Половцев, Д. О. Герой-маргинал в романе М. Хэддона «Загадочное ночное убийство собаки» / Д. О. Половцев, Д. М. Монастырская // От Версаля и Веймара до образования двух Германий (ФРГ и

ГДР), 1919–1949 гг.: Актуальные вопросы исторической германистики, отечественной и всеобщей истории, геополитики и международных отношений, соицально-гуманитарных наук и права : материалы Междунар. науч. конф., г. Витебск, 3–4 окт. 2019 г. / Витебский гос. ун-т им. П. М. Машерова ; редкол.: В. А. Космач (гл. ред) [и др.]. – Витебск, 2019. – С. 262–264.

3. Сечко, Е. А. Сохранение особенностей речи персонажа с аутизмом при переводе художественного произведения с английского на русский язык / Е. А. Сечко //Воропановские чтения: материалы III Междунар. науч.-практ. конф., 11–12 нояб. 2022 г., г. Красноярск / Краснояр. гос. пед. ун-т. им. В. П. Астафьева. – Красноярск, 2022. – С. 52–54.

4. Борисенко, Ю. А. Специфика перевода художественного текста с использованием приема ненадежной наррации (на материале романа М. Хэддона «Загадочное ночное убийство собаки») / Ю. А. Борисенко, Е. С. Панкратова // Многоязычие в образовательном пространстве. – 2020. – Т. 12. – С. 118–124.

5. Безруков, А. Н. Повествовательные стратегии в современной литературе как способ расширения горизонта смысла / А. Н. Безруков // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. – 2019. – № 3. – С. 70–79.

6. Китайгородская, М. В. Языковое существование современного горожанина : На материале языка Москвы / М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова. – Москва : Языки славянских культур, 2010. – 496 с. – ISBN 978-5-9551-0439-3.

7. Haddon, M. The Curious Incident of the Dog in the Night-Time / M. Haddon. – 233 с. URL: https://esl-bits.org/ESL.English.Learning.Audiobooks/curious.incident.of.the.dog/contenido.html

8. Канунникова, А. С. Межъязыковая передача нарушений правил речевой коммуникации (на материале романа Марка Хэддона «Загадочное ночное убийство собаки» / А. С. Канунникова // Большая конференция МГПУ: сборник тезисов: в 3 т. / Моск. городской пед. ун-т ; отв. ред. Р. Г. Резаков. – Москва: ПАРАДИГМА, 2023. – Т. 3 : Городские социально-гуманитарные практики / сост. Т. С. Алференкова, Е. В. Страмнова. – С. 104–107.

9. Игонина, С. В. Тема родительства в современной подростковой литературе (на примере произведения М. Хэддона «Загадочное ночное убийство собаки») / С. В. Игонина, Т. Л. Павлова, А. Г. Желябина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – Т. 79, № 1. – С. 22–24.

Студэнцкае навуковае аб'яднанне
«Беларуская філалогія»
Кіраўнік: А. В. Семянькевіч

А. П. ВАРАНЕЦКАЯ
Навуковы кіраўнік:
А. В. Семянькевіч, дацэнт кафедры беларускай філалогіі і замежнай літаратуры к.ф.н., дацэнт.

СПОСАБЫ ПЕРАКЛАДУ НА АНГЛІЙСКУЮ МОВУ РЭГІЯНАЛІЗМАЎ РЫГОРА БАРАДУЛІНА

Анатацыя: у артыкуле разглядаюцца асноўныя спосабы перакладу рэгіяналізмаў у паэтычных творах Рыгора Барадуліна на англійскую мову. Матэрыялам даследавання паслужылі вершы са зборніка "Ксты" і іх англамоўныя пераклады, выкананыя беларускімі перакладчыкамі. Аналіз паказаў, што найбольш прадуктыўнымі і частотнымі стратэгіямі выступаюць функцыянальны аналаг і кантэкстуальная замена. Выкарыстанне гэтых стратэгій спрыяе перадачы прагматычнага і сімвалічнага патэнцыялу арыгінала. Разглядаюцца таксама выпадкі нейтралізацыі, стылістычнага спрашчэння, апісальнага перакладу, апушчэння. Асаблівая ўвага надаецца праблеме страты тэрытарыяльнай маркіраванасці і этнакультурнага каларыту пры перакладзе беларускай неканвенцыяльнай лексікі на англійскую мову. Робіцца выснова, што пераклад рэгіяналізмаў у паэтычным дыскурсе прадстаўляе сабою не механічную замену лексем мовы арыгінала на лексемы мовы перакладу, а складаны працэс міжкультурнай інтэрпрэтацыі.
Ключавыя словы: рэгіяналізмы; Рыгор Барадулін; пераклад; неканвенцыяльная лексіка; перакладчыцкія стратэгіі; эквівалентнасць.

ТВОРЧАСЦЬ Народнага паэта Беларусі Рыгора Барадуліна вызначаецца яскравым народным характарам, высокай ступенню моўнай самабытнасці і насычанасцю неканвенцыяльнымі моўнымі адзінкамі. Значнае месца ў яго вершаваных творах займаюць рэгіяналізмы, якія выконваюць не толькі намінатыўную, але і важную вобразна-сімвалічную, экспрэсіўную, сэнсаўтваральную функцыю. З дапамогай такіх адзінак аўтар узнаўляе лакальную карціну свету, захоўвае сувязь з народнай мовай пэўнай супольнасці людзей і аўтэнтычнай фальклорнай традыцыяй, перадае асаблівасці нацыянальнага светаўспрымання.

У сучасным перакладазнаўстве неканвенцыяльная лексіка разглядаецца як адзін з найбольш складаных пластоў для перакладу. Гэта тлумачыцца тым, што падобныя адзінкі ўтрымліваюць у сабе не толькі прадметна-лагічнае значэнне, але і комплекс канататыўных і прагматычных кампанентаў [3, с.175]. Асабліва выразна гэтыя асаблівасці праяўляюцца ў мастацкіх творах: за кошт рэгіянальнай лексікі актуалізуецца аўтарскі ідыястыль, ствараецца мастацкая прастора канкрэтнага твора.

У паэтычным дыскурсе некадыфікаваныя моўныя адзінкі выкарыстоўваюцца не толькі для таго, каб даць назву нейкім прадметам або з'явам рэчаіснасці. Такія адзінкі шырока выкарыстоўваюцца творцамі слова яшчэ і для шэрагу іншых мэт: неканвенцыяльныя адзінкі служаць сродкам стварэння маўленчых партрэтаў герояў; перадаюць іх псіхалагічны стан, мэтавыя арыенціры, мадэлі паводзінаў; актуалізуюць нацыянальна-культурны кампанент твора, забяспечваюць стварэнне эфекту «роднасці» [5, с. 78]. Некадыфікаваныя формы выступаюць своеасаблівым культурным кодам, які дазваляе чытачу ўбачыць ў літаратурным творы адлюстраванне жывой моўнай свядомасці [6, с. 210].

У паэтычным свеце Рыгора Барадуліна рэгіянальныя лексічныя

адзінкі становяцца важным сродкам захавання культурнай памяці і аднаўлення сувязі з народнай моўнай традыцыяй. Паэт свядома ўжывае ў тэкстах адзінкі з гаворак Ушаччыны і Віцебшчыны ў цэлым, імкнецца захаваць жывое народнае слова, змяніць статус выкарыстаных моўных адзінак, робячы іх часткай сучаснага мастацкага дыскурсу. Менавіта таму рэгіяналізмы ў яго вершах нельга разглядаць як выпадковыя моўныя ўкрапванні або выключна дэкаратыўныя элементы. Яны непасрэдна ўдзельнічаюць у стварэнні мастацкіх вобразаў, аказваюць істотны ўплыў на інтанацыйную і рытмічную арганізацыю верша, а таксама выступаюць сродкам выражэння індывідуальнага бачання свету.

Пры перакладзе паэтычных тэкстаў неабходна імкнуцца захаваць не толькі семантычную арганізацыю твораў, але і аднавіць прагматычнае ўздзеянне [3, с.176]. У тэксце арыгінала прагматычны кампанент складаецца з сукупнасці фактараў, але перадусім ўлічваецца склад моўных адзінак, іх марфалагічныя рысы, мадэлі ўтварэння, функцыянавання ў мове, у кантэксце верша, а часам ва ўсёй творчасці аўтара. Перакладчык вымушаны шукаць баланс паміж перадачай культурнай адметнасці арыгінала і зразумеласцю тэксту перакладу для іншамоўнага рэцыпіента. У сувязі з гэтым асаблівую актуальнасць набывае даследаванне перакладчыцкіх стратэгій, якія выкарыстоўваюцца пры перадачы рэгіяналізмаў на замежную мову.

Матэрыялам даследавання стаў зборнік “Ксты” і яго англамоўныя пераклады, выкананыя Іванам Булыкам, Марыляй Васючэнка, Вольгай Гапеевай, Зміцерам Занеўскім, Міколам Савіцкім і іншымі перакладчыкамі. Аснову эмпірычнага корпусу склалі рэгіяналізмы, адабраныя з выкарыстаннем тлумачальных і дыялектных слоўнікаў, у тым ліку “Вушацкага словазбору”, складзенага самім паэтам.

Падчас даследавання было выяўлена 26 тэрытарыяльна маркіраваных адзінак, аднак пасля кантэкстуальнага аналізу частка з іх была выключана з выбаркі як выпадкі архаізацыі або метафарычнага пераасэнсавання. Гэта сведчыць пра тое, што ў паэтычным дыскурсе Рыгора Барадуліна рэгіянальная лексіка часта выходзіць за межы свайго першаснага значэння і набывае дадатковыя функцыянальныя характарыстыкі.

Атрыманыя назіранні сведчаць, што часцей за ўсё перакладчыкі звяртаюцца да пошуку функцыянальнага аналага або падбору кантэкстуальнай замены. На долю гэтай стратэгіі прыпадае 42% ад усіх прыкладаў. У такіх выпадках перакладчык імкнецца захаваць функцыі моўных адзінак і прагматычны патэнцыял арыгінала, а не дасягнуць фармальнай эквівалентнасці.

Так, лексема *пляніца* ‘сіло’ перадаецца ў мове перакладу як *noose*. Значэнне слова часткова звужаецца: беларуская лексічная адзінка адсылае да традыцыйнага паляўнічага прыстасавання, прызначанага для лоўлі птушак. У англійскім адпаведніку захавана сема пасткі, але страчваецца этнаграфічны кампанент. Перакладчык імкнецца да захавання функцыянальнага вобраза небяспекі і абмежаванасці свабоды, але пры гэтым ахвяруе лакальнай маркіраванасцю адзінкі і канкрэтыкай яе значэння. У вершы лексема функцыянуе ў кантэксце вобраза птушкі: *Адзінокая птушка на даху / Ад падумкі той аднае / Што крылу не стае размаху / У* ***пляніцу*** *сябе аддае.* У перакладзе: *The lonely bird on the roof / Lets itself to be caught in the* ***noose*** */ Only because of the thought / That her wings lack some space for flapping.*

Асабліва цікавымі ўяўляюцца выпадкі, калі кантэкстуальная замена дазваляе захаваць не толькі агульную семантыку выказвання, але і сімвалічны складнік твора. Так, лексема *пуляты* са

значэннем ‘яркі, квяцісты’ перакладаецца як *coloured*. Беларуская некадыфікаваная адзінка мае цесную сувязь з традыцыйнай народнай культурай і асацыюецца са святочным адзеннем, што ўзмацняе фальклорны каларыт твора: *Хітон* ***пуляты*** *справіў / Каб будзённае / Не захлынала шэрасцю памкліва.* Англамоўны адпаведнік семантычна больш нейтральны і менш экспрэсіўны, аднак дазваляе захаваць агульны вобраз яркасці, наяўнасці некалькіх колераў без празмернай экзатызацыі тэксту перакладу: *Who made him a* ***coloured*** *tunic / That daylight / Could not outshine.*

Аналагічны прынцып назіраецца і ў перакладзе лексемы *букатка* (‘булачка, печыва’) праз англамоўны адпаведнік *eucharist*. Арыгінальная лексема мае выразны побытавы характар, аднак у кантэксце верша яна працуе на стварэнне біблейскай алюзіі на Тайную Вячэру і сакрамант ламання хлеба. Моўная адзінка функцыянуе ў дыялогу Хрыста і Юды: *Пасля паламіў* ***букатку*** */ Ешце Цела Маё даастатку.* Замест перадачы прамога значэння праз выкарыстанне нейтральнай лексікі перакладчык ужывае эквівалент *eucharist*, што нельга лічыць перакладчыцкай памылкай. Такая замена, наадварот, спрыяе кантэкстуальнай сакралізацыі вобраза і лепшаму ўспрыманню англамоўным рэцыпіентам верша з біблейскім сюжэтам: *And He broke the* ***eucharist*** */ Eat this, my body, to the last crumb.*

Важна адзначыць, што у паэтычным перакладзе празмерная дакладнасць можа зрабіць тэкст складаным для ўспрымання, прывесці да страты мастацкай выразнасці. Менавіта таму перакладчыкі часта карыстаюцца адаптацыйнымі мадэлямі, якія дазваляюць захаваць агульны настрой, рытм і сімвалічны цэнтр верша.

Дастаткова часта выкарыстоўваецца і стратэгія нейтралізацыі і стылістычнага спрашчэння (33%). У такіх выпадках тэрытарыяльная маркіраванасць і экспрэсіўнасць арыгінала не перадаюцца, а неканвенцыяльныя лексічныя адзінкі замяняюцца нейтральнымі адпавенікамі з больш шырокай семантыкай.

Напрыклад, лексема *клёк* (‘розум, кемлівасць’) перадаецца як *consciousness*: *Our memory prefers to spare / Its* ***consciousness*** *in vain.* У арыгінальным тэксце чытаем: ***Клёк*** *свой ашчаджае нездарма / Памяць, не падлеглая аблудзе.* Англійскі адпаведнік перадае толькі абстрактнае значэнне свядомасці, у выніку чаго губляецца розмоўная афарбоўка і народны каларыт, ацэначнасць.

А пры перакладзе лексемы *спанталычыцца* (‘збіцца з толку’) з дапамогай адпаведніка *lose its way* змяняецца вектар развіцця вобраза. Лексема сустракаецца ў наступным кантэксце: *Хадзіце роўна нагамі вашымі / Каб не* ***спанталычылася*** *крывое.* Стан разгубленасці і ўнутранай дэзарыентацыі, які раскрываецца ў тым ліку і праз ужыванне тэрытарыяльна маркіраванай адзінкі, замяняецца акцэнтам на фізічныя адчуванні, дэзарыентацыю ў фізічнай прасторы: *Walk with your feet in a straight way / For the winding and curved one not to* ***lose its way****.*

Стратэгія нейтралізацыі ў значнай ступені палягчае ўспрыманне тэксту англамоўным чытачом, аднак разам з гэтым аслабляе і індывідуальна-аўтарскі складнік твора, не перадае моўную адметнасць арыгінальных радкоў. У выніку страчваюцца тэрытарыяльна і культурна спецыфічныя элементы, якія ляжаць у аснове паэтычнага свету Рыгора Барадуліна. Падобныя трансфармацыі яскрава бачныя ў выпадках, калі зыходная лексема мае ўнікальную гукавую арганізацыю або ўтворана па спецыфічнай мадэлі, што немагчыма поўнасцю перадаць сродкамі аналітычнай мовы (англійскай).

Апісальны пераклад выкарыстоўваецца радзей і складае каля

16% ад агульнай колькасці прыкладаў. Выкарыстанне гэтай стратэгіі становіцца неабходным у выпадках, калі ў мове перакладу няма прамога эквіваленту або адна лексема не можа перадаць усю семантычную нагрузку арыгінала.

Так, лексема *ўроіцца* (‘прымроіцца, здасца’) перададзена як *in our dreams we will realize*. Лексема ўжываецца ў кантэксце духоўных разваг: *І мройліва аднойчы* ***ўроіцца*** */ Што небам нам паслана ў спадчыну.* Перакладчык выкарыстоўвае апісальную канструкцыю, у якой семантыка мроі перадаецца толькі праз кампанент *in our dreams*. Дзеяслоў-адпаведнік *realize* у параўнанні з арыгінальнай лексемай узмацняе значэнне ўсведамлення і філасофскага асэнсавання: *And once* ***in our dreams we will realize*** */ What we have all inherited from Heaven.* У рэзультаце часткова губляецца вобразнасць, страчваецца ўнутранае падабенства словаў, тым не менш такая трансфармацыя адпавядае агульнаму тону верша.

Цікавым прыкладам выступае пераклад лексемы *вельмавацца* (‘частаваць, прымаць з пашанай’) з дапамогай англамоўнага адпаведніка *adds to luxury*. У беларускай моўнай прасторы неканвенцыяльная адзінка выкарыстоўваецца для апісання гасціннасці, шчодрых пачастункаў: *І з цеста пячэцца трывалы хлеб / Якому на абрусах* ***вельмавацца***. Адзінка мовы перакладу змяшчае акцэнт на тэму раскошы і дастатку, за кошт чаго аслабляецца культурны кампанент арыгінала: *They bake tasty bread out of that merry paste / The bread* ***adds to luxury*** *of their tables.*

У многіх выпадках апісальны (эксплікатыўны) пераклад становіцца кампрамісным рашэннем паміж дакладнасцю перадачы сукупнасці арыгінальных адзінак і чытабельнасцю твора. Перакладчык імкнецца паглядзець на адзінку з боку прадстаўніка іншай культуры, тлумачыць значэнне неканвенцыяльнай лексікі, аднак пры гэтым часткова губляецца лаканічнасць, зніжаецца вобразная канцэнтрацыя паэтычных твораў. Асабліва выразна гэта назіраецца пры перакладзе дзеяслоўных форм, бо беларуская мова валодае большай словаўтваральнай гнуткасцю.

Найменш прадыктыўнай стратэгіяй выявілася апушчэнне (9%). Яно выкарыстоўваецца ў тых выпадках, калі перадача рэгіянальнай адзінкі можа парушыць рытміка-інтанацыйную арганізацыю верша, у значнай ступені ўскладніць яго ўспрыманне іншамоўным чытачом. Аднак адмова ад перадачы некаторых адзінак часта прыводзіць да стараты элементаў народнага каларыту, экспрэсіўнасці, вобразнасці.

Выкарыстанне апушчэння сведчыць пра тое, што перакладчык вымушаны ахвяраваць асобнымі нацыянальна спецыфічнымі элементамі на карысць захавання агульнай структуры верша. У паэтычным перакладзе такая стратэгія можа быць апраўданай, калі яна дазваляе захаваць рытміка-інтанацыйную арганізацыю верша або яго сімвалічную цэласнасць.

Праведзены аналіз дазваляе зрабіць выснову, што пераклад рэгіяналізмаў у паэтычным дыскурсе арыентаваны перадусім на функцыянальна-прагматычную адаптацыю, а не на дасягненне фармальнай эквівалентнасці. У большасці выпадкаў тэрытарыяльная і этнаграфічная спецыфіка страчваюцца, аднак гэта часткова кампенсенсуецца захаваннем агульнага сімвалічнага і сакральнага патэнцыялу паэтычных тэкстаў, што вельмі важна пры перакладзе духоўнай лірыкі.

Такім чынам, пераклад рэгіяналізмаў Рыгора Барадуліна на англійскую мову мэтазгодна разглядаць як складаны працэс функцыянальнай адаптацыі і міжкультурнай інтэрпрэтацыі. Рэгіяналізмы ў творчасці аўтара ўяўляюць

сабою важныя элементы нацыянальнай моўнай карціны свету, таму іх перадача патрабуе не толькі захавання лексічнай эквівалентнасці – трэба ўлічваць культурны, сімвалічны, прагматычны патэнцыял арыгінальных вершаваных твораў.

Даследаванне пацвярджае, што ў перакладзе паэтычнага субстандарта вырашальную ролю адыгрывае здольнасць перакладчыка інтэрпрэтаваць мастацкі тэкст як шматузроўневую сістэму культурных і сімвалічных сувязяў. Менавіта таму пераклад рэгіяналізмаў патрабуе не толькі выключных ведаў мовы арыгінала і мовы перакладу, але і шырокіх фонавых ведаў, разумення сутнасі і спецыфікі нацыянальных традыцый, асаблівасцяў аўтарскага светаўспрымання.

ЛІТАРАТУРА

1. Барадулін, Р. Ксты = Ksty : вершы на беларускай і англійскай мовах / Рыгор Барадулін; пер. на англ. І. Булыка, М. Васючэнка, В. Гапеева [і інш.]. – Мінск : Рымска-каталіцкая парафія Св. Сымона і Алены, 2006. – 272 с.
2. Комарова, А. В. Способы перевода современной русской нестандартной лексики на английский язык (на материале романа Сергея Довлатова «Зона») / А. В. Комарова // Язык и текст : сб. науч. ст., Санкт-Петербург, 24 апр. 2015 г. – Санкт-Петербург, 2015. – 28–38 с.
3. Кудинова, Т. А. Языковой субстандарт в аспекте теории и практики перевода / Т. А. Кудинова // Гуманитарные и социальные науки. – 2010. – 173–179 с.
4. Перепелицына, Ю. Р. Использование субстандартной лексики как трансгрессивной коммуникативной стратегии в поле языка современных СМИ / Ю. Р. Перепелицына, И. В. Купреева // Гуманитарные и юридические исследования. – 2019. – 198–204 с.
5. Ретинская, Т. И. Способы передачи неконвенциональных элементов в художественном тексте (на примере романов А. и Г. Вайнеров «Эра милосердия» и Ф. Бегбедера «Любовь живет три года») / Т. И. Ретинская, Е. А. Козельская, А. В. Галайдо // Риторика. Лингвистика. – 2021. – 77–83 с.
6. Ertner, D. E. Substandard form as a cultural code: from newspaper discourse to fiction text / D. E. Ertner, O. B. Ulyanova // Philological Class. – 2023. – 210–221 p.

Д. С. ГРЫГАРУК
Навуковы кіраўнік:
А. В. Семянькевіч, дацэнт кафедры беларускай філалогіі і замежнай літаратуры к.ф.н., дацэнт.

ПЕРАКЛАД БЕЛАРУСКАЙ ЛАКУНАРНАЙ ЛЕКСІКІ З ПРОЗЫ ВАСІЛЯ БЫКАВА І ІВАНА МЕЛЕЖА НА КІТАЙСКУЮ МОВУ: ПАРАЎНАЛЬНЫ АСПЕКТ

Анатацыя: у даследаванні параўноўваюцца перакладчыцкія стратэгіі элімінацыі беларускай лакунарнай лексікі ў перакладах на кітайскую мову аповесці Васіля Быкава «Знак бяды» і рамана Івана Мележа «Людзі на балоце». Матэрыял сістэматызаваны па тэматычных групах лакун.
Ключавыя словы: лінгвакультурная лакуна; тэматычная група; беларускія рэаліі; спосабы перакладу.

ДАСЛЕДАВАННЕ прысвечана параўнальнаму аналізу спосабаў перакладу лінгвакультурных лакун з беларускай на кітайскую мову. Тэарэтычнай асновай сталі працы беларускіх перакладазнаўцаў Л.І. Малаш [4], З.І. Сянькевіч [6], Г.Л. Архіпенкі [1]. Аб'ектам аналізу выступілі лакунарныя адзінкі, выбраныя з аповесці Васіля Быкава (далей – ВБ) «Знак бяды» [2] і рамана Івана Мележа (далей – ІМ) «Людзі на балоце» [5], і іх кітайскія эквіваленты ў перакладзе Фань Ся [3] і Лю Гуанцзэ, Чжан Цзые [8]. З 444 лакунарных адзінак было выбрана 47 рэалій (10%), якія сустракаюцца ў абодвух творах. Мэтай даследавання з'яўляецца параўнальны аналіз спосабаў перакладу выбранай лакунарнай лексікі. Лакуны сістэматызаваны па тэматычных групах (далей – ТГ), вылучаных на аснове трох крытэрыяў: 1) наяўнасці сувязі паміж прадметамі; 2) наяўнасці адносін род-від або частка-цэлае, 3) супадзення кантэкстаў ужывання.

Аналагічны пераклад, як дамінуючы спосаб перакладу, быў выкарыстаны для наступных ТГ: 1) назваў інструментаў і сельскагаспадарчых прылад, 2) назваў пабудоў і іх частак, 3) назваў прадметаў побыту, 4) антрапанімічных назваў, 5) назваў жывёл, раслін і прыродных з'яў і 6) назваў адзінак вымярэння.

Аналіагічны пераклад, напрыклад, у абодвух творах выкарыстоўваўся для слова *поп* – *神父* 'поп, пастар' (праваслаўны і каталіцкі) (ВБ) і *牧师* 'поп, пастар' (пратэстанцкі) (ІМ); слова *сенцы* у ВБ было перакладзена пры дапамозе аналагічнага перакладу як *穿堂* 'калідор, праход', словы падобныя паміж сабой, але *сенцы* – 'памяшканне паміж жылой часткай дома і ганкам у вясковых хатах'. У ІМ гэта ж слова мае адпаведнік *外屋* 'пярэдні пакой', што з'яўляецца найбольш адпаведным перакладам для слова *сенцы*.

Разам з тым, у гэтых ТГ выкарыстоўвацца іншыя спосабы перакладу, напрыклад, слова *асцець* было перакладзена аднолькава пры дапамозе апісальнага перакладу як *烘谷房 / 烘烤谷物的屋子* 'памяшканне для сушкі зерня'.

Назіраюцца выпадкі, калі выкарыстоўваецца замена, напрыклад, выкарыстанне тэхнічнага тэрміна для слова *蛇形管* 'змеявік'. Для слова *даёнка*, у творы ІМ быў выкарыстаны спосаб генералізацыі (*桶* 'вядро'), а ў ВБ – апісальны пераклад (*挤奶桶* 'даільнае вядро').

У двух творах адно і тое ж слова таксама можа быць перакладзена пры дапамозе розных спосабаў, напрыклад, слова *посцілка*. У ВБ пераклад адсутнічае, а ў ІМ – *被子* 'коўдра'. Такі спосаб у ВБ можа лічыцца абгрунтаваным У сказе *Адразу ўцяміў, што было яшчэ рана, певень у хляўку яшчэ не пяяў, у цемрадзі хаты за* ***посцілкай*** *гучна і звыкла цікаў гадзіннік, але не хацелася ўставаць, глядзець час, і Пятрок доўга ляжаў*

нерухома, спрабуючы заснуць ці дачакацца світанку. – *他顿时弄清楚，时间还早着哩，维谢尔基的公鸡还没有啼过，在小屋寂静的环境中，那只简陋的挂钟响亮地、滴答滴答地走着，但是，他不想起身看看时间，所以他继续一动不动地躺着，试图睡着或者等候天亮* у перакладзе засталася толькі частка *在小屋寂静的环境中* ‘у цішыні хаты’. Або, напрыклад, у ІМ: *вільчык* – *房顶* ‘дах’ (замена на аснове сінекдахі); *весніцы* – *篱笆* ‘тын’ (замена на аснове сінекдахі); у ВБ: *вільчык* – *马厩* ‘стайня’ (замена), *весніцы* – *栅栏门* ‘весніцы’ (аналаг).

Для слова *асілак* у творах таксама былі выкарыстаны розныя спосабы перакладу. У ІМ – аналагічны пераклад: *力士* ‘сілач, атлет’; у ВБ – адсутнасць перакладу (апушчэнне): *Як нарадзілася Феня, Сцепаніда падпала здароўем, і ён [Пятрок] мусіў адзін і жаць, і касіць, ірваў, як* ***асілак****, і надарваўся* – *斯捷潘妮达生下菲妮雅时,没有保养好自己的身体,他便不得不一个人既割又收,****一个人勉强挑起两个人的重担****,于是受了内伤* – У гэтым выпадку прамы адпаведнік адсутнічае, але выкарыстоўваецца замена ў выглядзе выразу *一个人勉强挑起两个人的重担* ‘сам нёс цяжар двух чалавек’. Такую замену можна лічыць апраўданай, бо галоўным было акцэнтаваць тое, што Пятрок працаваў за дваіх, як і зрабіў перакладчык.

Слова *кужаль* у ВБ – *麻* ‘каноплі, пакля’ (аналагічны пераклад), у ІМ – *亚麻* ‘лён’ (генералізацыя).

Адметнасцю таксама з’яўляецца тое, што для тых жа адзінак у перакладзе ВБ перакладчык выкарстоўвае пасняльныя зноскі, а ў ІМ – не. Каб паказаць, што адзінкі адносяцца да рускамоўнай сістэмы вымярэння, перакладчык дадае іерогліф *俄* ‘рускі’ і суправаджае іх пасняльнымі зноскамі, напрыклад, *вярста* – *俄里* ‘вярста’: *Яе абрабавалі, як якога дурня, за* ***вярсту*** *ад жытла, адабралі апошні рубель* – *人家在距离她的住所一****俄里****光景的地方,将她洗劫一空,抢去了仅有的几个钱,好象她是个傻娘儿们似的* з пасяненнем *адна вярста раўняецца 1,06 км*; *дзесяціна* – *俄亩* ‘дзесяціна’: *Лявон быў свой, высялкоўскі мужык, мнагадзетны і малазямельны і, як яна з Петраком, надзелены па беднасці дзвюма* ***дзесяцінамі*** *яхімоўшчынскай зямлі* – *列翁是本地人,维谢尔基的庄稼汉,子女众多,土地极少,象她和彼得罗克一样,由于贫穷只分到了两****俄亩****亚希莫夫斯基庄园的土地* і пасяненне *раўняецца 1,09 га*; *фунт* – *俄磅* ‘фунт’ (ВБ): *На боты, канешне, было мала грошай, усяго дзесяць рублёў, але, можа б, як дамовіўся напавер ці паабяцаў якую бараннюю лапатку,* ***фунты*** *два масла ці яшчэ чаго, як-небудзь сплацілі б* – *不用说,一共十卢布,买一双靴子钱是少了点儿,要是答应给一块什么羊肩骨肉、两****俄磅****素油或者其他什么的,能一下子付清帐那就好了* і пасяненнне *адзін фунт раўняецца 409,5 г*; і *фунт* – *斤* ‘паўкілаграма’ (ІМ). Агульнай рысай для ўсіх пасняльных зносак ТГ з’яўляецца ўказанне значэння паводле міжнароднай сістэмы адзінак.

Апісальны пераклад, як дамінуючы спосаб перакладу, быў выкарыстаны для наступных ТГ: 1) назваў адзення абутку і галаўных убораў, 2) назваў ежы і напояў, 3) лакатыўных назваў, 4) ваенных назваў і 5) саматычных назваў.

Напрыклад, выкарыстанне апісальнага перакладу з даданнем слоў, якія паказваюць на катэгорыю прадмета (ежа, напой, выраб), напрыклад, *самагонка* – *土烧酒* ‘мясцовая моцная водка’ або слова *пяршак* – *一等品* (ВБ) і *头锅酒* (ІМ): іерогліф *酒* і апісана тэхналогія (першы перагон).

Назіраюцца выпадкі ўжывання **канкрэтызацыі** з элементамі апісання

пры перакладзе назваў адзення, калі характарыстыка рэчы ідзе праз указанне матэрыялу, з якога яна зроблена, напрыклад, *сарочка – 缎纹布衬衫* ‘паркалёвая сарочка’ (ВБ) і *麻布衬衣* ‘палатняная сарочка’ (ІМ).

Разам з тым, могуць выкарстыоўвацца іншыя спосабы перакладу, напрыклад, аналагічны пераклад, які ў абодвух творах быў выкарыстаны для слова *каптан – 老式长跑 / 长跑* ‘старамодны чанпаа / чанпаа’. Паводле тлумачальнага слоўніка беларускай мовы (далей – ТСБМ) [7], два словы з’яўляюцца аналагічнымі па значэнні: *каптан* – ‘даўнейшая двухбортная мужчынская і жаночая верхняя адзежына з доўгімі поламі і падоўжанымі рукавамі’; *чанпаа* – ‘кітайскі мужчынскі халат’.

Розныя спосабы перакладу былі ўжыты для слова *агурэчнік*: апісальны пераклад (ВБ) – *黄瓜田* ‘поле агуркоў’; замена (ІМ) – *黄瓜* ‘агуркі’: *Далей на агародзе – сярод гарбузніку, градак з* ***агурочнікам****, пахучым кропам і кіяхамі – няпэўныя ў змроку абрысы груш, як вартавыя ў балахонах – 再过去一些, 在菜园子里,在南瓜、**黄瓜**、茴香、向日葵之间,苍茫的夜色中可以看到梨树的轮廓, 这些树活象穿着宽大衣服的奇形怪状的哨兵.*

У перакладах двух твораў словы *будзёнаўка* і *фрэнч* падаюцца, у некаторай ступені, па-рознаму: у перакладзе ВБ *будзёнаўка – 布琼尼式盔形帽* ‘шлем фасона Будзёнага’: *Толькі што скончылася доўгая пакутная вайна, у вёскі і хутары пакрысе вярталіся дзецюкі і маладыя мужчыны, узнёслыя і ганарыстыя ад перамог над белымі, немцамі, палякамі, у вастраверхіх* ***будзёнаўскіх шлемах****, растаптаных гамашах з абмоткамі – 那 – 次漫长的、令人痛苦的战争刚结束,那些年轻人、庄稼汉、小伙子便络绎不绝地回到乡村中、市镇上、农庄里来,他们头戴尖顶的**布琼尼式盔形帽**,足登破旧的皮鞋* з паясненнем *ваенная фуражка ранняй савецкай Чырвонай Арміі, Будзёны Сямён Міхайлавіч (1883-1973) маршал Савецкага Саюза, Народны герой Грамадзянскай вайны*, а *фрэнч – 费伦奇式军上衣* ‘ваеннае верхняе адзенне ў стылі фрэнч’: *Яна толькі стрымана зірнула на заклапочаны, нават прыгнечаны твар старшыні, што сядзеў над нейкай паперынай, перавяла позірк на ладную, падцятую постаць Новіка, падпяразаную шырокай ваеннай дзягай па зялёнага колеру* ***фрэнчы*** *– 她仅仅拘谨地望着主席那张忧虑的、甚至被什么压抑着的脸庞,他面前有 – 份文件;她将眼光移到诺维克那外表整洁、神态端正的、美好的身影上,他身穿– 件保护色的**弗伦奇式军上衣*** з паясненнем *названы ў гонар брытанскага фельдмаршала Фрэнча, мае чатыры накладныя кішэні і раменьчык са спражкай*. У перакладзе ІМ дадзеныя словы не суправаджаюцца паясняльнымі зноскамі, напрыклад, *будзёнаўка – 布琼尼骑兵帽* ‘шлем кавалерыста Будзёнага’, а *фрэнч – 军官上衣* ‘афіцэрскі кіцель’.

Для слова *сцёгны* былі выкарыстаны розныя спосабы: замена ў ВБ – *腰部* ‘пояс’. Беларускае *сцёгны* абазначае верхнюю частку ног (ад таза да калена), кітайскае *腰部* абазначае паясніцу – вобласць ніжняй часткі спіны: *Сцепаніда злосна ляскала сябе па* ***сцёгнах*** *– ведама, зрабіў не па яе, па-свойму, заўжды яму за гэта даставалася ад жонкі – 斯捷潘妮达站在门坎外面，暴跳如雷地捶着自己的**腰部**破口大骂—— 不消说，他干这些并不是心甘情愿的，为此常常受到妻子的责备*. Такі пераклад прыводзіць да зрушэння анатамічнай лакалізацыі ўверх, паколькі абедзве зоны знаходзяцца прыкладна на адным узроўні цела, але адносяцца да розных частак. Тое ж слова ў ІМ перакладзена пры дапамозе генеразізацыі:

сцягно – 腿 ‘нага’: *Не раз каціўся воўк ад конскіх капытоў, але ўсё ж вырваў кавалак мяса са* ***сцягна****, і невядома, чым кончылася б, каб не падбеглі людзі… – 狼挨了马蹄，可是也咬掉了马**腿**上的一块肉，如果不是人们赶来，还很难说结果会是怎么样呢.*

Генералізацыя, як дамінуючы спосаб перакладу, быў выкарыстаны для наступных ТГ: 1) назваў посуду і 2) назваў транспарту.

Спосаб генералізацыі для перакладу слова *конаўка* выкарыстоўваецца ў абодвух творах – *杯子* ‘шклянка, чарка, кубак’.

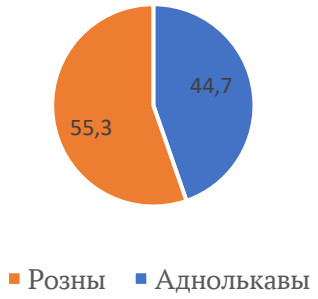
У ІМ пры дапамозе генералізацыі слова *大车* ‘калёсы’ выкарыстана адразу для назваў трох беларускіх назваў транспарту, якія сустракаюцца ў абодвух творах: *фурманка*, *воз* і *калёсы*, – у выніку чаго губляюцца канструкцыйныя і функцыянальныя адрозненні паміж рознымі тыпамі транспарту. Паводле ТСБМ, 1) *фурманка* – ‘падвода для перавозкі грузаў’; 2) *воз* – ‘сродак гужавога транспарту, прызначаны для язды і перавозкі грузаў; калёсы’; 3) *калёсы* – ‘конная чатырохколая гаспадарчая павозка’.

У ВБ для слова *калёсы* было выкарыстана слова *四轮大车* ‘чатырохколыя калёсы’. Для слоў *фурманка* і *воз* быў выкарыстаны апісальны пераклад: *фурманка – 马拉大车* ‘калёсы, запрэжаныя коньмі’: *Петрака за некалі абагуленай іх кабылкай – кабылка, аднак, аказалася немаведама дзе: перад прыходам немцаў выправілі хлопца з* ***фурманкай*** *на станцыю, і ён так і не вярнуўся адтуль – 但是，集体农庄里找不到那匹母马—— 在德国佬来的前一天，有人派一个半大小子赶一辆**马拉大车**到火车站去，他就再也没有打那儿回来*; *вазок – 马车式雪橇* ‘сані ў выглядзе калёс’.

Паясняльныя зноскі, як дамінуючы спосаб перакладу, быў выкарыстаны для ТГ рэлігійных назваў і свят. Аднак у выпадку са словам *вянчацца* назіраюцца розныя спосабы перакладу для двух твораў: *在教堂里行婚礼* ‘правесці вяселле ў царкве’ (ВБ) і *祝福 / 婚礼* ‘пажадаць шчасця’ / ‘вяселле’ (ІМ – замена), напрыклад, *Пасля таго як бацька і мачыха блаславілі маладых на* ***вянчанне****, пад віск дудкі, плач гармоніка і буханне бубна Ганна і Яўхім выйшлі на двор. Ганне кінуліся ў вочы музыкі ў лапцях, аблепленыя гразёю да кален – 父亲和继母为新郎新娘**祝福**后，在笛子的尖叫声、手风琴的哭泣声和铃鼓的敲打声中，甘娜和叶夫西姆出了门，到了院子里，甘娜注意到吹鼓手们都穿着树皮鞋，直到膝盖都沾满了泥* і:

Выходзь, матко, з свячамі,
Пазнай дзіцятко між намі…
Мы тваё дзіцятко ***звянчалі****…*
А цяпер выходзь, матухно, проціў нас
Да вітай кубачкам усіх нас.
Да пытай доночку, дзе була…
У божым доме — не твая,
Госпаду Богу прысягла,
Яўхіму ручаньку аддала…
妈妈你快拿着蜡烛出来吧，
到我们当中认认你的孩子…
*我们已经带她举行了**婚礼**…*
妈妈，你快来迎接客人，
拿出大酒杯把酒满斟。
你问问你的闺女上哪里去过…
她去了教堂，向上帝发了誓，
她已经不是你的孩子，
她已经成了叶夫西姆的妻子…

У першым прыкладзе страчваецца значэнне сакральнасці таго, што бацькі благаславілі дзяцей на шлюб перад богам, а не проста вяселле; у другім прыкладзе у тексце да верша і ў самім вершы ідзе апісанне вянчання, таму такі пераклад можна лічыць абгрунтаваным.



Мал. 1. Способы перакладу для лакунарных адзінак ІМ і ВБ

Праведзены параўнальны аналіз спосабаў перакладу лакунарнай лексікі з беларускай на кітайскую мову на матэрыяле аповесці В. Быкава «Знак бяды» і рамана І. Мележа «Людзі на балоце» паказаў, што ў 55% адны і тыя ж рэаліі ў двух творах перакладаюцца неаднастайна: назіраецца выкарыстанне розных спосабаў, такіх як прымяненне тлумачальных зносак, характэрнае для ВБ, і страта культурна-спецыфічных кампанентаў значэння ў ІМ праз іх ігнараванне (канструкцыйных, функцыянальных, абрадавых). Ужыванне аднаго спосабу перакладу не гарантуе поўнасцю ідэнтычнага перакладу, але камбінаванае выкарыстанне розных прыёмаў дапамагае максімальна наблізіцца да арыгінала, захоўваючы яго стыль, змест і эмацыйную афарбоўку, зразумелую для кітайскага чытача.

ЛІТАРАТУРА

1. Архіпенка, Г. Л. Пераклад і нацыянальна-культурная спецыфіка паэтычнага тэксту / Г. Л. Архіпенка. – Мінск : БДУ, 2012. – 135 с.
2. Быкаў, В. Знак бяды : аповесць / В. Быкаў. – Мн. : Маст. літ., 1984. – 137 с. – URL: https://royallib.com/book/bika_vasl/znak_byadi.html (дата звароту: 03.10.2025).
3. Василь Быков. Знак беды / 贝科夫著，范霞译. 上海译文出版社出版、发行. 本书根据 «Дружба народов», 上海，1983 年第 3、4 期译出. – 394 页. = Автор Быков, пер. Фань Ся. — Шанхай : Изд-во «Шанхайские переводы», 1983. – 394 с. Журнал «Дружба народов» (Шанхай), 1983, ред. №№ 3–4.
4. Малаш, Л. І. Уводзіны ў лінгвакультуралогію / Л. І. Малаш. – Мінск : Экаперспектыва, 2013. – 184 с.
5. Мележ, І. Людзі на балоце / І. Мележ. – Мн. : Маст. літ., 1995. – 226 с. – URL: https://royallib.com/book/meleg_van/lyudz_na_balotse.html (дата звароту: 20.09.2025).
6. Сянькевіч, З. І. Нацыянальна-культурная спецыфіка мастацкага тэксту і праблемы яго перакладу / З. І. Сянькевіч // Весці БДУ. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. – 2015. – № 1. – С. 45–49.
7. Тлумачальны слоўнік беларускай мовы : у 5 т. – АН Беларусі, Ін-т мовазнаўства імя Я. Коласа ; пад агул. рэд. К. К. Атраховіча (К. Крапівы) ; рэдкал.: А. Я. Баханькоў [і інш.] ; рэд. тома А. Я. Баханькоў. – Мн. : БелСЭ, 1978.
8. 沼泽地上的人们。 梅列日著。 刘光杰、张季耶译。安微人民出版社发行，合肥市，1983 年第 1 版。– 611 页。= Люди на болоте. Мележ. Пер. Лю Гуанцзе, Чжан Цзие. Народное издательство провинции Аньхой, город Хэфэй, 1-е издание, 1983 г. – 611 с.

У. В. ІВАСКЕВІЧ
Навуковы кіраўнік:
А. В. Семянькевіч, дацэнт кафедры беларускай філалогіі і замежнай літаратуры к.ф.н., дацэнт.

РЭПРЭЗЕНТАЦЫЯ АДНОСІН МУЖА І ЖОНКІ Ў БЕЛАРУСКІМ І КІТАЙСКІМ ФРАЗЕА- І ПАРЭМІЯЛАГІЧНЫМ ФОНДАХ

Анатацыя. у артыкуле разглядаюцца асаблівасці рэпрэзентацыі шлюбу, вобразаў мужа і жонкі ў беларускім і кітайскім фразеафондах. Аналіз парэміялагічных і фразеалагічных адзінак паказвае, што ў абедзвюх лінгвакультурах шлюб успрымаецца як найважнейшая аснова сямейнага і грамадскага жыцця, заснаваная на ўзаемнай падтрымцы, вернасці, працавітасці і здольнасці разам пераадольваць жыццёвыя цяжкасці. У працы выяўляюцца агульныя рысы і нацыянальна-культурныя адрозненні ў разуменні сямейных адносін.
Ключавыя словы: фразеалогія; парэміялогія; лінгвакультуралогія; культурныя каштоўнасці; шлюб; муж; жонка.

У СУЧАСНАЙ лінгвістыцы значную ўвагу набываюць супастаўляльныя даследаванні фразеалагізмаў і парэмій, паколькі менавіта ўстойлівыя моўныя адзінкі найбольш поўна адлюстроўваюць нацыянальную моўную карціну свету, культурныя каштоўнасці і сацыяльныя стэрэатыпы народа. У беларускай мовазнаўчай навуцы праблемы супастаўляльнага вывучэння парэмій і фразеалагізмаў актыўна распрацоўваюцца ў працах Я.Я. Іванова, Н.У. Дзядовай і іншых даследчыкаў, а таксама знаходзяць адлюстраванне ў шэрагу шматмоўных фразеалагічных і парэміялагічных слоўнікаў. Актуальнасць дадзенага даследавання абумоўлена неабходнасцю далейшага вывучэння нацыянальна-культурнай спецыфікі сямейных адносін у розных лінгвакультурах. Мэтай артыкула з'яўляецца выяўленне агульных і нацыянальна-спецыфічных асаблівасцей рэпрэзентацыі шлюбу, а таксама вобразаў мужа і жонкі ў беларускіх і кітайскіх парэміялагічных і фразеалагічных адзінках.

Фразеалагічныя і парэміялагічныя адзінкі адлюстроўваюць культурныя каштоўнасці народа, яго ўяўленні пра сям'ю, ролю мужа і жонкі, нормы паводзін і грамадскія чаканні. Супастаўленне беларускіх і кітайскіх фразеалагізмаў і парэмій дазваляе выявіць як агульныя рысы сямейных адносін, так і спецыфіку нацыянальнага светаўспрымання шлюбу.

Матэрыялам даследавання паслужылі беларускія і кітайскія фразеалагічныя і парэміялагічныя адзінкі, адабраныя метадам суцэльнай і мэтавай выбаркі з фразеалагічных і парэміялагічных слоўнікаў беларускай і кітайскай моў. Усяго было прааналізавана больш за 300 беларускіх и китайских адзінак, якія рэпрэзентуюць розныя аспекты сямейных і шлюбных адносін.

У беларускіх парэміялагічных адзінках (далей – ПА) шлюб прэзентуецца як непадзельны саюз двух людзей: *Муж і жонка – найлепшая суполка. Гаспадар і жонка – адна кішонка. Муж і жана – адна Сатана. Які чорт Хомка – такая яго жонка. Як жонка падобна да мужыка, так і мужык на жонку.* У кітайскіх чэн'юй аналагічная ідэя, але праз сімвалы: *琴瑟和鸣* 'лютні і гуслі', *鸾凤和鸣* 'згодныя спевы луаня і фенікса' аб гарманічным шлюбе, *凤凰于飞* 'феніксы ляцяць разам', *比翼双飞* 'ляцець крыло ў крыло', *寸步不离* 'хадзіць неадступна', *如胶似漆* 'нібы клей і лак' і 连枝比翼 'зрослыя галіны, пара крылаў' у значэнні 'быць неразлучнымі'.

Агульнай рысай з'яўляецца матыў узаемнай падтрымкі і паразумення паміж мужам і жонкай: *Муж баіць пра*

паходы, жонка – пра расходы; *Куды іголка, туды і нітка*, *夫唱妇随* ‘муж запявае – жонка падпявае’, *相亲相爱* ‘жыць душа ў душу’, *举案齐眉* ‘узнімаць паднос да ўзроўню броваў’ пра ўзаемную павагу і гармонію паміж мужам і жонкай, *心有灵犀* ‘душы звязаны рогам аднарога’ у пераносным сэнсе азначае ‘разумець адзін аднаго без слоў’, *张敞画眉* 'выдатны і кранальны' ласкавыя адносіны паміж мужам і жонкай, *燕侣莺俦* 'пара ластавак і пара івалг' ужываецца для апісання закаханых мужа і жонкі.

У абедзвюх культурах шлюб не заўсёды лічыцца лёгкай справай, высока ацэньваецца здольнасць разам праходзіць праз жыццёвыя цяжкасці: *З мілым рай і ў шалашы*, *贫贱糟糠* ‘жыць у беднасці і есци лебяду разам’, *患难夫妻* ‘пара, якая перажыла цяжкасці’, *共挽鹿车* ‘разам цягнуць каляску’ сімвалізуе жыццё ў беднасці, але ў згодзе, *相濡以沫* ‘змочваць адзін аднаго слюдой’.

Каштоўнасць вернасці ў шлюбе дэманструецца такімі адзінкамі, як *Дай бог адным кавалкам удавіцца* (жартоўна жадалі мужчыне, каб ён правёў жыццё з адной жонкай), *白头偕老* ‘да сівых валасоў’, *白首偕老* ‘трымацца адзін за аднаго, пакуль валасы не пасівеюць’, *百年之好* ‘гармонія і згода на працягу жыцця’. Здрада асуджаецца, чэн’юй *奸夫淫妇* ‘здраднік і блудніца’ характарызуе няверных мужа і жонку.

Таксама маюць месца сямейныя канфлікты паміж мужам і жонкай: *Як мужык з жонкай сварыцца, то ў гаршку трасца варыцца*; *Няма чаму дзівіцца, калі муж з жонкай сварыцца*. ФА *Немцы ў хаце* апісвае маўклівыя канфлікты паміж мужам і жонкай, *夫妻反目* ‘муж і жонка адвярнуліся адзін ад аднаго’, *同床异梦* ‘адно ложа – розныя сны’, *夫妻反目* ‘муж і жонка не глядзяць адзін на аднаго’.

Нягледзячы на агульнасць асноўных сямейных каштоўнасцей, беларуская і кітайская лінгвакультуры маюць шэраг істотных адрозненняў.

У беларускай культуры шлюб перш за ўсё зафіксаваны як неабходнасць для вядзення гаспадаркі: *Муж носіць мяшком, а гаспадыня – гаршком*; *Жонка тры вуглы ў хаце трымае, а муж аднаго*. У кітайскай культуры шлюб традыцыйна быў цесна звязаны з сацыяльным статусам: *夫荣妻贵* 'муж у пашане і жонка ў дастатку', *郎才女貌* 'муж таленавіты, жонка выдатная'.

Паміж мужам і жонкай павінна быць павага адзін да аднаго: *相敬如宾* ‘ставіцца адзін да аднаго, як да ганаровага госця’, чэн’юй *鸿案相庄* ‘каля стала з гусем захоўваць годнасць’ азначае жыць у згодзе і ўзаемнай павазе.

Асобна ў кітайскай фразеалогіі вызначаецца матыў разлукі і тугі адзін да аднаго: *别鹤孤鸾* ‘самотны журавель, самотны луань’, *离鸾别凤* ‘расстанне луань і фенікса’, *凤愁鸾怨* ‘фенікс у смутку, луань з крыўдай’, Луань – міфічная птушка, падобная да фенікса, разам яны сімвалізуюць пару мужа і жонкі.

У беларускай і кітайскай лінгвакультурах *муж* традыцыйна ўспрымаецца як кіраўнік і апора для жонкі: За добрым чалавекам, як за сцяною, а за благім, як за плотам*; У добрага мужа і варона жона; За добрым мужам і варона жонка, а за кепскім і княгіня загіне; Муж – галава ў хаце*. *封妻荫子* ‘удастоіць жонку тытулам і забяспечыць нашчадкаў’, *养家糊口* ‘карміць сям’ю’. Чэн’юй *张敞画眉* ‘муж малюе жонцы бровы’ апісвае адносіны, калі муж сам клапоціцца пра жонку насуперак строгім нормам грамадства, у якім падобнае было грубасцю.

У абедзвюх культурах прысутнічаюць ФА і ПА, якія асуджаюць мужчыну, над якім бярэ ўладу жонка: *Гора табе, воле, калі цябе карова коле*; *Няхай той певень здохне, якога курыца б’е*, чэн’юй *牝鸡司*

晨 ‘курыца бярэ на сябе абавязак спяваць раніцай’ азначае, што жанчына бярэ на сябе мужчынскія функцыі і кіруе сям’ёй або дзяржавай, што разглядалася як адхіленне ад нормы і пагроза сацыяльнаму парадку. У адзінцы *夫人裙带* ‘завязка ад жончынай спадніцы’ гаворыцца пра мужчыну, які дабіўся поспехаў з дапамогай жонкі.

Вернасць жонцы лічыцца адной з каштоўнасцей: *公不离婆* ‘муж не аддаляецца ад жонкі’, *故剑情深* ‘глыбокая вернасць старому мячу’ (адзінка звязана з гісторыяй імператара Сюань-ды, які, стаўшы імператарам, застаўся верным жонцы, з якой жыў у беднасці, меч – гэта метафара жонкі); *Князь да княгіні, а ўсякаму міла свая Кацярына*.

Разам з тым вялікая колькасць адзінак прысвечана тэме здрады: *Жонка памірае, а мужык на другую паглядае*, *Жонку ў яму, на другую гляну*, *Мужыку жонка, як у вакне абалонка: згніла – паставіў другую*, *Чужы хлеб – гасцінец, а чужая жонка – прыгажуня*. ФА *Муж аб’еўся груш* ужываецца ў адносінах да незаконнага мужа або такога, які кінуў жонку і знік. Аднак нявернасць падвяргаецца асуджэнню і крытыцы: *Не заглядай на чужую жонку, бо вочы пакосіш; Не заглядайся на чужых жонак – не скасееш, дык здурнееш*; *Сам сябе загубіш, як чужую жонку прыгалубіш*; *Не кладзіся каля чужой жонкі – адаб'юць пячонкі*, чэн’юй *齐人之福* ‘шчасце мужа з Цы’ іранічна характарызуе і крытыкуе мужчыну, які мае каханак.

У беларускай культуры нават небагаты або непрывабны муж лічыцца неабходнай абаронай і падтрымкай для жанчыны: *Хоць мужык лапаць, абы за ім не плакаць*; *Хоць благое плецянішка, але за ім заціішка*; *Мужык як варона, ды ўсё жонцы абарона*; *Сякі-такі варнач – ды ўсё лепшы за плач; Хоць благенькі мужык, а жонцы заступца; Няхай мужык як шкарпэтка, абы жонка як кветка*.

Шэраг беларускіх прыказак рэпрэзентуе патрыярхальны характар сямейных адносін і дапушчальнасць дамінавання мужа: *Жонка за маўчок, а муж кій у куток*; *Любі жонку, як душу, а трасі, як грушу*. Разам з тым існуюць адзінкі, якія асуджаюць жорсткасць у адносінах да жанчыны: *Людзей слухай, а свой розум мей і жонкі не бей*; *Не бі жонку: часам яна разумней*.

Асобнае месца ў кітайскай традыцыі займае тэма смутку па жонцы і разлукі з ёй, ФА *鼓盆之戚* ‘смутак, пры якім б'юць па гаршку’ з'яўляецца метафарай болю ад страты жонкі. Адзінка *剪烛西窗* ‘абрэзаць свечку ля заходняга акна’ сімвалізуе доўгачаканую размову паміж мужам і жонкай пасля доўгай разлукі.

У беларускай і кітайскай фразеалогіі і парэміялогіі *жонка* ўспрымаецца як захавальніца сямейнага ачага, ад якой залежаць мір, дабрабыт і ўнутраная гармонія ў доме: *Жонка тры вуглы ў хаце трымае, а муж аднаго*; *Добрая жонка дом зберажэ, а ліхая рукавом растрасе*; *Хто жонку добрую мае, той гора не знае*; *Добрая жонка – дома рай, благая – хоць ты цягу дай*, *宜室宜家* ‘жонка, якая прыносіць мір і парадак у дом’, *内助之贤* ‘мудрая і дабрадзейная жонка’.

Важнай рысай *жонкі* лічыцца вернасць і адданасць мужу: *Жонка не лапаць, з нагі не скінеш*; *Жонка не рукаў, не адпораш*; *Няхай без хлеба пасяджу, але ж на мужа пагляджу*, *从一而终* ‘быць вернай аднаму мужу да канца жыцця’, *之死靡它* ‘захоўваць вернасць да смерці’, *糟糠之妻* ‘жонка, якая падзяліла цяжкасці’, *贫贱糟糠* ‘жонка, якая засталася вернай у беднасці’, *嫁鸡随鸡* ‘курыца заўсёды ідзе за пеўнем’.

Шэраг адзінак падкрэсліваюць, што пра сапраўдныя якасці жонкі можна меркаваць толькі праз пэўны час сумеснага жыцця: *Не хвалі дзень з раніцы, а жонку змоладу*; *Не выбірай жонку на ігрышчы, а выбірай на ржышчы*, *贤贤易*

色 ‘ставіць дабрадзейнасць вышэй за прыгажосць’ (першапачаткова гэта азначала шанаванне характару жонкі вышэй за яе знешнасць).

Жонка часта паказваецца як працавітая гаспадыня і нават галоўная сіла ў доме: *Як жнуць, то і жонкі людзі*; *Прыгожая любутка, працавітая жонка; Ніколі віхляйка не будзець хазяйка; Сама сябе жнейка б'е, калі нячыста мне, 中馈乏人* ‘няма жонкі, якая б вяла хатнюю гаспадарку’.

Разам з тым у абедзвюх лінгвакультурах прысутнічае крытычнае і іранічнае стаўленне да жонкі, якое найчасцей звязана з празмернай гаварлівасцю або сварлівасцю жанчыны: *Жонку язык б’е*; *Жонку б’е не мужык, а ейны язык*; *Жонцы праўды не кажы*. У кітайскай мове падобнае значэнне мае чэн’юй *老婆舌头* ‘жаночы язык’, які характарызуе чалавека, схільнага да плётак, інтрыг і пустаслоўя. Асобную групу складаюць адзінкі пра ўладную або сварлівую жонку: *Дай жонцы волю – завядзе ў няволю*, *河东狮吼* ‘рык ільвіцы з Хэдуна’ апісвае сварлівую і раўнівую жонку, якая палохае мужа.

У кітайскай культуры асноўны акцэнт робіцца на паслухмянасці і маральнай бездакорнасці жонкі. Сям’я патрабавала ад жанчыны пакорлівасці, стрыманасці і поўнага падпарадкавання мужу і яго родзічам. Ідэал жанчыны ўвасабляецца ў чэн’юй *贤妻良母* ‘мудрая жонка і добрая маці’, *相夫教子* ‘падтрымліваць мужа і вучыць дзяцей’. Жанчына прызнавалася неабходнай для функцыянавання сям’і і вядзення гаспадаркі, аднак гэта не надавала ёй высокага сацыяльнага статусу. Паводле традыцыйнай маралі, жанчыне адводзілася роля паслухмянай дачкі, пакорнай нявесткі і цнатлівай удавы [37, с. 356]. Адсюль і адмоўна афарбаваныя адзінкі тыпу *不守妇道* ‘не захоўваць жаночую чэснасць’, якімі асуджаецца распусная жанчына.

У беларускай лінгвакультуры жонка ўяўляецца мужам як хітрая*: Перахітрыў бы жонку, ды сама з хітрай старонкі; Ты праз вароты, а жонка з-за плоту; Баба хітрэй чорта*. З вобразам жонкі апрыёры звязаны праблемы: *Калі жана сатана, то яна і чорту падноскі адарве*.

Такім чынам, супастаўляльны аналіз беларускіх і кітайскіх ідыяматычных адзінак паказвае, што ў абедзвюх лінгвакультурах шлюб выступае важнейшай асновай сямейнага і грамадскага жыцця. Агульнымі каштоўнасцямі з’яўляюцца узаемная падтрымка, вернасць, працавітасць, павага і здольнасць разам пераадольваць жыццёвыя цяжкасці. *Муж* традыцыйна выступае як кіраўнік сям’і, абаронца і карміцель, а *жонка* як захавальніца хатняга ачага, гаспадыня і маральная апора мужа.

Разгледжаны матэрыял сведчыць пра патрыярхальны характар сямейных адносін у абедзвюх культурах. Мужчына займае дамінуючае становішча ў сям’і, у той час як ад жанчыны патрабуюцца паслухмянасць, вернасць і падпарадкаванне мужу.

Роля *жонкі* ў кітайскай культуры больш абмежаваная, чым у беларускай: яна ў большай ступені звязваецца з паслухмянасцю, маральнай бездакорнасцю і служэннем сям’і, тады як у беларускай традыцыі *жонка* актыўная, працавітая і нават хітрая ўдзельніца сямейных адносін.

ЛІТАРАТУРА

1. Малявин, В.В. Повседневная жизнь Китая в эпоху Мин / В. В. Малявин. – М. : Молодая гвардия, 2008. – 550 с.
2. Лясовіч, С. М. Канцэпты рэпрэзентацыі жанчыны ў беларускім парэмійніку / С. М. Лясовіч // Веснік Полацкага дзяржаўнага ўніверсітэта. Серыя. А, Гуманітарныя навукі. – 2017. – № 2. – С. 102–107.

С. І. КАЛЕСНІКАВА
Навуковы кіраўнік:
А. В. Семянькевіч, дацэнт кафедры беларускай філалогіі і замежнай літаратуры к.ф.н., дацэнт.

РЭПРЭЗЕНТАЦЫЯ ЎЗРОСТАВЫХ СТЭРЭАТЫПАЎ У БЕЛАРУСКІХ І КІТАЙСКІХ НАРОДНЫХ КАЗКАХ

Анатацыя: у артыкуле даследуецца рэпрэзентацыя ўзроставых стэрэатыпаў у беларускіх і кітайскіх казках. На аснове кантрастыўнага падыходу праводзіцца комплексны аналіз, накіраваны на выяўленне агульных і нацыянальна-спецыфічных рыс мадэлявання розных узроставых катэгорый. Асноўная ўвага надаецца сістэматызацыі параметраў стэрэатыпізацыі дзяцінства, маладосці і старасці. Даследуюцца як вонкава-партрэтныя характарыстыкі персанажаў казак, так і іх кагнітыўныя функцыі, сацыяльны статус і гаспадарча-бытавая роля ў сюжэтнай прасторы. Міжмоўнае супастаўляльнае вывучэнне дазваляе акрэсліць аксіялагічныя прыярытэты дзвюх казкавых традыцый.
Ключавыя словы: узроставыя стэрэатыпы; лінгвакультуралогія; казкі; кантрастыўны аналіз; параметры стэрэатыпізацыі.

ФАЛЬКЛОР адыгрывае важную ролю ў фарміраванні і замацаванні сацыяльных стэрэатыпаў. Асаблівае значэнне ў гэтым працэсе належыць народным казкам. Яны не толькі адлюстроўваюць гістарычна сфарміраваныя ўяўленні народа пра чалавека і грамадства, але і выступаюць каштоўнай крыніцай для даследавання механізмаў узнікнення і функцыянавання стэрэатыпаў.

Мэтай даследавання з'яўляецца выяўленне агульных і адметных рыс рэпрэзентацыі ўзроставых стэрэатыпаў у беларускіх і кітайскіх народных казках. Матэрыялам паслужылі 63 беларускія і 55 кітайскіх народных казак (у арыгінале на кітайскай мове і ў перакладзе на беларускую мову). Агульны аб'ём прааналізаванага матэрыялу складае 118 казак.

Прааналізаваныя казкі дазволілі вылучыць наступныя параметры ўзроставай стэрэатыпізацыі:

1) **Фізічныя змены ў старасці**. Слабасць і бездапаможнасць выступаюць устойлівымі прыкметамі пажылога ўзросту ў многіх казкавых сюжэтах. Напрыклад, у творы «Шаптуха»: «*Якое маё жыццё?! Як так жыць, то лепш у магіле гніць: рабіць не магу, а дзеці і ўнукі даўно паўміралі. Адна я цяпер, як тая былінка ў полі*» [3, с.383]. Кітайскі матэрыял таксама фіксуе падобныя тэндэнцыі. Напрыклад, у творы «Чарадзейны пэндзлік Ма Ляна» праз вобраз старога парабка яскрава адлюстраваны аспект фізічнага заняпаду: *«Гэта быў стары парабак Чу, які ўсё сваё жыццё гнуў спіну на палях памешчыка. Цяпер, калі ён аслабеў і захварэў, ён стаў нікому не патрэбным»* [1, с.110]. Разам з тым, паслабленне фізічных сіл у казкавым кантэксце часта супрацьпастаўляецца ўнутранай мудрасці і набытаму вопыту старэйшага пакалення.

2) **Мудрасць і настаўніцкая функцыя старэйшага пакалення.** У беларускіх і кітайскіх народных казках старэйшае пакаленне традыцыйна ўспрымаецца як носьбіт жыццёвага вопыту і маральных арыенціраў. У казцы «Стары бацька» згадваецца даўні звычай: «*Як састарэе бацька, то сын завязе яго ў глухую пушчу ды і пакіне там*» [3, с.368]. Гэты звычай абумоўлены традыцыйнымі сялянскімі ўяўленнямі, дзе непрацаздольнасць старых членаў сям'і ўспрымалася як цяжар. Аднак, нягледзячы на фізічны стан пажылога героя, менавіта яго разумныя парады дапамаглі сыну пераадолець голад і выратаваць вёску. Старыя людзі з'яўляеюцца надзейнай крыніцай жыццёвых ведаў для маладых герояў. У кітайскай казцы «Як зямля ператварылася ў срэбра» стары селянін дапамагае маладому герою Ван Да

ўсвядоміць каштоўнасць працы і самастойнасці [1, с. 24]. У казцы «Прадавец алею і ваеначальнік» жыццёвы вопыт пажылога майстра становіцца прыкладам сапраўднага прафесійнага майстэрства для ваеначальніка, які прызнае значнасць атрыманага ўрока: *«Цяпер я не супакоюся, пакуль не дасягну сапраўднага майстэрства»* [1, с. 57].

3) **Нормы сыноўняй пашаны і ўзроставай іерархіі.** Павага да старэйшага пакалення з'яўляецца базавым маральным прынцыпам кітайскай традыцыі, непасрэдна звязаным з канфуцыянскай канцэпцыяй 孝顺 xiàoshùn – ‘пашана і паслухмянасць бацькам [5, с. 85]. Гэта норма рэалізуецца як праз матэрыяльнае забеспячэнне і клопат пра пажылых сваякоў, так і праз усведамленне маральнага абавязку па працягу сямейнай справы. У казачным фальклоры гэтая мадэль адлюстроўваецца ў казцы «金斧子银斧子» ‘Залатая сякера і срэбная сякера’. Бедны дрывасек Баошань атрымлівае ад горнага духа каштоўныя сякеры і адразу купляе ўсё неабходнае для сваёй маці: «他还每天给母亲买好吃的，让母亲吃好睡好，过得舒舒服服» —‘Ён штодзень купляў маці смачныя рэчы, каб яна добра ела і спала, жыла ўтульна і камфортна’ [2, с. 13]. У кітайскай казцы «金豆的故事» ‘Гісторыя пра залатыя бабы’ высокі статус і аўтарытэт пажылога чалавека паказаны праз прызнанне вопыту гераіні – спадарыні Лі: «本村人不必说，就连远道慕名而来者也是常年络绎不绝». — ‘Не толькі мясцовыя, але і людзі здалёк прыязджаюць да яе без перапынку’ [2, с.110]. Павага да ўзросту падкрэсліваецца невербальнымі сродкамі – традыцыйнымі жэстамі гасцей: «其中一个人冲李老太太深深地作了个揖». — ‘Адзін з іх глыбока пакланіўся старой спадарыні Лі’ [2, с.110].

Павага да старэйшага пакалення і важнасць захавання сямейных сувязяў выразна прасочваюцца і ў беларускім фальклоры. У беларускай казцы «Каваль» галоўны герой пасля дасягнення дабрабыту забірае да сябе маці: *«Доўга жыў каваль, многа дабра зрабіў ён у гэтым царстве. І маці сваю не забыў: забраў яе да сябе, любоўю і ласкаю акружыў»* [3, с. 142]. У сваю чаргу, сюжэт казкі «Палешукі і палевікі» паказвае захаванне бацькоўскага аўтарытэту нават пасля стварэння дзецьмі ўласных сем’яў: *«Пажаніліся сыны, пайшлі ў іх свае дзеці, але па-ранейшаму ўсе слухаліся старога»* [3, с.378].

4) **Знешнія прыкметы старасці.** У кітайскіх казках доўгая або сівая барада – ключавы маркер мудрасці і статусу пажылога мужчыны [4]. Варыятыўнасць гэтага партрэтнага элемента яскрава адлюстравана ў творы «Дзесяць чайнікаў віна»: *«Сышліся неяк раз на рыначнай плошчы дзесяць дзядоў. У аднаго барада белая, у другога чорная, у трэцяга амаль белая, у чацвёртага амаль чорная, у пятага ні белая ні чорная, у шостага дзеда барада як барада, у сёмага барада, як пакулле, у восьмага – як сена касмык, у дзявятага – як саломы пучок, а дзясяты зусім без барады»* [1, с. 30].

Сярод беларускіх казак такі атрыбут знешнасці фіксуецца значна радзей. Напрыклад, у казцы «Ох і залатая табакерка» гэтая дэталь служыць для апісання міфічнага героя: «*Выскачыў з-пад пня маленькі дзядок з доўгай барадою*» [3, с. 295].

5) **Кагнітыўнае станаўленне і сацыяльная самастойнасць моладзі**. Станаўленне маладых герояў у фальклоры часта звязана з засваеннем новых навыкаў. Так, у беларускай казцы «Любоў здраду асіліць» маладосць вызначаецца як аптымальны час для навучання: *«Ты яшчэ малады, пара і табе шукаць славы. Самы час навучыць цябе воінскаму майстэрству»* [3, с. 125]. У казцы «Крадзеным сыты не будзеш» сталенне сыноў патрабуе ад іх працоўнага

самавызначэння: *«Час, сыны, за сапраўдную работу брацца»* [3, с.389]. У кітайскіх тэкстах набыццё ведаў выступае стымулам для пачатку самастойнага жыцця, як у казцы «Пра Лян Шань-Бо і Чжу Ін-Тай», дзе дзяўчына пакідае бацькоўскі дом, каб вучыцца ў вядомага вучонага [1, с. 95].

6) **Роля дзяцей ў структуры сям'і.** Дзіця ў тэкстах казак, перш за ўсё, выступае важнай часткай сямейнай структуры, крыніцай радасці, надзеі і эмацыянальнага сэнсу жыцця бацькоў, а адсутнасць дзяцей успрымаецца як трагедыя. Напрыклад, казка «Снягурачка» пачынаецца са слоў: *«Жылі былі дзед з бабай. Усяго ў іх хапала – і карова была, і авечка, і кот на печы за комінам мурлыкаў. Толькі вось дзяцей не было. Вельмі сумавалі, гаравалі з гэтай прычыны старыя»* [3, с. 160].

У кітайскіх казачных творах падобнае уяўленне пра дзяцей знайшло ўвасабленне у казцы «Цзао-Хэ – фінікавая костачка», пра гэта сведчаць наступныя радкі: *«Але каб хто-небудзь спытаў Лао Лі і яго жонку: ці шчаслівыя яны? – яны б адказалі: не, не шчаслівья. І усё таму, што ў іх не было дзяцей. А ім вельмі хацелася мець сына або дачку»* [1, с. 61].

Разам з тым, у сямейных зносінах дзіця выконвае і гаспадарча-бытавую функцыю і дапамагае сям'і ў вядзенні спраў. Напрыклад, жаданне падтрымаць старэйшых зафіксавана ў казцы «Чарадзейны пярсцёнак»: *«Іван зрабіў усе так, як змяя яму загадала, і пайшоў бацькам дапамагаць па гаспадарцы»* [3, с. 323]. Адпаведна, фізічная непаўнацэннасць нашчадка ставіць пад пагрозу альбо эканамічнае выжыванне роду альбо пераемнасць улады, што яскрава паказана ў «Казцы пра першага казачніка»: *«Лекар агледзеў хлопчыка і толькі галавой паківаў – маленькі князь быў сляпы. У бедняка народзіцца сляпы сын, бядняк пабядуе, пабядуе і перастане – нічога не зробіш, давядзецца бацьку аднаму працаваць. А што рабіць князю, калі у яго нарадзіся сляпы сын? Сляпому ж нельга перадаць княства!»* [1, с. 4].

7) Матыў незвычайнага з'яўлення дзяцей. У беларускім і кітайскім казачным эпасе нараджэнне дзяцей часта адбываецца цудоўным шляхам. Незвычайныя абставіны нараджэння служаць спосабам маркіроўкі выключнасці героя, адразу прадвызначаючы яго неардынарныя здольнасці. Гэты матыў паказаны ў казцы «Асілак»: *«Раптам клуб агню ўляцеў праз акно ў хату. Вогненны клубок скокнуй за печ, дзе ляжалі анучы, і адтуль неўзабаве пачуўся дзіцячы плач»* [3, с. 185]. Падобныя небіялагічныя спосабы з'яўлення дзяцей шырока прадстаўлены і ў кітайскіх казках. У творы «Пра Вялікую кітайскую сцяну і верную Мын Цзян-Нюй» дзяўчынку знаходзяць у гарбузе, які вырас паміж двума гародамі: *«Разрэзалі яны яго аж бачаць, – у гарбузе сядзіць маленькая дзяўчынка і ўсміхаецца ім»* [1, с. 38]. А ў казцы «Цзао-Хэ – фінікавая костачка» доўгачаканы хлопчык з'яўляецца прама падчас размовы бацькоў: *«У тую ж хвіліну костачка скацілася з яе далоні, упала на падлогу і раскалолася папалам. І што б вы падумалі! З костачкі выйшаў маленькі хлопчык»* [1, с. 49].

8) Кемлівасць і смеласць маладых персанажаў. Спрыт і адвага дазваляюць героям маладога ўзросту знаходзіць выйсце са складаных сітуацый. Напрыклад, у беларускай казцы «Як Іван чарцей перахітрыў» крэатыўнасць і хітрасць дапамагаюць галоўнаму герою, які блукаў па свеце, падманам прымусіць міфічных істот аддаць яму грошы [3, с. 162]. У творы «Пятрушка» вынаходлівасць юнака набывае форму тонкай іроніі: праз літаральнае выкананне бязглуздых загадаў яму ўдаецца правучыць пана [3, с. 374].

У кітайскіх казках таксама выразна праяўляецца ўзроставы стэрэатып

кемлівасці маладых людзей. У казцы «Цзао-Хэ – фінікавая костачка» персанаж, які нарадзіўся незвычайным чынам, нягледзячы на маленькі рост, вылучаецца выключным розумам: ён падманвае начальніка павета і ратуе сваё сяло ад прымусовых падаткаў [1, с. 66]. Не менш паказальным з'яўляецца сюжэт казкі «Умелы шахматыст», дзе маленькі хлопчык, які проста назіраў за гульнёй дарослых, адважваецца кінуць выклік прызнанаму майстру і, нечакана для ўсіх, атрымлівае над ім упэўненую перамогу [1, с. 136].

Такім чынам, і ў беларускай, і ў кітайскай традыцыі фізічныя змены і слабасць, якія прыходзяць са старасцю, часта падкрэсліваюцца ў сюжэтах казак, аднак часта для супрацьпастаўлення жыццёвай мудрасці і вопыту. Нормы ўзроставай іерархіі і павагі да бацькоў прызнаюцца базавымі для абедзвюх лінгвакультур. Пры гэтым маладосць найчасцей асацыіруецца з перыядам кагнітыўнага станаўлення, набыцця працоўных навыкаў і сацыяльнай самастойнасці. Універсальным матывам таксама выступае значнасць дзіцяці ў структуры сям'і, яго гаспадарча-бытавая роля, матыў цудоўнага нараджэння, а таксама кемлівасць і смеласць маладых персанажаў.

Разам з тым, у кітайскім фальклоры павага да старэйшых дэталізуецца праз строгія сацыяльна-іерархічныя рытуалы, у той час як у беларускіх казках аўтарытэт бацькоў грунтуецца на прагматычным прызнанні іх жыццёвага вопыту і захаванні традыцыйных сямейных сувязяў. Акрамя таго, сівая барада як прыкмета старасці ў кітайскіх казках сустракаецца значна часцей і служыць ключавым маркерам высокага грамадскага статусу мужчыны, тады як у беларускім матэрыяле гэты атрыбут фіксуецца значна радзей.

ЛІТАРАТУРА

1. Казкі старога Сюня : для сярэд. узросту / апрац. З. Задунайскай ; пер. С. Міхальчука. – Мінск : Дзярж. выд-ва БССР,1960. – 199 с.
2. Китайские народные сказки / подгот. Тан Лань и А. Дёмин. – М. : ВКН, 2017. – 154 с.
3. У трыдзевятым царстве : беларус. народ. казкі / уклад.: У. К. Касько, А. С. Фядосік. – Мн. : Універсітэцкае, 1995. – 431 с.
4. Chinese Text Project : [сайт]. – [Кітай], 2006–2025. – URL: https://ctext.org (дата звароту: 19.12.2025).
5. Yao, Xinzhong. An Introduction to Confucianism / Xinzhong Yao. – Cambridge : Cambridge University Press, 2000. – 344 p.

М. А. КУЦАВОЛ
Навуковы кіраўнік:
М. М. Воінава-Страха, загадчык кафедры беларускай філалогіі і замежнай літаратуры к.ф.н., дацэнт.

АСАБЛІВАСЦІ МАСТАЦКАГА АСЭНСАВАННЯ ВОБРАЗА ІНТЭЛІГЕНТА НА МАТЭРЫЯЛЕ ТВОРАЎ «НА РОСТАНЯХ» ЯКУБА КОЛАСА І «灭亡» БА ДЗІНЯ

Анатацыя: артыкул прысвечаны параўнальнаму аналізу мастацкага асэнсавання вобраза інтэлігента ў трылогіі Якуба Коласа «На ростанях» і рамане кітайскага пісьменніка Ба Дзіня «Гібель». Даследуюцца падабенствы і адрозненні ў мастацкіх увасабленнях дадзенага вобраза ў беларускай і кітайскай літаратурах першай паловы XX стагоддзя, выяўляецца іх нацыянальная спецыфіка ў залежнасці ад гістарычна-культурнага кантэксту.
Ключавыя словы: Якуб Колас; Ба Дзінь; інтэлігент; літаратурны вобраз.

ПЕРШАЯ палова XX стагоддзя стала для Кітая і Беларусі перыядам кардынальных сацыяльна-палітычных змен. У Кітаі Рух 4 мая і барацьба з мілітарыстамі і замежнымі дзяржавамі спарадзілі запыт на новага чалавека. У Беларусі, якая знаходзілася ў складзе Расійскай імперыі, рэвалюцыя 1905–1907 гадоў і рост нацыянальнай самасвядомасці таксама актывізавалі інтэлігенцыю, якая стала праваднікам новых ідэй. Такім чынам, цэнтральнай фігурай эпохі ў абедзвюх культурах стаў інтэлігент. Гэты тып персанажа атрымаў яскравае ўвасабленне ў літаратуры першай паловы XX стагоддзя як у Беларусі, так і ў Кітаі. Аднак праведзены аналіз выявіў, што тыпалагічнае параўнанне вобраза інтэлігента ў кітайскім і беларускім прыгожым пісьменстве застаецца маладаследаваным. Акрэсленая актуальнасць абумоўлівае мэту артыкула – выяўленне асаблівасцей мастацкага асэнсавання вобраза інтэлігента ў рамане «Гібель» («灭亡» Mièwáng, 1929) Ба Дзіня і трылогіі «На ростанях» Якуба Коласа.

Да пачатку XX стагоддзя Кітай уяўляў сабой саслабелую і залежную ад заходзіх дзяржаў імперыю Цін. Сіньхайская рэвалюцыя 1911 года зрынула манархію, але краіна распалася на вобласці, якія кантраляваліся мілітарыстамі. Паваротным пунктам стаў Рух 4 мая 1919 года: студэнты і інтэлігенцыя патрабавалі дэмакратызацыі і нацыянальнай незалежнасці Кітая. Ідэалагічна Рух 4 мая азнаменаваў зварот да заходніх тэорый, у тым ліку да анархізму. Становішча інтэлігенцыі ў Кітаі было дваістым: адносная свабода слова спалучалася з рэпрэсіямі за практычныя дзеянні. Інтэлігент аказваўся ў разрыве паміж ініцыятывай і бяссіллем, што спараджала радыкалізацыю. Галоўны герой рамана «Гібель» Ду Дасінь – увасабленне гэтага тыпу: ён добра адукаваны, не прымае несправядлівасць, але адзіным выхадам бачыць тэрор і самагубства.

У адрозненне ад Кітая, Беларусь не мела ўласнай дзяржаўнасці. Рэвалюцыя 1905–1907 гадоў стала каталізатарам нацыянальнай самасвядомасці: інтэлігенцыя ўзяла на сябе ролю «будзіцеля» народа. Ключавой фігурай гэтага працэсу стаў настаўнік, які ў разглядаемы перыяд з'яўляўся крыніцай асветы у вёсцы. Андрэй Лабановіч у трылогіі – тыповы прадстаўнік гэтага асяроддзя. Ён уяўляе сабой арганічную частку сялянскага свету, а праца настаўніка з'яўляецца для героя пэўнай «грамадзянскай місіяй» [4, с. 95].

Галоўны герой твора Ба Дзіня – Ду Дасінь – малады чалавек, які працуе ў прафсаюзе. Герой паходзіць з заможнай сям'і, вучыўся ў Шанхайскім універсітэце. Ключавы эпізод мінулага Ду Дасіня – каханне да стрыечнай сястры, якую сям'я

сілком выдала замуж за іншага. Дзяўчына адмовілася бегчы з ім, таму што не магла кінуць маці. Гэты эпізод з'яўляецца прычынай глыбокай траўмы Ду Дасіня: ён усведамляе, што каханне бяссільнае перад сацыяльным ціскам. Пасля гэтага ён пакідае родны горад, спыняе вучобу ва ўніверсітэце і цалкам аддаецца рэвалюцыйнай працы.

Цэнтральная светапоглядная рыса Ду Дасіня – нянавісць да існуючага ладу. Яму належаць словы: «Прынамсі, у той час, пакуль людзі рабуюць людзей, прыгнятаюць людзей... я не магу нікога кахаць, я магу толькі ненавідзець. Я ненавіджу ўсіх людзей, я ненавіджу самога сябе» [5]. Ён лічыць, што ўсе, хто будуе сваё шчасце на пакутах іншых, павінны загінуць, бо для яго нянавісць – не эмоцыя, а абраны шлях. Каханне, паводле яго пераканання, у сучасным свеце шкоднае: ён успрымае гэта пачуццё як крывадушную маску, за якой прыгнятальнікі хаваюць сваю жорсткасць.

Другі пераломны момант надыходзіць у рэвалюцыйныя гады: на вачах Ду Дасіня караюць смерцю яго сябра Чжан Вэйцюня. Згрызоты сумлення перарастаюць у рашучасць адпомсціць, што штурхае героя да тэрору. Больш за тое, сам аўтар не раз падкрэсліваў, што Ду Дасінь хворы на сухоты, і наўпрост звязвае радыкалізм героя з яго хваробай: «Тое, што ён стаў рэвалюцыянерам-рамантыкам і зненавідзеў чалавецтва, тлумачыцца, па-першае, яго асяроддзем, а па-другое, яго сухотамі» [5]. Менавіта ўсведамленне блізкай смерці здымае тормаз і робіць магчымым тэрарыстычны акт.

Адзінае выйсце, якое ён бачыць, – забіць вайсковага каменданта, які сімвалізуе ўсю сістэму прыгнёту. Тэрарыстычны акт для яго не толькі помста, але і спосаб сысці з жыцця, якое стала невыносным.

Ду Дасінь сустракае Лі Дзіншу – адукаваную дзяўчыну, якая хоча прапаведаваць народу любоў і паступовую асвету праз эвалюцыйныя змены, – і ўлюбляецца ў яе. Аднак герой кідаецца паміж каханнем і нянавісцю і ў выніку абірае другое. Як адзначалі У Сяоцін і Т. Каранькова: «З аднаго боку, ён прагне кахання і адчувае сябе шчаслівым, калі яно з'яўляецца ў яго жыцці, а з іншага – думкі пра смерць і нянавісць, якія пастаянна займаюць яго, не даюць зрабіць крок насустрач гэтаму пачуццю: ён лічыць сябе "асуджаным чалавекам", які не заслугоўвае кахання» [3, с. 35]. І ў выніку менавіта «ўласцівая яго характару супярэчлівасць пераносіцца і на стаўленне да ўласнага рэвалюцыйнага шляху, з'яўляецца прычынай смерці ў будучыні» [3, с. 34].

У канцы твора Ду Дасінь выдае сябе за журналіста, страляе ў каменданта, але толькі раніць яго, а апошнюю кулю пускае сабе ў галаву. Камендант не толькі выжывае, але і багацее на замаху. Аднак апошні абзац дае надзею: праз некалькі гадоў Лі Дзіншу ўзначальвае забастоўку тэкстыльшчыкаў.

У адрозненне ад Ду Дасіня, які разарваў сувязі са сваёй заможнай сям'ёй, Андрэй Лабановіч – галоўны герой рамана Якуба Коласа «На ростанях» – з'яўляецца часткай сялянскага свету.

У першыя гады працы настаўнік верыць у сілу асветы і хоча абудзіць у вучнях крытычнае мысленне. Як адзначала В. Вярбіцкая: «Дамінантай эпістэмалагічных уяўленняў носьбітаў субкультуры інтэлігенцыі з'яўляецца комплекс каштоўнасных арыентацый і рэгулятараў. У якасці базавых Я. Колас вылучае дзейнасць, якая спачатку скіравана ў яго літаратурных герояў на маральна-этычныя, філасофскія пошукі» [1, с. 50].

У першай кнізе Лабановіч знаёміцца з Ядвісяй, дачкой пана падлоўчага. Паміж імі ўзнікае ўзаемная прыхільнасць. Аднак іх каханне асуджана: Ядвіся – «паненка», якая з маленства назірала, як бацька-тыран катуе яе маці. Лабановіч – бедны

настаўнік, пра якога ходзяць дрэнныя чуткі. Дзяўчына баіцца паўтарыць лёс маці, таму абрывае сувязі з Лабановічам і з'язджае з Цельшына. Настаўнік цяжка перажывае расстанне, але гэта каханне гартуе героя, а не робіць яго жорсткім: у трэцяй кнізе ён сустракае Ліду Мураўскую, паміж імі ўзнікае далікатная прыхільнасць, аднак, ён вырашае не парушаць свае маральныя ўстоі. Такім чынам, у адрозненне ад героя кітайскага рамана, Лабановіч прымае каханне і ўспрымае яго як частку чалавечага існавання.

Паступова Лабановіч разумее, што корань зла знаходзіцца не ў неадукаванасці сялян, а ў сацыяльным ладзе. Сустрэча з Вольгай Андросавай, якая знаёміць яго з падпольнай літаратурай, канчаткова вызначае яго шлях. Кульмінацыя другой кнігі – складанне і падача петыцыі памешчыку Скірмунту. Гэты эпізод паказвае метад барацьбы Лабановіча: не тэрор, а легальны пратэст і калектыўнае дзеянне.

Напрыканцы твора Лабановіча прысуджаюць да трох гадоў зняволення за ўдзел у нелегальным з'ездзе. Аднак нават пасля астрожных выпрабаванняў Лабановіч не губляе чалавечнасці. Як адзначыў І. Шаладонаў: «Разважаючы і спрачаючыся з людзьмі розных сацыяльных, нацыянальных, маральных і палітычных поглядаў на жыццё, Лабановіч захоўвае ў сабе адданасць свайму "ўнутранаму духоўнаму цэнтру" – быць сынам свайго народа, жадаць яму лепшай долі і росквіту» [4, с. 97]. У канцы твора Лабановіча выпускаюць на волю, яго шлях усё яшчэ не скончаны.

Такім чынам, абодва героі парываюць сувязі з жыццёвым укладам, які яны лічаць несправядлівым. Пры гэтым яны не абмяжоўваюцца пасіўнай спагадай прыгнечаным: Ду Дасінь працуе ў прафсаюзе; Лабановіч арганізуе настаўніцкі з'езд, складае петыцыю. У абодвух творах тэма кахання займае значнае месца і раскрывае персанажаў. Нарэшце, абодва персанажы востра адчуваюць сваю адзіноту, бо думаюць і адчуваюць інакш, чым большасць.

Тым не менш, між героямі існуюць прынцыповыя адрозненні. Ду Дасінь – выхадзец з прывілеяванага класа, яго сувязь з народам больш абстрактная, заснаваная на назіранні пакут простых людзей здалёк. Лабановіч прыйшоў у школу «з народа», яго сузязь з сялянамі канкрэтная, заснаваная на агульным побыце. Ду Дасінь – анархіст, які адмаўляе любую ўладу і не прымае каханне, яго метад барацьбы – нянавісць і тэрор. Лабановіч эвалюцыянуе ад народніцкага асветніцтва да марксізму, яго метад – гуманістычная асвета і легальны пратэст.

Адрозненні паміж двума вобразамі абумоўлены галоўным чынам розным гістарычным кантэкстам твораў. Для Кітая першая палова XX стагоддзя – гэта час палітычнай нестабільнасці. Інтэлігенцыя, натхнёная ідэямі заходніх анархістаў, не бачыла іншага выйсця, акрамя радыкальнага разрыву з мінулым. Акрамя таго, Кітай не меў сфармаванай сістэмы народнай асветы: для большай часткі сялян адукацыя была фактычна недаступнай. У Беларусі ж існавала больш развітая легальная сфера для дзейнасці інтэлігенцыі: школы, земствы, легальныя газеты дазвалялі весці асветніцкую працу. Больш за тое, расійскае самаўладства было значна больш моцным і цвёрда замацавалася на ўсёй тэрыторыі дзяржавы у адрозненне ад Кітая, які быў падзелены між мілітарыстамі.

Ду Дасінь – гэта ўвасабленне тупіку радыкалізму і перасцярога аб тым, да чаго прыводзіць адчай, пазбаўлены веры ў магчымасць паступовых змен. Лабановіч – герой, які знаходзіць выхад: ён не адмаўляе каханне і не ўпадае ў татальную нянавісць. Ён – увасабленне эвалюцыйнага шляху, веры ў тое, што змены магчымыя без крывавай ахвяры.

Такім чынам, параўнальны аналіз паказаў, што падабенства вобразаў Ду Дасіня і Лабановіча заключаецца ў іх прыналежнасці да аднаго тыпу персанажа: інтэлігент-змагар, які разарваў сувязь з традыцыяй і ўдзельнічае ў рэвалюцыйнай дзейнасці. Адно з ключавых адрозненняў персанажаў – у дачыненні да гвалту як метаду барацьбы. Ду Дасінь, апынуўшыся ў сітуацыі, дзе ён не бачыць іншых магчымасцяў для змен, апраўдвае тэрор. Лабановіч, наадварот, робіць стаўку на асвету і калектыўныя дзеянні, не прымаючы гвалт. Гэта адрозненне абумоўлена розным гістарычным кантэкстам твораў: у Кітаі легальныя каналы для змен праз асветніцтва практычна адсутнічалі, у Беларусі ў рамках Расійскай імперыі яны існавалі. Два творы захавалі два розныя тыпы інтэлігента першай паловы XX стагоддзя: кітайскага «рэвалюцыянера-рамантыка», які выбірае смерць, і беларускага «асветніка-рэвалюцыянера», які выбірае жыццё.

ЛІТАРАТУРА

1. Вярбіцкая, А Каштоўнасці сацыяльных субкультур і іх адлюстраванне ў творчай спадчыне Якуба Коласа / В. І. Вярбіцкая // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў : навукова-метадычны часопіс. — 2011. — № 1. — С. 46—52

2. Колас, Я. На ростанях: трылогія / Я. Колас. – М. : Мастацкая літаратура, 2007, – 660 с.

3. У Сяотин, Коренькова Т. В. Антинигилизм в романе И.С. Тургенева «Новь» и ранних повестях Ба Цзиня «Гибель» и «Новая жизнь» / У Сяотин, Т. В. Коренькова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2025. – Т. 30, № 1. – С. 31–40.

4. Шаладонаў, І. Вобраз Андрэя Лабановіча як нацыянальны тып героя ў трылогіі Якуба Коласа «На ростанях» / І. Шаладонаў // Полымя. – 2017. – № 11. – С. 93–98.

5. 巴金. 巴金全集第 4 卷 . – 北京: 人民文学出版社, 1987, – 430 页. = Ба, Цзинь. Гибель. Новая жизнь / Ба Цзинь // Полное собрание Ба Цзиня : в 26 т. / Ба Цзинь. – Пекин, 1987. – Т. 4 : Гибель. Новая жизнь. – С. 9–324.

6. 林贤治. 巴金: 激流一百年 / 林贤治. – 北京: 中国大百科全书出版社, 2023. – 545 页. = Лінь, Сяньджы. Ба Дзінь: Стагоддзе бурнага патоку / Лінь Сяньджы. – Пекін: Выд-ва «Кітайская энцыклапедыя», 2023. – 545 с.

П. А. ЛАБКОЎСКАЯ
Навуковы кіраўнік:
А. В. Семянькевіч, дацэнт кафедры беларускай філалогіі і замежнай літаратуры к.ф.н., дацэнт.

МІКРАКАНЦЭПТ "БОГ" Ў СТРУКТУРЫ ПАРЭМІЯЛАГІЧНАГА ПОЛЯ "РЭЛІГІЯ" Ў БЕЛАРУСКАЙ І АНГЛІЙСКАЙ МОВАХ

Анатацыя: у артыкуле даследуецца семантычная структура мікраканцэпту *Бог* на матэрыяле беларускіх і англійскіх парэмій. Метадам кампанентнага аналізу выяўляюцца агальныя і нацыянальна-спецыфічныя семы ў абедзвюх лінгвакультурах.
Ключавыя словы: мікраканцэпт; Бог; канцэптуальная прымета; парэмія; парэміялагічнае поле.

ПАРЭМІЯЛАГІЧНАЕ поле *рэлігія* можна прадставіць як сетку мікраканцэптаў, адным з якіх з'яўляецца мікраканцэпт *Бог*. Праз яго рэалізуецца маральные выхаванне, тлумачыцца сусветная справядлівасць, а таксама выказваецца крытычнае стаўленне да духавенства і царкоўных інстытутаў.

Матэрыялам даследавання сталі беларускія і англійскія парэміі з лексемай *Бог*, адабраныя метадам суцэльнай выбаркі з парэміялагічных слоўнікаў. Усяго прааналізавана 108 адзінак.

У беларускім парэміялагічным фондзе кампанент *Бог* выкарыстоўваецца вельмі актыўна, напрыклад: *Вось Бог, а вось — парог; Дзе госць, там і Бог ёсць; Бог бацька; Час да пана бога пайсці; Не давядзі бог; Ні к Богу, ні к людзям*. Семантычная структура мікраканцэпту *Бог* вызначаецца дынамічнасцю і амбівалентнасцю. Аналіз беларускіх парэмій дазваляе вылучыць наступныя семантычныя групы:

1) Усёведанне і мудрасць Бога. Паводле народных уяўленняў, Бог валодае абсалютным, неабмежаваным веданнем пра ўсе чалавечыя ўчынкі, думкі і намеры. Схаваць што-небудзь ад яго немагчыма: *Бог бачыць з неба, што каму трэба*; *Бог не Мікітка, павыламіць лыткі; Усе (мы) пад Богам ходзім*; *Бог святы (яго) ведае; Ці й бог ведае*. Такое ўяўленне выконвае важную рэгулятыўную функцыю: калі чалавек ведае, што за ім назірае вышэйшая сіла, ён больш схільны паводзіць сябе сумленна і справядліва. Парэмія *Бог ведае, хто што робіць і хто як абедае* цікавая спалучэннем высокага (*усёведанне Бога*) і нізкага, бытавога (*абед*). Бог цікавіцца не толькі грахамі, але і звычайнымі штодзённымі дзеяннямі. Абед — гэта не проста прыём ежы, але і сімвал таго, як чалавек жыве: багата ці бедна, шчодра ці прагна, у згодзе з сям'ёй ці самотна. Праз гэтую парэмію праходзіць думка, што Бог ведае пра чалавека ўсё: і пра ягоныя вялікія справы, і пра тое, як ён сёння паабедаў. Гэта робіць Бога не далёкай, адцягненай істотай, а блізкім назіральнікам штодзённасці. Негатыўнае параўнанне Бога з цялём у прыказцы *Бог не цяля, бачыць (пазнае) круцяля* праз антытэзу вобразаў (цяля ў народнай свядомасці — істота неразумная, наіўная, якая лёгка паддаецца падману) акцэнтуе ўсемагутнасць Бога і непазбежнасць пакарання.

2) Фаталізм. Гэта сема перадае перакананасць у тым, што жыццё чалавека, яго поспехі і няўдачы, нават самыя дробныя падзеі знаходзяцца пад уладай Бога. Чалавек не з'яўляецца абсалютным гаспадаром свайго лёсу. Важна адзначыць: беларускі фаталізм у гэтых парэміях не з'яўляецца песімістычным. Ён хутчэй канстатуе, што *Бог* кіруе светам, а чалавеку застаецца прыняць гэта і жыць у згодзе з боскай воляй. Такое прызнанне дае псіхалагічны спакой: калі няўдача здарылася —

значыць, так было трэба, значыць, *Бог* ведаў, што робіць. Парэмія *Усе (мы) пад Богам ходзім*, па-першае, тлумачыць, што перад *Богам* роўныя ўсе — багаты і бедны, пан і мужык. Па-другое, яна выказвае пакорлівасць: мы не над *Богам*, не побач, а менавіта пад Ім, гэта значыць, у ягонай уладзе. Па-трэцяе, яна звязана з папярэдней семай: *хадзіць пад Богам* — значыць памятаць, што Ён усё бачыць. Прыказкі *Без Бога не да парога* і *Сам Бог загадаў* — выяўляюць пакорлівасць лёсу і прызнанне боскага панавання над усімі сферамі жыцця.

3) Апека Бога. *Бог* паўстае як абаронца і заступнік. Ён не пакідае чалавека без апоры, але важна падкрэсліць, што ягоная апека распаўсюджваецца на тых, хто сам жыве асцярожна, сумленна, або на тых, хто найбольш мае патрэбу — слабых, пакінутых, напрыклад: *Беражонага і Бог беражэ*; *Як за богам; Як у божым вушку; Як у бога за плячыма; Над сіротаю — Бог з калітою; Як у бога за печчу*. Прыказка *Пярвей Бог стварыў пальцы, як відэльцы* вылучаецца на фоне астатніх. Яна сведчыць пра тое, што *Бог* прадугледзеў усё неабходнае яшчэ да таго, як чалавек пачаў нешта вынаходзіць.

4) Зварот, просьба і заклік да Бога. Парэміі, якія ўжываюцца як малітвы, праклёны або пажаданні: *Отчэ наш, хлеба нямаш, іжэ есі, ідзі, прынясі*; *Напрамілы бог прасіць; Жывым богам прасіць*; *Каб вашы (твае) словы (слоўцы) ды богу ў вушы (вушкі)*. *Бог* успрымаецца як блізкі суразмоўца, да якога можна звяртацца ў штодзённых справах. Было выяўлена адносна многа беларускіх парэмій, якія маюць слова *даць* у саёй будове: *Бог даў, бог і ўзяў*; *Дай Бог ногі*; *Дай Божа нашаму цяляці ваўка (воўка) спаймаці (з'есці)*; *Дай Бог(божа) чутак бачыць*; *Дай, божа, усё ўмець, ды не ўсё рабіць*; *Дасць Бог дзень, дасць і поўдзень*; *Даў Бог цяля, ды не даў хлява*; *Даў Бог дзеці, ды няма дзе іх дзеці*; *Хто рана ўстае, таму (і) Бог дае*; *Не дай бог свінні рог*; *Дай бог дурню хлеба, ды той не ўмеў спажыць як трэба*; *Што бог ні даў, усё ў торбу*. Асобную групу складаюць прыказкі і прымаўкі пра Бога з кампанетнам *хай*: *Хай бог не дае; Хай бог сцеражэ*; *Хай бог абносіць (бароніць)*.

5) Бог — суддзя і ўвасабленне справядлівасці і ягоная кара. У прыказках *Бог ім суддзя*; *Як Бог дапусціць, то й святыя не абароняць*; *Калі Бог захоча пакараць (чалавека), то адбірае (адбярэ) у яго розум*; *На каго Бог, на таго і людзі Бог* выступае як вышэйшая інстанцыя, якая аднаўляе справядлівасць. Ён абавязкова ўзнагароджвае дабром і карае за зло, хоць не заўсёды адразу.

6) Несправядлівасць Бога. Сема супярэчыць папярэдняй, паказваючы неадназначнасць народнага светапогляду: *Бог не роўна дзеліць: ён дае порткі менавіта таму, у каго яны будуць падаць з мізэрнага заду*; *Бог не роўна дзеліць*; *Бог не гуляе, шмат палатна мае ды багатым торбы нагатаўляе*.

7) Бог – узор цярпялівасці і стойкасці. *Бог* з'яўляецца прыкладам цярпення, якому павінен вучыцца чалавек: *Бог цярпеў і нам вялеў*.

8) Успамін у бядзе. Людзі звяртаюцца да *Бога* толькі ва ўмовах катастрофы або небяспекі. Так, парэмія *Не прыйдзе трывога — не ўспомніш і Бога* іранічна паказвае на павярхоўную рэлігійнасць народа.

У англійскім парэміялагічным полі хрысціянскі макраканцэпт рэлігія набывае іншую канфігурацыю, што адлюстроўвае ўплыў пратэстанцкай этыкі, асабліва пурытанскай традыцыі. Мікраканцэпт ***God / the Lord / the One*** у англійскім парэміялагічным полі, насуперак беларускай традыцыі, не займае абсалютна цэнтральнага месца, праяўляючыся праз іншыя семантычныя аспекты. Семантычнае поле мікраканцэпта *God* таксама з'яўляецца дынамічным і падзяляецца на сукупнасць наступных сем:

1) Бог як абстрактная, але няўхільная сіла справядлівасці. *Бог* не спяшаецца, але абавязкова прыводзіць кожны ўчынак да выніку. Найбольш вядомая метафара — боскі млын, які меле павольна, але дакладна. Прыклады *God's mill grinds slow, but sure* і *The mills of God grind slowly but they grind exceedingly small* паказваюць, што млын працуе няспынна. У прыказках *God stays long but strikes at last* і *God comes with leaden feet but strikes with iron han* — адлюстравана боская цярпімасць і сіла. *Свінцовыя ногі* азначаюць няспынную сілу, а *жалезныя рукі* — разбуральную сілу ўдару. Асабліва важна, што *Бог* дзейнічае без эмоцый: *God complains not, but does what is fitting. God strikes not with both hands; God comes at last when we think he is furthest off it; God is at the end when we think he is farthest off it.* У гэтых парэміях *Бог* паўстае як увасабленне абавязковага і дакладнага прынясення ўсякага дзеяння да яго лагічнага выніку (пакарання або ўзнагароды), падкрэсліваючы незалежнасць боскага прамыслу ад чалавечых імкненняў.

2) Фаталізм. Прыказкі *God wills; When God wills, all winds bring rain* і *What God will, no frost can kill* выяўляюць абсалютную залежнасць усіх з'яў і падзей ад боскай волі. У парэміях *Man proposes, God disposes* і *Man doth what he can, and God what He will* падкрэсліваюцца межы чалавечых магчымасцей. Яны перадаюць спакойнае прыняцце таго, што не ўсё залежыць ад чалавека. Разам з тым, яны заахвочваюць да актыўнага дзеяння, а не пасіўнага чакання.

3) Бог як стрыманы апякун і вымяральнік цяжкасцей. Шэраг англійскіх парэмій паказвае, што *Бог* не ўмешваецца актыўна, але рэгулюе меру пакут. Ён не здымае выпрабаванні, але і не дае больш, чым чалавек можа вынесці. Прыказка *God sends cold after clothes* тлумачыць, што спачатку чалавек здабывае адзежу, а потым прыходзіць холад. *Бог* не дае цяпла перш, чым ёсць чым сагрэцца. *God tempers the wind to the shorn lamb* — адна з самых вядомых англійскіх парэмій. *Астрыжанае ягня* — слабае, бездапаможная істота. *Бог* не спыняе вецер, але змягчае яго. У парэміях *God hath often a great share in a little house; God defend me from my friends; God save me from my friends; God defend me from the still water, and I'll keep myself from the rough; God never sends mouths but he sends meat;· God reacheth us good things with our own hands; Lord is my shepherd; God hath done his part;· God is in the ambry; God is where he was; God helps, where nought harms; God never measures men by inches; The charitable give out at the door, and God puts in at the window; Get thy spindle and thy distaff ready, and God will send thee flax Бог* прадстаўлены не столькі як актыўны выратавальнік, колькі як стрыманы рэгулятар, які дазваляе толькі тую меру выпрабаванняў, якую можна вытрымаць. Гэта падкрэслівае прагматызм і асцярожны фаталізм англійскай карціны свету.

4) Бог на баку моцных. У адрозненне ад беларускіх парэмій, дзе *Бог* часта на баку пакрыўджанага, тут знаходзім ідэю, што перавага аддаецца фактычнай сіле: *God is always on the side of the strongest battalions; God is for the big battalions; God helps the rich, the poor can beg.*

5) Бог у сацыяльна-палітычным кантэксце. Парэмія *God save the king (the queen)* выражае лаяльнасць да ўлады. Бог становіцца часткай грамадскага ладу, а не толькі аб'ектам веры.

6) Дуалізм Бога і д'ябла. Свет успрымаецца як арэна барацьбы дабра і зла, дзе д'ябл паўстае як, той, хто імкнецца сапсаваць або знішчыць тое, што стварыў *Бог*. Так, у парэміі *God sends meat and the devil sends cooks Бог* дае ежу, а д'ябл падсылае дрэнных кухараў. Прыказкі *Where God hath His church the*

devil will have his chapel; God hath few friends, the devil hath many; God sends corn and the devil mars the sack адлюстроўваюць успрыманне свету як арэну барацьбы дабра і зла, дзе д'ябал заўсёды спрабуе сапсаваць тое, што стварыў *Бог*.

7) Чалавечая адказнасць пры боскай падтрымцы. Парэміі *Trust in God, and keep your powder dry; Carefully spend, and God will send; God in thy calling, Serve, it is better than praying; He loseth nothing who keeps God for his friend; God made the country, and man made the town* падкрэсліваюць, што *Бог* дапамагае, але чалавек не павінен спадзявацца толькі на цуд. Патрабуецца ўласная дзейнасць, ашчаднасць і асцярожнасць. Напрыклад, парэмія *Use the means, and God will give the blessing* вучыць, што спачатку трэба выкарыстаць усе наяўныя сродкі, і толькі потым *Бог* дашле благаслаўленне. А парэмія *God is better pleased with adverbs than with nouns* сцвярджае, што *Бог* больш цэніць дзеянні, чым абяцанні.

8) Парадоксы і іронія пра Бога. Парэміі гэтай групы выяўляюць крытычны, іранічны або парадаксальны погляд на боскі парадак: *God healeth, and the physician hath the thanks; God kills, that which, is better than that killed by man; God sends fortune to fools; God sends good luck and God sends bad; God deprives him of bread who likes not his drink; God than gold, better; God make you an honester man than your father*. Прыказка *The nearer the church the farther from God* сведчыць, што знешняя набожнасць не гарантуе блізкасці да *Бога*.

Праведзенае даследаванне мікраканцэпту *Бог* у структуры парэміялагічнага поля *рэлігія* на матэрыяле беларускай і англійскай моў дазваляе сфармуляваць наступныя высновы. Параўнанне семантычных структур паказала, што агульнымі для абедзвюх лінгвакультур з'яўляюцца семы справядлівасці і кары, апекі, фаталізму, а таксама звароту і просьбы да *Бога*. Галоўнае адрозненне палягае ў ступені персаналізацыі боскага пачатку. У беларускім светапоглядзе *Бог* успрымаецца як блізкая асоба, да якой звяртаюцца з канкрэтнымі бытавымі просьбамі і якую могуць папракнуць за несправядлівасць. У англійскай лінгвакультуры *Бог*, наадварот, успрымаецца як дыстанцыяваны маральны закон, няўхільны суддзя і рэгулятар, які непазбежна прыводзіць кожны ўчынак да яго выніку. Адметна, што ў англійскай мове прысутнічае сема *Бога* на баку моцных, якая адсутнічае ў беларускім матэрыяле. Выяўленыя адрозненні пацвярджаюць, што парэміялагічны фонд кожнай мовы з'яўляецца ўнікальным сховішчам нацыянальнага светапогляду і светаадчування.

ЛІТАРАТУРА

1. Фальклор у запісах Яна Чачота і братоў Тышкевічаў / НАН Беларусі, Ін-т мастацтвазнаўства, этнаграфіі і фальклору імя К. Крапівы; уклад., сістэматызацыя тэкстаў і камент. В. І. Скідана, А. М. Хрушчова; уступ. арт. Т. В. Валюдзіна; навук. рэд. А. С. Ліс. – 2-е выд. – Мінск: Беларуская навука, 2005. – 330 с.
2. Шкраба, І. Крынічнае слова / І. Шкраба, Р. Шкраба // Бел. пр і пр. – Мінск: Мастацкая літаратура, 1987. – 285 с.
3. Модестов, В. С. Английские пословицы и поговорки и их русские соответствия / В. С. Модестов. – М.: Русский язык – Медиа, 2003. – 467 с.

В. А. ЛІПНІЦКАЯ
Навуковы кіраўнік:
А. В. Семянькевіч, дацэнт кафедры беларускай філалогіі і замежнай літаратуры к.ф.н., дацэнт.

БЕЛАРУСКАЯ МОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТЫНГАВАЙ СТРАТЭГІІ КАМПАНІІ «ІЎ РАШЭ» Ў БЕЛАРУСІ

Анатацыя: у артыкуле разглядаецца выкарыстанне беларускай мовы як маркетынгавага інструмента ў digital-камунікацыях кампаніі «Іў Рашэ». На аснове кантэнт-аналізу 85 публікацый у Instagram і 25 паведамленняў у Viber выяўлены стылістычныя асаблівасці беларускамоўнага кантэнту, вызначаны функцыі мовы ў фарміраванні іміджу брэнда, а таксама абазначаны перавагі і рызыкі дадзенай стратэгіі.
Ключавыя словы: лінгвамаркетынг; беларуская мова; лакалізацыя брэнда; маркетынгавыя камунікацыі; кантэнт-аналіз; «Іў Рашэ».

КАЛІ некалькі гадоў таму пытанне аб выкарыстанні беларускай мовы ў рэкламе ўспрымалася хутчэй як нешта экзатычнае, то сёння сітуацыя прыкметна змянілася. Усё больш кампаній – і айчынных, і міжнародных – пачынаюць звяртацца да беларускай мовы як да свядомага маркетынгавага выбару. Адным з найбольш паслядоўных прыкладаў такога падыходу з'яўляецца кампанія «Іў Рашэ», якая працуе на беларускім рынку ўжо больш за 30 гадоў і адной з першых сярод мас-маркет брэндаў пачала актыўна весці камунікацыю на беларускай мове ў лічбавым асяроддзі.

Актуальнасць дадзенага даследавання абумоўлена адразу некалькімі фактарамі. Па-першае, ва ўмовах глабалізацыі спажыўцы ўсё часцей аддаюць перавагу брэндам, якія праяўляюць павагу да нацыянальнай культуры і мовы. Па-другое, нягледзячы на рост цікавасці да тэмы, комплексных навуковых прац, прысвечаных эфектыўнасці выкарыстання беларускай мовы ў маркетынгу буйных міжнародных кампаній, па-ранейшаму вельмі мала.

Мэта даследавання – выявіць спецыфіку і ацаніць эфектыўнасць выкарыстання беларускай мовы як маркетынгавага інструмента ў digital-камунікацыях кампаніі «Іў Рашэ» на прыкладзе кантэнту ў Instagram і Viber.

Аб'ектам даследавання выступае маркетынгавая камунікацыя кампаніі «Іў Рашэ» ў інтэрнэт-прасторы Рэспублікі Беларусь (Instagram, Viber). Прадметам даследвання – выкарыстанне беларускай мовы як інструмента лінгвамаркетынгу ў публікацыях дадзеных платформ.

У якасці метадаў даследавання прымяняліся: тэарэтычны аналіз навуковай літаратуры па лінгвамаркетынгу і міжкультурнай камунікацыі; кантэнт-аналіз публікацый; метад апісання і інтэрпрэтацыі моўных асаблівасцей. Інфармацыйную базу склалі афіцыйны Instagram-акаўнт «Іў Рашэ Беларусь» (@yves_rocher_belarus) і Viber-канал кампаніі за перыяд снежань 2025 – красавік 2026 г. Агульны аб'ём прааналізаванага матэрыялу – 85 пастоў у Instagram і 25 паведамленняў у Viber.

Што такое лінгвамаркетынг і навошта ён наогул патрэбны? На першы погляд, адказ здаецца відавочным: гэта проста прыгожа напісаныя рэкламныя тэксты. Але насамрэч усё складаней і цікавей. Лінгвамаркетынг – гэта навуковы напрамак, які даследуе лінгвістычнае суправаджэнне маркетынгавых камунікацый, арыентаваных на стварэнне эфектыўнага вербальнага рэкламнага вобраза з дапамогай моўных сродкаў і прыёмаў, а таксама тэкставых адзінак – камерцыйных найменняў, слоганаў,

загалоўкаў і інш. [1, с. 17].

У даследаванні асаблівая ўвага надаецца функцыям мовы ў маркетынгавых камунікацыях. Эмацыйная функцыя дапамагае выклікаць у спажыўцоў эмоцыі, такія як давер або настальгія. Фатычная функцыя ўсталёўвае кантакт з аўдыторыяй праз жывыя зносіны. Кагнітыўная функцыя фарміруе імідж кампаніі, паказваючы яе каштоўнасці. Акумулятыўная функцыя замацоўвае ўстойлівыя асацыяцыі з брэндам шляхам рэгулярнага выкарыстання пэўных моўных сродкаў.

Выходзячы на замежныя рынкі, міжнародныя кампаніі сутыкаюцца з пытаннем: адаптавацца да мясцовай культуры ці захоўваць адзіны глабальны стыль? У тэорыі міжнароднага маркетынгу гэта супрацьстаянне апісваецца як выбар паміж лакалізацыяй і стандартызацыяй.

Лакалізацыя – гэта працэс адаптацыі прадукту ці тэксту да канкрэтнага моўнага і культурнага асяроддзя з мэтай зрабіць яго больш даступным і зразумелым для мясцовых карыстальнікаў. Яна ўключае не толькі пераклад тэксту, але і адаптацыю фармату, візуальнага шэрагу, валюты, культурных рэферэнцый і іншых элементаў [2, с. 137]. Стандартызацыя, наадварот, забяспечвае аднароднае паведамленне і ўзгоднены кантэнт на ўсіх рынках, што асабліва важна для падтрымання цэласнасці глабальнага брэнда [3, с. 43]. Выбар паміж гэтымі стратэгіямі залежыць ад тыпу бізнесу, памеру кампаніі і яе мэт.

Выкарыстанне нацыянальнай мовы – эфектыўны спосаб лакалізацыі. Людзі бачаць у роднай мове павагу да сваёй культуры, што дапамагае брэнду выклікаць давер. Але ёсць і мінусы: тыя, хто не разумее мовы, могуць адчуць сябе стороннімі. А ў напружаныя часы нацыянальная мова можа здавацца палітычным жэстам, што адштурхоўвае некаторых спажыўцоў, якія проста патрэбна зручная камунікацыя.

Сітуацыя з беларускай мовай у маркетынгу неадназначная. З аднаго боку, беларускамоўная рэклама пачынае атрымліваць прызнанне: напрыклад, фестываль ADNAK! мэтанакіравана заахвочвае выкарыстанне беларускай мовы і беларускаарыентаваных прадуктаў. З іншага – шэраг буйных вытворцаў, у тым ліку ААТ «Савушкін прадукт», лічыць размяшчэнне інфармацыі на дзвюх мовах эканамічна немэтазгодным. Гэтую пазіцыю крытыкуюць грамадскія арганізацыі і блогеры, прыводзячы прыклады, калі беларускамоўная ўпакоўка абыходзілася не даражэй, а то і танней [4, с. 238].

Падчас аналізу 85 публікацый у Instagram-акаўнце «Іў Рашэ Беларусь» было ўстаноўлена, што пераважная большасць кантэнту – 71 пост, або 83,5% –ствараецца на беларускай мове. Толькі 14 публікацый (16,5%) апублікаваныя на рускай мове. Пры гэтым рускамоўныя пасты ва ўсіх выпадках уяўляюць сабой рэкламныя інтэграцыі з іншымі кампаніямі або блогерамі, якія самі вядуць акаўнты на рускай мове. Беларуская ж мова выкарыстоўваецца на рэгулярнай аснове і ахоплівае самыя розныя тэматыкі: прэзентацыю прадуктаў, віншаванні з міжнароднымі святамі, напрыклад *Міжнародны жаночы дзень, Дзень усіх закаханых, Дзень лесу*, а таксама эстэтычны і забаўляльны кантэнт.

Стылістычна беларускамоўныя публікацыі вылучаюцца адмысловым слоўнікам. Тут актыўна ўжываецца лексіка з семантыкай натуральнасці і камфорту. Гэта не выпадковы набор словаў – за ім стаіць прадуманая метафарычная мадэль, якую можна вызначыць як «прырода = клопат». Прыродныя вобразы паслядоўна пераносяцца на эмацыйны стан спажыўца (мал. 1.).

21 сакавіка - Дзень лесу!
Запрашаем вас на віртуальную прагулку па маляўнічым Батанічным садзе ў Ля Гасіі.
Дазвольце сабе акунуцца ў атмасферу спакою і гармоніі з прыродай.

Кожны дзень мы клапоцімся аб нашай планеце і аб вас. Акунуцца ў гукі прыроды і знайдзіце свой аазіс прымірэння. 💚

Запрашаем вас атрымаць асалоду ад вясновага настрою ў абноўленых крамах Іў Рашэ, кожная вітрына напоўнена яркімі кветкамі і свежымі ідэямі!

yves_rocher_belarus Уявіце сабе: марознае паветра, іскрыстыя сняжынкі і водар, які абдымае вас, як цёплы плед.

Мы сабралі для вас самыя цудоўныя зімовыя кампазіцыі, якія падораць вам настрой свята і радасці.

Мал. 1. Прыклады лексікі з семантыкай “натуральнасці”

Выкарыстанне метафар, параўнанняў, эпітэтаў стварае ў аўдыторыі адчуванне, што брэнд не проста прадае касметыку, а дорыць эмацыйны камфорт і эстэтычнае задавальненне. Такі падыход арганічна ўпісваецца ў агульную эстэтыку «Іў Рашэ», які пазіцыянуе сябе як нешта роднае, натуральнае і лёгкае (мал. 2.).

yves_rocher_belarus Памятаеце, як у дзяцінстве вы з заміраннем сэрца развешвалі навагоднія цацкі, захапляючыся іх яркімі калярамі і бляскам?🌟🎄

Гэтыя імгненні радасці і чакання цудаў мы перанеслі ў нашы новыя прадукты. Кожны слоічак - гэта як любімая цацка на ёлцы, якая дорыць цяпло і клопат.

🕰️🎄Пакуль рыхтуецеся да сустрэчы Новага года, дазвольце сабе крыху чараўніцтва - адчуйце клопат і пяшчоту на сваёй скуры. 🌟

yves_rocher_belarus Yves Rocher - гэта не проста касметыка, гэта філасофія жыцця, натхнёная прыродай і французскім шыкам. Кожны прадукт брэнда створаны, каб падкрэсліць вашу натуральную прыгажосць і падарыць моманты сапраўднага задавальнення.

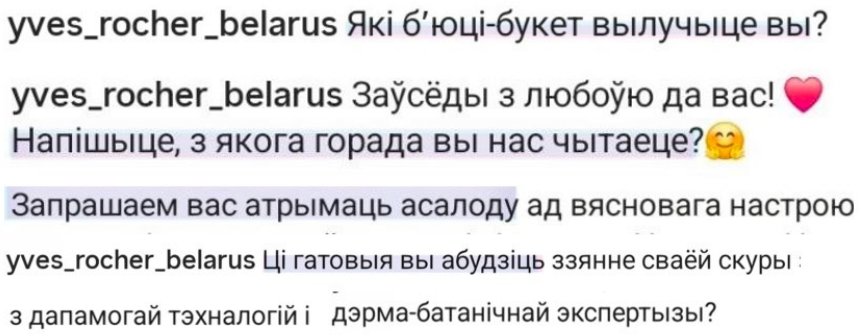
yves_rocher_belarus Збіраю касметычку у халодную зімовую пару і выбіраю свае любімыя б'юці-сродкі, якія зробяць суровы студзень крыху цяплей.

Рытуал догляду за сабой дапамагае асвяжыць паўсядзённае жыццё і дадаць яркіх фарбаў у шэрыя дні.

Мал. 2. Моўныя сродкі рэпрэзентацыі сувязі з прыродай

Асобнай увагі заслугоўвае сінтаксічная арганізацыя тэкстаў. Беларускамоўныя пасты будуюцца пераважна з кароткіх, ёмістых сказаў: *увага да дэталяў – імкненне да ідэалу*; *кожны дзень – новы сюрпрыз*; *вясна ў паветры ад Іў Рашэ*. Падобная структурная сціслась не толькі ўтрымлівае ўвагу аўдыторыі, але і выконвае адаптыўную функцыю: згодна з данымі перапісу насельніцтва, каля 16,3% жыхароў Беларусі складаюць прадстаўнікі іншых нацыянальнасцей, для якіх беларуская мова не з'яўляецца роднай [5]. Кароткія фразы патрабуюць меншых кагнітыўных намаганняў пры ўспрыманні, што зніжае моўны бар'ер для гэтай часткі аўдыторыі.

Для падтрымання зацікаўленасці аўтары актыўна выкарыстоўваюць рытарычныя пытанні, звароты на «вы» і заклікі да ўзаемадзеяння. Усё гэта стварае эфект персаналізаванай увагі і імітуе фармат сяброўскай размовы. Характэрна, што беларускамоўныя пасты адрозніваюцца высокай доляй клічных і загадных сказаў, тады як рускамоўныя публікацыі схіляюцца да нейтральнага апавядальнага тону (мал.3.).



Мал. 3. Сінтаксічныя сродкі

Дадзеныя апытанняў пацвярджаюць, што падобная стратэгія працуе: 53,5% рэспандэнтаў адчуваюць павагу да кампаній, якія ствараюць рэкламу на беларускай мове з выкарыстаннем нацыянальнай сімволікі, а больш за 16% адзначылі, што такая рэклама прыцягвае іх увагу. Негатыўна да яе ставяцца толькі 6,9% апытаных [4. с. 237].

У Viber-канале кампаніі сітуацыя крыху іншая. Усе 25 паведамленняў там на беларускай мове, але стыль адрозніваецца ад Instagram. У Viber яны кароткія і інфармацыйныя, без яркіх мастацкіх выразаў, пытанняў ці эмоцый. Асноўныя тэмы – прэзентацыя прадуктаў, навіны аб акцыях і віншаванні са святамі. Тон прыязны, але галоўнае – хутка перадаць важную інфармацыю. Такі стыль тлумачыцца асаблівасцямі платформы: Instagram больш пра эмоцыі і візуальнае, а Viber – пра навіны. Тым не менш, выкарыстанне беларускай мовы ў абодвух каналах паказвае, што кампанія прытрымліваецца адзінай моўнай стратэгіі.

Аналіз вылучыў чатыры ключавыя функцыі беларускай мовы ў камунікацыі "Іў Рашэ". Эмацыйная – выклікае пачуццё культурнай блізкасці, настальгіі і "свойскасці" праз цёплую лексіку. Фатычная – стварае даверлівыя паважлівыя зносіны праз звароты на "вы" і сяброўскі тон. Кагнітыўная – фармуе вобраз брэнду, паказвае павагу да культуры аўдыторыі: мова выкарыстоўваецца не толькі ў святы, але і ў паўсядзённых пастах. Акумулятыўная – назапашвае іміджавы капітал, замацоўваючы асацыяцыю, што "Іў Рашэ" гаворыць з Беларуссю на адной мове, і гэта стварае доўгатэрміновую лаяльнасць

Выкарыстанне беларускай мовы ў камунікацыі «Іў Рашэ» дае шэраг пераваг. Гэта ўмацоўвае рэпутацыю сацыяльна адказнага брэнда (53,5% рэспандэнтаў паважаюць такія брэнды), павялічвае лаяльнасць нацыянальна-арыентаванай аўдыторыі і стварае ўнікальны паэтычны голас, які складана скапіяваць. Аднак ёсць і рызыкі. Першая – магчымае адчужэнне рускамоўнай аўдыторыі. Каля 16,3% жыхароў належаць да іншых нацыянальнасцей, таксама частка беларусаў не размаўляе па-беларуску [5]. Брэнд зніжае гэтую рызыку, захоўваючы 16,5% рускамоўных пастоў. Другая рызыка – палітызацыя, але кампанія выкарыстоўвае мову толькі ў апалітычных кантэкстах (прырода, святы, прыгажосць). Трэцяя – якасць перакладу: грубых памылак не выяўлена. Акрамя таго, аналіз візуальнага суправаджэння паказаў, што беларускамоўныя пасты не заўсёды маюць выразную візуальную сувязь з нацыянальнай культурай. Выкарыстанне элементаў беларускага арнаменту, прыродных матываў, характэрных для Беларусі. напрыклад *васількі, ліпа, збажына*, а таксама спецыяльнага візуальнага афармлення да беларускіх свят, як *Купалле, Дзяды,*

узмацніла б узаемадзеянне вербальнага і невербальнага кампанентаў і зрабіла б камунікацыю яшчэ больш цэласнай.

Аналіз 85 публікацый у Instagram і 25 паведамленняў у Viber паказаў, што на беларускай мове публікуецца адпаведна 83,5% і 100% кантэнту. У Instagram беларускамоўныя публікацыі звычайна выкарыстоўваюць лексіку, звязаную з прыродай і камфортам, шмат метафар, кароткія фразы і элементы дыялогу. У Viber паведамленні больш стрыманыя і інфарматыўныя, што тлумачыцца фарматам гэтай платформы.

Такім чынам, у стратэгіі «Іў Рашэ» беларуская мова дапамагае ствараць культурную блізкасць, усталяваць кантакт з пакупнікамі, стварыць вобраз лакальнага брэнда і паступова ўмацоўваць рэпутацыю. Досвед кампаніі паказвае, што арганічнае выкарыстанне нацыянальнай мовы дапамагае будаваць эмацыйную сувязь з кліентамі, умацоўваць лакальную ідэнтычнасць і павышаць іх лаяльнасць. Гэтыя высновы могуць быць карыснымі і для іншых міжнародных кампаній, якія працуюць у Беларусі і разважаюць над моўнай адаптацыяй.

ЛІТАРАТУРА

1. Скнарев, Д. С. Лингвомаркетинг, монография / Д. С. Скнарев. – М.: «Русский язык». Курсы, 2023. – 200 с.
2. Батчаева, А. М. Понятие локализации и чем она отличается от перевода / Батчаева, А. М // Международный научный журнал «Вестник науки». – Тольятти, 2023. – №9 (66) Том 2. – с. 137–139.
3. Паневчик, В. В. Стандартизация в маркетинге / Самойлов, М. В., Какошко Е. И., Паневчик, В. В. // Научно-практический журнал «Наука и инновации» – 2012. – №9 (115) – с. 42–44.
4. Фукова, И. А. Использование белорусского языка в маркетинге / И. А. Фукова, Л. Л. Соловьева // Стратегия и тактика развития производственно-хозяйственных систем : сб. науч. тр., к 20-летию гуманитарно-экономического факультета / М-во образования Респ. Беларусь [и др.] ; под ред. В. В. Кириенко. – Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2017. – С. 236-239.
5. Перепись населения Республики Беларусь [Электронный ресурс] //Информационный портал «Беларусь сегодня». – Минск, 2010. – Режим доступа: https://belarus21.by/Articles/1458134839. – Дата доступа: 18.04.2026.

Р. Ю. МАКАРЦАЎ
Навуковы кіраўнік:
А. В. Семянькевіч, дацэнт кафедры беларускай філалогіі і замежнай літаратуры к.ф.н., дацэнт.

КАНЦЭПТ *ЗДАРОЎЕ* Ў СУВЯЗІ З ДУХОЎНЫМ І ПСІХІЧНЫМ СТАНАМ У БЕЛАРУСКАЙ І АНГЛІЙСКАЙ ПАРЭМІЯЛОГІІ

Анатацыя: у артыкуле разглядаецца рэпрэзентацыя канцэпту *здароўе* ў сувязі з духоўным і псіхічным станам чалавека на матэрыяле беларускіх і англійскіх прыказак і прымавак. Выяўляюцца агульныя і нацыянальна-спецыфічныя рысы ўспрымання здароўя як адзінства фізічнага, душэўнага і сацыяльнага дабрабыту. Асаблівая ўвага надаецца аналізу парэмій, якія фіксуюць сувязь паміж хваробай і душэўным станам, паводзінамі, працавітасцю, адносінамі да іншых людзей.
Ключавыя словы: канцэпт; здароўе; духоўны стан; псіхічны стан; беларуская парэміялогія; англійская парэміялогія; парэмія; канцэптуальная прымета.

ЗДАРОЎЕ заўсёды ўспрымалася як адна з найвышэйшых каштоўнасцей чалавечага жыцця. У народнай свядомасці яно не абмяжоўваецца толькі адсутнасцю хваробы, але цесна пераплятаецца з духоўным і псіхічным станам асобы. Найбольш трапна гэтыя сувязі адлюстраваны ў прыказках і прымаўках – парэміялагічных адзінках, якія канцэнтруюць калектыўны вопыт і сістэму каштоўнасцей народа. Мэта даследавання – выявіць і параўнаць асаблівасці канцэпту *здароўе* ў яго суадносінах з душэўнымі перажываннямі, маральным станам, паводзінамі і адносінамі да іншых у беларускай і англійскай парэміялогіі. Даследаванне выканана на матэрыяле 170 парэмій, выбраных з парэміялагічных слоўнікаў метадам суцэльнай выбаркі.

У беларускай парэміялагічнай традыцыі сувязь здароўя з духоўным станам фіксуецца вельмі выразна. Пацвярджэннем таму служыць прыказка *Як на душы, так і на целе* [3, с. 135], якая прама паказвае на ўзаемаабумоўленасць псіхічнага і фізічнага. У парэміі *Не косці душу хароняць, а душа косці беражэ* [3, с. 32] акцэнтуецца перавага душэўнага пачатку ў захаванні цела. Турботы і перажыванні разбураюць чалавека: *Турботы чалавека сушаць* [3, с. 60]. Хвароба ўспрымаецца не толькі як фізічнае пакутаванне, але і як прычына адчужэння, страты радасці: *Хвораму нічога не міла* [4, с. 121]; *Хвораму і мёд горкі* [3, с. 87]. Разам з тым, беларусы з недаверам ставяцца да знешніх праяў такога стану чалавека, калі ён не можа (не хоча) працаваць, але не мае знешніх, аб'ектыўных паказчыкаў нямогласці, напрыклад: *Не столькі хварэе, колькі дурэе* [3, с. 88], *У яго мігрэнь: есці ахвота, а працаваць лень* [3, с. 112]. Такім чынам, беларускія прыказкі фіксуюць ідэю аб тым, што духоўнае здароўе (маральнасць, працавітасць, аптымізм) з'яўляецца падмуркам фізічнага дабрабыту.

У англійскай парэміялогіі гэтая сувязь прадстаўлена інакш, больш рацыяналістычна. Класічная прыказка *A sound mind in a sound body* ('У здаровым целе – здаровы дух') [1, с. 18] сцвярджае ідэал гармоніі, але часам з адваротным акцэнтам: фізічнае здароўе стварае перадумовы для яснага розуму. Аднак у англійскай традыцыі менш увагі надаецца душэўным пакутам як самастойнай прычыне хваробы. На першы план выходзіць прагматыка: правільны рэжым працы і адпачынку, гігіена, харчаванне. Прыказка *Early to bed and early to rise, makes a man healthy, wealthy, and wise* [1, с. 20] ('Рана класціся і рана ўставаць робіць чалавека здаровым, багатым і мудрым') акцэнтуе дысцыпліну, а не глыбінныя псіхасаматычныя сувязі. Разам з тым, англійская парэмія *Health is not valued till sickness comes* [1, с. 28] ('Здароўе не

цэняць, пакуль не прыйдзе хвароба') перадае псіхалагічны эфект недаацэнкі здароўя, што ўжо бліжэй да духоўна-асобаснага вымярэння.

Асобна варта звярнуць увагу на тое, як беларускія парэміі адлюстроўваюць уплыў душэўнага стану на сацыяльныя адносіны хворага чалавека. Прыказка *Хворы – сабе гора, сваякам – удвая* [3, с. 86] паказвае, што пакуты аднаго чалавека цягнуць за сабой пакуты блізкіх, што сведчыць пра калектывісцкі характар беларускай свядомасці. Яшчэ больш красамоўныя парэміі *Брат любіць сястру багатую, а мужык жонку здаровую*; *Чужая болька – людзям смех* [3, с. 8], у якіх фіксуецца не толькі каштоўнасць здароўя для сямейнага шчасця, але і асуджэнне чэрствасці, адсутнасці спагады да чужой бяды. У англійскай жа парэміялогіі падобныя сацыяльна-псіхалагічныя наратывы прадстаўлены слабей, пераважае індывідуалістычная рыторыка адказнасці за ўласнае здароўе [2, с. 54–57].

Цікава, што беларускія прыказкі фіксуюць і адваротны бок – сімуляцыю хваробы з-за духоўнай ляноты ці нежадання несці абавязкі. Акрамя ўжо названых прыкладаў, варта прывесці парэмію *Пальчык ды галоўка – школьная адмоўка* [3, с. 66], якая іранізуе над навучэнцамі, што выкарыстоўваюць недамаганні як нагоду ўхіліцца ад заняткаў. Сустракаецца і больш жорсткая ацэнка: *Не хвор, калі есці просе»* [3, с. 50], калі чалавек здольны ёсці, то ён не хворы настолькі, каб вызваляцца ад працы. Гэтыя парэміі сведчаць, што ў беларускай традыцыі працавітасць разглядаецца як неад'емная частка духоўнага здароўя, а спробы ўхілення ад працы праз "хваробу" асуджаюцца як амаральныя [5, с. 106–109]. У англійскай парэміялогіі падобны пласт прыказак практычна адсутнічае, што можа тлумачыцца іншым стаўленнем да мяжы паміж асабістай адказнасцю і сацыяльнымі абавязкамі [6, с. 24].

Выяўленыя адрозненні і падабенствы паміж беларускай і англійскай парэміялагічнымі традыцыямі ў рэпрэзентацыі канцэпту *здароўе* ў сувязі з духоўным і псіхічным станам могуць быць сістэматызаваны ў выглядзе параўнальнай табліцы. Ніжэй прадстаўлены асноўныя крытэрыі параўнання, якія ахопліваюць канцэптуальную дамінанту, напрамак сувязі "душа – цела", стаўленне да сімуляцыі хваробы, сувязь з працавітасцю, успрыманне пакут, сацыяльны аспект хваробы, а таксама агульныя рысы традыцый (табліца 1).

Табліца 1. – Канцэпт *здароўе* ў сувязі з духоўным і псіхічным станам у беларускіх і англійскіх парэміях

Крытэрыі параўнання	Беларускія парэміі	Англійскія парэміі
Асноўная канцэптуальная дамінанта	Маральна-этычная ацэнка (што добра, а што дрэнна для здароўя з пункту гледжання духоўнасці)	Псіхалагічная канстатацыя і практычная рэкамендацыя (што трэба рабіць, каб быць здаровым)
Напрамак сувязі "душа – цела"	Прыярытэт духоўнага над фізічным *(Душа косці беражэ)*	Узаемасувязь без відавочнага прыярытэту *(У здаровым целе – здаровы дух)*; часта фізічнае вядзе да духоўнага
Уплыў псіхічнага стану на фізічнае здароўе	*Як на душы, так і на целе; Турботы чалавека сушаць* – прамая залежнасць	*Health is not valued till sickness comes* – праз усведамленне страты каштоўнасці

Стаўленне да сімуляцыі хваробы	Актыўнае асуджэнне, высмейванне (Н*е столькі хварэе, колькі дурэе; Пальчык ды галоўка – школьная адмоўка*)	Практычна адсутнічае; сімуляцыя не разглядаецца як маральная праблема
Сувязь з працавітасцю	Нежаданне працаваць кваліфікуецца як прычына “хваробы” *(У яго мігрэнь: есці ахвота, а працаваць лень)*; праца – лепшы доктар	Праца і здароўе звязаны праз рэжым і дысцыпліну *(Early to bed and early to rise…»)*, але не праз маральнае асуджэнне
Успрыманне хваробы і пакут	Хвароба – страта радасці жыцця, адчужэнне *(Хвораму нічога не міла; хвораму і мёд горкі)*	Хвароба – падстава для пераацэнкі каштоўнасцей, але без акцэнту на пакутах
Сацыяльны аспект хваробы	Моцна акцэнтаваны: (*Здаровы з хворага не спагадае*) – маральны аспект стаўлення да хворага	Слаба прадстаўлены; пераважае індывідуальная адказнасць за сваё здароўе
Агульнае падабенства	Здароўе – найвышэйшая каштоўнасць; існуе сувязь паміж духоўным і фізічным станам	Здароўе – найвышэйшая каштоўнасць; існуе сувязь паміж духоўным і фізічным станам

Параўнанне паказвае, што для беларускай свядомасці больш характэрна ўспрымаць хваробу як вынік душэўнага разладу, тугі, ляноты ці амаральных паводзін. Напрыклад, прыказка *Здаровы з хворага не спагадае* [3, с. 11] сведчыць не толькі пра адсутнасць эмпатыі, але і пра маральны аспект стаўлення да хворага. У англійскай жа парэміялогіі пераважае погляд на здароўе як на рэсурс, які трэба берагчы праз разумныя паводзіны, а не праз унутраны духоўны лад.

Такім чынам, канцэпт *здароўе* ў сувязі з духоўным і псіхічным станам рэпрэзентуецца ў беларускай парэміялогіі як глыбока інтэграваная адзінка, дзе душэўны стан непасрэдна вызначае фізічны, і наадварот. У англійскай жа традыцыі дамінуе рацыянальны, «актыўны» падыход да захавання здароўя праз рэжым і прафілактыку, а сувязь з духоўным выражана слабей. Атрыманыя вынікі могуць быць выкарыстаны пры распрацоўцы курсаў па лінгвакультуралогіі, міжкультурнай камунікацыі і перакладзе парэмій.

ЛІТАРАТУРА

1. Англа-беларускі парэміялагічны слоўнік = English-Belarusian Paremiological Dictionary / пад рэд. Я. Я. Іванова. – Магілёў : МДУ імя А. А. Куляшова, 2009. – 240 с.
2. Іваноў, Я. Я. Афарыстычныя адзінкі ў беларускай мове : манаграфія / Я. Я. Іваноў. – Магілёў : МДУ імя А. А. Куляшова, 2017. – 208 с.
3. Лепешаў, І. Я. Этымалагічны слоўнік прыказак / І. Я. Лепешаў. – Мінск : Выш. шк., 2014. – 141 с.
4. Лепешаў, І. Я. Тлумачальны слоўнік прыказак / І. Я. Лепешаў, М. А. Якалцэвіч. – Гродна : ГрДУ, 2011. – 695 с.
5. Петрушэўская, Ю. А. Аб дыферэнцыяцыі парэміялагічнага фонду беларускай мовы ў сувязі з вызначэннем яго ўніверсальнага і нацыянальнага кампанентаў / Ю. А. Петрушэўская // Славянская фразеология в синхронии и диахронии : сб. науч. ст. / редкол.: В. І. Каваль (адк. рэд.) [і інш.]. – Гомель : ГДУ імя Ф. Скарыны, 2016. – Вып. 3. – С. 106–109.
6. Півавар, К. С. Беларуская ментальнасць у моўнай прасторы мастацкага тэксту : манаграфія / К. С. Півавар. – Віцебск : ВДУ імя П. М. Машэрава, 2015. – 155 с.

П. С. МАРОЗАВА
Навуковы кіраўнік:
М. М. Воінава-Страха, загадчык кафедры беларускай філалогіі і замежнай літаратуры к.ф.н., дацэнт.

АСАБЛІВАСЦІ ПЕРАКЛАДУ ЭМАТЫЎНЫХ ФРАЗЕАЛАГІЗМАЎ ТЫПУ ЧЭН'Ю З КІТАЙСКАЙ МОВЫ НА БЕЛАРУСКУЮ МОВУ (НА МАТЭРЫЯЛЕ АПОВЕСЦІ ХАНЬ СУНА "У ПОШУКАХ ЛУНА")

Анатацыя: артыкул прысвечаны аналізу перакладу эматыўных фразеалагізмаў тыпу чэн'ю з кітайскай мовы на беларускую. На матэрыяле аповесці Хань Суна "У пошуках луна" і яе перакладу на беларускую мову разглядаюцца асноўныя стратэгіі перадачы такіх адзінак. Вызначаны наступныя асноўныя спосабы перакладу: пошук фразеалагічнага адпаведніка, апісальны пераклад і кантэкстуальная замена адзіночным словам. Зроблена выснова, што выбар перакладчыцкай стратэгіі залежыць ад ступені эмацыянальнасці чэн'ю, яго сінтаксічнай ролі і празрыстасці вобразнай асновы для беларускага чытача.
Ключавыя словы: Хань Сун; мастацкі пераклад; эматыўныя фразеалагізмы; чэн'ю.

ФРАЗЕАЛАГІЗМЫ тыпу чэн'ю (кіт. 成语) з'яўляюцца адной з найбольш каларытных груп лексічных адзінак кітайскай мовы. Гэта ўстойлівыя выразы, якія звычайна складаюцца з чатырох іерогліфаў і ўзыходзяць да старажытных тэкстаў, гістарычных падзей, міфаў ці народных паданняў. Чэн'ю выконваюць у мове важную ролю: яны дазваляюць перадаць складаную думку, вобраз ці сітуацыю вельмі сцісла. Чэн'ю шырока выкарыстоўваюцца як у вусным, так і ў пісьмовым маўленні.

Адной з важных уласцівасцей шматлікіх чэн'ю з'яўляецца іх здольнасць перадаваць пачуцці і эмоцыі чалавека. Як адзначае Н. А. Хамякова, менавіта фразеалагізмы здольныя перадаваць думкі і пачуцці чалавека, адлюстроўваць культуру народа [4, с. 3]. У лінгвістыцы падобныя адзінкі атрымалі назву эматыўных фразеалагізмаў – гэта "асаблівы від фразеалагізмаў, што выражаюць эмацыйныя адносіны і эмацыйны стан чалавека" [1, с. 53].

У кітайскай мастацкай літаратуры ўключэнне эматыўных чэн'ю у тэкст дазваляе аўтару дасягнуць некалькіх мэт: па-першае, перадаць псіхалагічны стан персанажа без разгорнутых апісанняў; па-другое, узмацніць агульную экспрэсіўнасць аповеду; па-трэцяе, стварыць эмацыянальны рэзананс з чытачом. Адпаведна, чэн'ю выступаюць у мастацкім тэксце як функцыянальны моўны сродак, які ўплывае на ўспрыманне твора і фарміраванне яго стылістычнай адметнасці.

Матэрыялам для дадзенага даследавання паслужылі 30 эматыўных чэн'ю, вылучаныя ў аповесці "У пошуках луна" ("寻龙记") сучаснага кітайскага пісьменніка Хань Суна (1965 г. н.), і іх беларускі пераклад. Гэты твор уяўляе сабой прыдатны аб'ект для аналізу, паколькі сюжэт і стылістыка твора непасрэдна абапіраюцца на перадачу тонкіх псіхалагічных перажыванняў і эмацыйных станаў персанажаў, што знаходзіць сваё адлюстраванне ў актыўным выкарыстанні фразеалагічнай лексікі. Аналіз спосабаў перакладу дадзеных адзінак дазволіць вызначыць асноўныя стратэгіі перадачы кітайскіх эматыўных чэн'ю на беларускую мову і выявіць, якія з іх з'яўляюцца найбольш эфектыўнымі пры перакладзе мастацкага тэксту.

У аповесці "У пошуках луна" эматыўныя чэн'ю ўжываюцца аўтарам для перадачы шырокага спектра эмоцый і пачуццяў персанажаў. Сярод найбольш частотных эмоцый, якія выражаюцца праз гэтыя адзінкі, можна вылучыць радасць ці

захапленне (眉飞色舞，兴高采烈), нецярплівасць (急不可耐, 心急火燎, 摩拳擦掌), трывогу (心惊肉跳, 心烦意乱, 心事重重), расчараванне і панурасць (无精打采，闷闷不乐). Такім чынам, чэн'ю ахопліваюць як станоўчыя, так і адмоўныя эмоцыі, што робіць іх універсальным інструментам для стварэння псіхалагічнага партрэта героя.

У сказе чэн'ю выконваюць розныя сінтаксічныя функцыі: выступаюць у ролі выказніка, акалічнасці ці азначэння. Менавіта гэта абумоўлівае разнастайнасць падыходаў пры іх перакладзе на беларускую мову. Аналіз 30 адзінак паказаў, што перакладчык выкарыстоўваў тры асноўныя стратэгіі: фразеалагічны пераклад (пошук эквівалента ці аналага сярод эматыўных фразеалагізмаў беларускай мовы), апісальны пераклад (перадача вобразу свабодным словазлучэннем) і кантэкстуальную замену адзіночным словам (пераважна прыслоўем ці прыметнікам).

Фразеалагічны пераклад (27%). Гэты спосаб аказаўся магчымым у выпадках, калі ў беларускай мове існуе ўстойлівы выраз, блізкі па сэнсе да зыходнага чэн'ю. Перавага такога падыходу ў тым, што ён захоўвае вобразнасць і экспрэсіўнасць арыгінала. Аднак варта ўлічваць, што многія чэн'ю сфарміраваліся на аснове старажытнакітайскай мовы, таму іх вобразная аснова часам з'яўляецца недастаткова празрыстай або цяжкаўспрымальнай для носьбіта іншай культуры. У такой сітуацыі выбар беларускага адпаведніка ажыццяўляецца ў першую чаргу на аснове агульнага сэнсу фразеалагізма і кантэксту яго ўжывання.

Напрыклад, з дапамогай чэн'ю 心惊肉跳 'сэрца непакоіцца, плоць трапеча', ужытага ў сказе "他**心惊肉跳**，不时停下阅读，俯头去看同伴" [5, с. 172], аўтар перадае стан персанажа, апанаванага трывожным прадчуваннем. Перакладчык знаходзіць адпаведны беларускі эматыўны фразеалагізм: "Ён не **знаходзіў сабе месца**, час ад часу прыпыняў чытанне і звешваў галаву, каб зірнуць на таварыша" [2, с. 60]. Выраз "не знаходзіць сабе месца" нясе значэнне ўнутранага неспакою, стан крайняй трывогі, хаця яго вобразная аснова адрозніваецца ад асновы кітайскага фразеалагізма.

Другі прыклад – чэн'ю 狼狈不堪 'воўк і бэй (міфічны звер) у жахлівым становішчы', які звычайна апісвае крайнюю няёмкасць, бязвыхаднасць ці катастрафічную сітуацыю. У сказе "**狼狈不堪**地穿过卖盗版书和影碟的摊子…" [5, с. 182] гэты фразеалагізм апісвае фізічныя нязручнасці і дыскамфорт, з якімі сутыкаюцца героі. Можна сказаць, што ў дадзеным кантэксце інтэнсіўнасць значэння чэн'ю некалькі зніжана: гаворка не ідзе пра сапраўднае жыццёвае крушэнне, а хутчэй пра бытавую перашкоду. Даслоўны пераклад надаў бы сітуацыі празмерны драматызм. У перакладзе ўжываецца фразеалагізм *з горам папалам*: "**З горам папалам** прабіўшыся праз вэрхал прывакзальных павільёнаў…" [2, с. 66]. Тут перакладчык абапіраецца не на літаральны сэнс чэн'ю, а на агульную сітуацыю, у якой знаходзяцца героі, і менавіта кантэкст дазваляе падабраць беларускі адпаведнік, які перадае неабходнае эмацыянальнае адценне.

Апісальны пераклад (37%). Гэтая стратэгія выкарыстоўваецца ў сітуацыях, калі ў беларускай мове няма гатовага фразеалагічнага адпаведніка, а простая кантэкстуальная замена адным словам не здольная перадаць увесь аб'ём значэння. Перакладчык раскрывае змест чэн'ю праз свабоднае словазлучэнне, часам дадаючы новыя сэнсавыя адценні. Галоўная перавага гэтага спосабу ў тым, што ён часта дазваляе захаваць мастацкі вобраз і метафарычнасць арыгінала, перадаць

эмацыянальную насычанасць выразу, што ў выніку гучыць арганічна і эстэтычна. Аднак такі падыход ахвяруе сцісласцю, уласцівай чэн'ю, і часам прыводзіць да страты лаканічнасці арыгінала.

Так, чэн'ю 腾云驾雾 літаральна азначае "ўзнімацца на аблоках і ехаць на туманах" і вобразна перадае пачуццё нерэальнасці, галавакружэння ці палёту. У сказе "…陈刚浑身包裹着一层**腾云驾雾的感觉**" [5, с. 172] гэты фразеалагізм апісвае суб'ектыўныя адчуванні героя, які знаходзіцца ў цягніку і пакутуе з-за гайданкі. Перакладчык перадае яго праз параўнанне: "…Чэнь Гана ахапіла пачуццё **бязважкасці, нібы ён лунае ў аблоках**" [2, с. 60]. Тут перакладчык адмаўляецца ад пошуку гатовага фразеалагізма і стварае свабодную канструкцыю, якая перадае ключавыя кампаненты значэння: адчуванне бязважкасці і адрыву ад зямлі. Пры гэтым захоўваецца паэтычнасць вобраза – "лунанне ў аблоках" стварае ў чытача патрэбны эмацыйны водгук.

Іншы прыклад – чэн'ю 追悔莫及 'імкнуцца за раскаяннем – не дасягнуць' перадае стан безнадзейнага і прыпозненага жалю аб чымсьці непапраўным. У сказе "龙真的存在过。他们**追悔莫及**" [5, с. 201] гэты фразеалагізм сцісла падводзіць рысу пад усім падарожжам герояў: іх пошукі былі дарэмнымі, яны страцілі час і магчымасці. Перакладчык выкарыстоўвае разгорнутае апісанне: "Лун сапраўды існаваў — яны **зразумелі гэта занадта позна**, і цяпер **горыч раскаяння затапіла іх сэрцы**" [3, с. 66]. У гэтым варыянце захоўваецца багаты ўнутраны сэнс чэн'ю – усведамленне незваротнасці страчанага, востры боль ад таго, што нічога нельга змяніць. Пры гэтым перакладчык адмаўляецца ад сцісласці арыгінала, але стварае метафарычны вобраз ("горыч затапіла сэрцы"), які эстэтычна ўздзейнічае на чытача і перадае неабходную эмацыянальнае напружанне.

Кантэкстуальная замена адзіночным словам (30%). У некаторых выпадках перакладчыку ўдаецца перадаць агульнае значэнне чэн'ю адным беларускім словам, часцей за ўсё прыслоўем (*млява, змрочна, асцярожна, нецярпліва*). Гэтая стратэгія дазваляе захаваць сцісласць выказвання, але эмацыйная глыбіня і вобразнасць арыгінала пры гэтым часта страчваюцца, бо аднаслоўная замена не здольная перадаць усю гаму значэнняў, закладзеных у фразеалагічным выразе.

Напрыклад, чэн'ю 无精打采 'няма духу, пазбаўлены энергіі' абазначае пануры, прыгнечаны стан, адсутнасць настрою і сіл. У сказе "陈刚**无精打采**地蜷缩在沙发里" [5, с. 203] гэты фразеалагізм апісвае стан героя, які не мае жадання нешта рабіць. Перакладчык перадае яго праз адзіночнае прыслоўе *млява*: "Чэнь Ган **млява** скурчыўся на канапе" [3, с. 67]. Тут выбар адзіночнага слова абумоўлены тым, што сам кантэкст не патрабуе разгорнутых метафар: герой проста знаходзіцца ў стане стомленасці і абыякавасці.

Другі прыклад – чэн'ю 小心翼翼 'з маленькім сэрцам і дрыжачымі крыламі', які абазначае "быць празмерна асцярожным, ставіцца з асаблівай увагай і асцярогай". У сказе "\"还想问一问：你们是怎么弄到手的呢？\" 陈刚**小心翼翼**地问" [5, с. 188] герой нерашуча задае пытанне, баючыся закрануць нешта асабістае ці непрыемнае. Перакладчык абыходзіцца адным прыслоўем *асцярожна*: "— Дазвольце яшчэ адно пытанне: як ён да вас трапіў? — **асцярожна** спытаў Чэнь Ган" [3, с. 59]. Аднаслоўная замена тут цалкам перадае агульны сэнс – гаворка ідзе пра нерашучасць і асцярогу. Аднак, у параўнанні з арыгіналам, адценне асаблівай нерашучасці і ўвагі губляецца.

У працэсе даследавання былі вызначаны і іншыя стратэгіі перакладу, да

якіх адносяцца 6% выпадкаў. Сярод іх – апушчэнне і камбінаваны спосаб. Напрыклад, у сказе “在震古烁今的韩愈《祭鳄鱼文》中…” [5, с. 179] фразеалагізм 震古烁今 ‘перасягнуць старажытных і здзівіць сучаснікаў’ адаптаваны адначасова з дапамогай фразеалагіза “на ўсе часы” і азначэння “эпахальны”: “І нават у творы **на ўсе часы, эпахальным** «Звароце да кракадзілаў» Хань Ю…” [2, с. 65]. Такое спалучэнне дазваляе максімальна поўна перадаць значэнне і стылістычную вышыню арыгінальнага выразу.

Такім чынам, эматыўныя фразеалагізмы тыпу чэн’ю з’яўляюцца важнай часткай кітайскага мастацкага тэксту. Пры адаптацыі такіх адзінак на беларускую мову перакладчык выкарыстоўвае розныя стратэгіі, і выбар таго ці іншага спосабу залежыць ад канкрэтнага кантэксту, ступені эмацыйнасці чэн’ю, яго сінтаксічнай ролі ў сказе, а таксама ад таго, наколькі яго вобразная аснова з’яўляецца празрыстай для носьбіта іншай культуры. Найбольш эфектыўным можна лічыць пераклад, які захоўвае ў першую чаргу эмацыйную насычанасць арыгінала. У кожным канкрэтным выпадку перакладчык мусіць знайсці баланс паміж гэтымі фактарамі, каб максімальна дакладна перадаць аўтарскую задуму і выклікаць у чытача адпаведны эмацыянальны водгук.

ЛІТАРАТУРА

1. Ван, Суян Эмотивные фразеологические единицы в романе Л.Н. Толстого «Анна Каренина» и их перевод на китайский язык / Ван Суян // Вестник Московского Университета. Серия 22. Теория перевода. – М., 2020. – № 1. – С.52-62

2. Хань, Сун У пошуках луна : аповесць, гл. 1–5 / Хань Сун ; пер. з кіт. П. Марозавай // Маладосць : штомесячны літаратурна-мастацкі і грамадска-палітычны ілюстраваны часопіс. – Мн. : Мастацкая літаратура, 2026. – № 5. – С. 60–71.

3. Хань, Сун У пошуках луна : аповесць, гл. 6–10 / Хань Сун ; пер. з кіт. П. Марозавай // Маладосць : штомесячны літаратурна-мастацкі і грамадска-палітычны ілюстраваны часопіс. – Мн. : Мастацкая літаратура, 2026. – № 6 – С. 58–67.

4. Хомякова, Н. А. Эмотивные фразеологизмы в русском, французском и английском языках : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.02.20 / Хомякова Надежда Анатольевна. – М., 2008. – 24 с.

5. 韩松. 寻龙记 / 韩松 // 今夜有龙飞过 / 杨枫 主编. – 北京 : 中国科学技术出版社, 2024. – 171–204 页. = Хань Сун. У пошуках луна / Хань Сун // Сёння ноччу праляцеў лун / укл. Ян Фэн. – Пекін : Выдавецтва навукова-тэхнічнай літаратуры, 2024. – С. 171–204.

Д. А. ШЧАТКО
Навуковы кіраўнік:
А. В. Семянькевіч, дацэнт кафедры беларускай філалогіі і замежнай літаратуры к.ф.н., дацэнт.

СЕМАНТЫЧНЫЯ РАЗНАВІДНАСЦІ ВЫСОКАІНТЭНСІЎНЫХ БЕЛАРУСКІХ ДЗЕЯСЛОВАЎ З ПРЭФІКСАМ ЗА-

Анатацыя: артыкул прысвечаны аналізу лакальнай групы рэпрэзентантаў семантычнай катэгорыі інтэнсіўнасці дзеяння ў беларускай мове. Матэрыял даследавання абмежаваны дзеясловамі з прэфіксам *за-* са значэннем высокай інтэнсіўнасці. Выяўлена, што яны выражаюць ядзернае значэнне празмернай інтэнсіўнасці (працягласці або мнагакратнасці) дзеяння і перыферыйныя значэнні негатыўнага выніку. Гэта дало магчымасць прапанаваць іх семантычную класіфікацыю.
Ключавыя словы: катэгорыя інтэнсіўнасці; высокаінтэнсіўныя адзінкі; аб'ектныя дзеясловы; суб'ектныя дзеясловы; семны кампанент; семантычная разнавіднасць; прэфікс.

У СУЧАСНАЙ лінгвістыцы назіраецца цікавасць да даследавання розных моўных катэгорый. Да ліку тых, што актыўна вывучаюцца, адносіцца семантычная катэгорыя інтэнсіўнасці, што суадносіцца з паняццямі меры, колькасці і якасці і адносіцца да ліку якасна-колькасных катэгорый. Такія катэгорыі здольны ўтвараць самастойныя функцыянальна-семантычныя палі [3, с. 21]. Ядзерны ўчастак поля інтэнсіўнасці ўтвараюць адзінкі лексічнага ўзроўню, яны характарызуюцца высокай прадуктыўнасцю, шматлікасцю і разнастайнасцю ў розных мовах [2, с. 203]. Катэгорыя інтэнсіўнасці адносіцца да ліку універсальных, уласцівых многім мовам катэгорый, таму аналіз яе рэпрэзентантаў на лакальным участку лексікі з'яўляецца актуальным як для асобнай мовы, так і ў цэлым для супастаўляльных даследаванняў.

Аб'ектам дадзенага мікрадаследавання сталі беларускія высокаінтэнсіўныя дзеясловы з прыстаўкай *за-*, што ўваходзіць у кола фармальных паказчыкаў інтэнсіўнага значэння. Матэрыялам даследавання паслужылі 117 дзеяслоўных адзінак, выбраных метадам суцэльнай выбаркі з «Тлумачальнага слоўніка беларускай мовы» [1]. Мэтай работы стала выяўленне семантычных разнавіднасцей беларускіх высокаінтэнсіўных дзеясловаў з прыстаўкай *за-*.

Дзеясловы – ядзерны сродак выражэння значэння інтэнсіўнасці. Поле інтэнсіўнасці дзеяслоўнага дзеяння мае градуальную структуру і ўключае ў сябе нізкаінтэнсіўныя, нейтральныя (з імпліцытнай семай інтэнсіўнасці) і высокаінтэнсіўныя дзеясловы [5, с.11]. «Значэнне інтэнсіўнасці рэпрэзентуе колькасную характарыстыку якасці ў выглядзе шкалы, якая будуецца адносна кропкі адліку і ахоплівае ўсе градацыі праяўлення дзеяння ад самага крайняга паслаблення да самага вялікага ўзмацнення» [4, с. 6].

Значэнне інтэнсіўнасці носіць варыятыўны характар, г.зн. мадыфікуецца адносна характара з'яў аб'ектыўнай рэальнасці. Так, інтэнсіўнасць гаварэння, і шырэй – гучання, разгортваецца ў асноўным па шкале гучнасці, працы – па шкале прыкладання намаганняў, руху – хуткасці, пачуццяў – глыбіні і г.д. [4, с. 8]. Наша выбарка абмежавана высокаінтэнсіўнымі дзеясловамі, што выражаюць празмерную працягласць або мнагакратнасць дзеяння. Таму у выбарку не ўвайшлі высокаінтэнсіўныя дзеяслоўвы з прэфіксам *за-* са значэннем высокай хуткасці дзеяння, у якіх прыстаўка выражае не інтэнсіўнае, а прасторавае значэнне (пар. *мчаць* каго-што. 'хутка везці, несці каго-, што-н.' і *замчаць* каго-што. 'мігам даставіць каго-, што-н. куды-н.';) і так званыя дзеясловы-джокеры тыпу *задубець, заінець,* якія

могуць выражаць як высокаінтэнсіўнае, так і нізкаінтэнсіўнае значэнне ў залежнасці ад кантэксту (пар: *А цяпер, хоць і сонца ўзыходзіць, і хвойнік ды голае вецце злёгку сярэбрана заінелі*…(Янка Брыль). – *[Каня] ніколі не трэба было падганяць – сам трухае ўсю дарогу, спацее, стане белы ўвесь, заінее* (Дамашэвіч).

Выбарка матэрыялу ажыццяўлялася на аснове кампанентнага аналізу слоўнікавых дэфініцый. Паказчыкамі празмернай працягласці і мнакратнасці дзеяння сталі семныя кампаненты ‘надакучыць, стаміць працяглымі размовамі’, ‘доўга і часта ўжываючы, апошліць, зацягаць’, ‘стаміцца ад беганіны, клопатаў’, ‘забіць, прыбіць ўдарамі дзюбы’, ‘кусаючы, грызучы, давесці да смерці’, ‘прыбіць, змучыць пабоямі’, ‘замучыць, дапячы папрокамі, прыдзіркамі’, ‘запэцкаць каплямі’ і пад.

Кампанентны аналіз дэфініцый 117 высокаінтэнсіўных дзеясловаў з прэфіксам *за-* паказаў, што акрэсленыя адзінкі падзяляюцца на:

1) **аб’ектныя** (‘празмерна інтэнсіўна ўздзейнічаць на аб’ект’): *закарміць* каго. ‘празмерным кармленнем адбіць ахвоту да яды’, *загаварыць* каго., (разм.) ‘надакучыць, стаміць працяглымі размовамі’, *залапаць* што., (разм.) ‘забрудзіць, запэцкаць частым дакрананнем рук’. Групу склалі 68 дзеясловаў (58 %);

2) **суб’ектныя** (‘празмерна захапіцца, выйсці за дапушчальныя або жаданыя межы пры ажыццяўленні дзеяння’): *забалбатацца* (разм.) ‘захапіцца балбатнёй, правесці многа часу ў балбатні’; *затаргавацца* (разм.) ‘таргуючыся, забыцца аб часе, абставінах і пад.’, *затанцавацца* ‘захапіўшыся танцамі, забыць пра час’. Фармальна рэпрэзентанты гэтай групы вылучаюцца наяўнасцю постфікса *-ся* (*-ца*) ў марфемнай структуры. Групу склалі 49 лексічных адзінак (42 %).

Сярод аб’ектных дзеясловаў былі вылучаны тры лексіка-семантычныя групы (далей – ЛСГ) са значэннямі:

1) ‘пакрыць/змяніць паверхню аб’екта ў выніку працяглага або інтэнсіўнага ўздзеяння’ (семныя кампаненты: ‘пакрыць або запоўніць што-н., накідаўшы, насыпаўшы чаго-н.;’, ‘запэцкаць частым дакрананнем рук’, ‘пакласці што-н. у вялікай колькасці, заняць усю паверхню чаго-н.’, ‘забрудзіць частымі дотыкамі’, ‘доўга носячы, забрудзіць, абшарпаць’ і пад.

2) ‘зрабіць збітым, трывіяльным, часта карыстаючыся або доўга ўжываючы’ (семныя кампаненты: ‘доўга і часта ўжываючы, апошліць’, ‘часта карыстаючыся, апошліць, зрабіць збітым’);

3) ‘негатыўна ўздзейнічаць на жывую істоту праз ажыццяўленне інтэнсіўнага дзеяння’ (семныя кампаненты: ‘прыбіць, змучыць пабоямі’, ‘надакучыць, стаміць працяглымі размовамі’, ‘забіць, прыбіць ўдарамі дзюбы’, ‘знясіліць частай і працяглай яздой, работай’, ‘замучыць, дапячы папрокамі, прыдзіркамі’ і пад.) (Табліца 1)

Табліца 1. – Аб’ектныя высокаінтэнсіўныя дзеясловы з прэфіксам *за-*

Значэнне	Прыклады	Кольк. адз. (% ад агульнай выбаркі)
Пакрыць/змяніць паверхню аб’екта ў выніку працяглага або інтэнсіўнага ўздзеяння	➢ *закапаць* каго-што. ‘запэцкаць каплямі чаго-н.; абкапаць’: *Дзяўчынка закапала сукенку фарбай.* ➢ *закласці* што. ‘пакласці што-н. у вялікай колькасці, заняць усю паверхню чаго-н.’: *Настаўніца заклала сшыткамі ўвесь стол.*	21 (18 %)

	➢ *заклеіць* што. ‘многа наляпіўшы чаго-н., пакрыць усю паверхню’: *Дзеці заклеілі акно сняжынкамі.* ➢ *замусоліць* што. (разм.) ‘забрудзіць частымі дотыкамі тлустых ці насліненых пальцаў’: *Настаўніца сварылася за тое, што мы замусолілі новыя падручнікі.* ➢ *закідаць* каго-што. (перан.) ‘накіраваць каму-н. што-н. у вялікай колькасці’: *Не паспеў я выйсці з аўдыторыі пасля здачы экзамену, як мяне закідалі пытаннямі аднагрупнікі.* ➢ *зачытаць* што. (разм.) ‘прывесці ў неахайны выгляд працяглым або нядбайным карыстаннем (пра кнігу, газету і г. д.)’: *Нават сорамна несці кнігу ў бібліятэку: зусім зачыталі яе малыя.* ➢ *заслядзіць* што. ‘пакрыць слядамі; запэцкаць, затаптаць’: *Вы мне ўсю падлогу заслядзілі!*	
Зрабіць збітым, трывіяльным, часта карыстаючыся або доўга ўжываючы	➢ *замусоліць* што. (перан.) ‘доўга і часта ўжываючы, апошліць, зацягаць (пра слова, выраз і пад.)’: *Гэты шаблонны выраз сустракаецца ў кожнай курсавой, яго замусолілі да агіднасці.* ➢ *зацягаць* што. (перан.) ‘часта карыстаючыся, апошліць, зрабіць збітым, трывіяльным’: *Іх новую песню зацягалі: яна гучыць на кожным вяселлі, на кожным юбілеі.*	2 (1,7 %)
Негатыўна ўздзейнічаць на жывую істоту праз ажыццяўленне інтэнсіўнага дзеяння	➢ *загрызці* каго. (перан., разм.) ‘змучыць, давесці да цяжкага душэўнага стану папрокамі, прыдзіркамі і пад.’: *Загрызуць хлопца дзеўкі.* ➢ *заесці* каго. ‘даняць, замучыць укусамі’: *Вядзі дзіця ў хату: яго ж заелі камары!* ➢ *заказытаць* каго. (разм.) ‘змучыць казытаннем’: *Не хадзі да вады: русалкі завабяць і заказычуць да смерці.* ➢ *заняньчыць* каго ‘няньчачы, стаміць, замучыць’: *Заняньчыў малога, давёў да слёз.* ➢ *зашчыпаць* каго. ‘замучыць шчыпкамі’: *Гусак зашчыпаў кураня.*	45 (38,5 %)

Суб’ектныя высокаінтэнсіўныя дзеясловы з прэфіксам *за-* ўтвараюць ЛСГ са значэннямі:

1) ‘стаміцца ад працяглага ажыццяўлення дзеяння’ (семныя кампаненты: ‘стаміцца ад беганіны, клопатаў’, ‘стаміцца, доўга аручы (малюючы, танцуючы)’, ‘стаміцца ад працяглай вучобы (працяглай работы)’, ‘стаміцца ад празмернага купання, ‘стаміцца ад доўгай хады’ і інш.);

2) ‘захапіцца дзеяннем і забыцца на час/ іншае’ (семныя кампаненты: ‘забыцца на ўсё іншае, правесці за заняткамі лішні час’, ‘гледзячы на каго-, што-н., захапіцца, забыцца’, ‘захапіўшыся гутаркай, забыцца на час’, ‘захапіўшыся маляваннем, забыцца на час’ і пад.);

3) ‘выконваць дзеянне даўжэй, чым меркавалася’ (семныя кампаненты: ‘затрымацца дзе-н. даўжэй, чым меркавалася’, ‘прабыць у гасцях даўжэй, чым меркавалася’, ‘затрымацца на касьбе даўжэй, чым звычайна’ і пад.) (Табліца 2).

Табліца 2. – Суб'ектныя высокаінтэнсіўныя дзеясловы з прэфіксам *за-*

Значэнне	Прыклады	Кольк. адз. (% ад агульнай выбаркі)
Стаміцца ад працяглага ажыццяўлення дзеяння	➢ *заарацца*, разм. 'стаміцца, доўга аручы': *За дзень ён так заараўся, што на сустрэчу сіл не было.* ➢ *забегацца* (разм.) 'стаміцца ад беганіны, клопатаў': *Выбачай, сёння нікуды не пайду, бо дужа забегаўся з даручэннямі бацькоў.* ➢ *завучыцца* (разм.) 'стаміцца ад працяглай вучобы': *Яна так завучылася за тыдзень, што не адчула ніякай палёгкі ад выхаднога дня.* ➢ *затанцавацца* 'стаміцца, доўга танцуючы': *За вечар яна так затанцавалася, што не выйшла нават на апошні танец пад сваю любімую песню.*	17 (14,5 %)
Захапіцца дзеяннем і забыцца на час/ іншае	➢ *завучыцца* (разм.) 'старанна вучачы што-н., забыцца на ўсё іншае, правесці за заняткамі лішні час': *Прабач, я так завучылася, што забыла табе перазваніць.* ➢ *загутарыцца* 'захапіўшыся гутаркай, забыцца на час': *Вечарам напярэдадні экзамену мы, як заўсёды, загутарыліся і так і не давучылі білеты.* ➢ *затанцавацца* 'захапіўшыся танцамі, забыць на час': *Надзя затанцавалася на рэпетыцыі і забылася, што ёй патрэбна бегчы перапісваць самастойную работу.*	18 (15,4 %)
Выконваць дзеянне даўжэй, чым меркавалася	➢ *загасіцца* 'прабыць у гасцях даўжэй, чым меркавалася'; *[Ядвіся] загасцілася ў Гродзеншчыне і, як відаць, не вельмі спяшалася дадому.* (Я. Колас.) ➢ *заляжацца* 'праляжаць доўга, больш звычайнага, дазволенага': *Пісьмо заляжалася на пошце.* ➢ *заседзецца* (разм.) 'затрымацца, доўга праседзець дзе-н.': *За размоваю яны заседзеліся да поўначы.* ➢ *заспацца* (разм.) 'праспаць залішне доўга': *Міхась заспаўся і спазніўся на залік.* ➢ *заслухацца* 'слухаючы што-н., захапіцца, забыць на ўсё': *Стары так заслухаўся, што, мабыць, забыўся званіць на перапынак* (Р. Сабаленка).	14 (12 %)

Вылучаныя семантычныя разнавіднасці сведчаць пра тое, што высокаінтэнсіўныя дзеясловы з прэфіксам *за-* выражаюць, апрача ядзернага значэння інтэнсіўнасці дзеяння, перыферыйныя значэнні негатыўнага выніку празмернага дзеяння.

Сярод прааналізаваных адзінак сустрэліся ЛСВ полісемантаў, (напр. *заесці* каго. 'кусаючы, грызучы, давесці да смерці' і *заесці* каго., (перан., разм.) 'замучыць, дапячы папрокамі, прыдзіркамі і пад.'; *закасіцца* (разм.) 'затрымацца на касьбе даўжэй, чым звычайна' і *закасіцца* (разм.) 'стаміцца на касьбе'; *замалявацца* (разм.) 'захапіўшыся

маляваннем, забыцца на час' і *замалявацца* (разм.) 'стаміцца, доўга малюючы'), што дэманструе агульную словаўтваральную заканамернасць беларускай мовы – разгалінаваную полісемію прыставачнага дэрыватара і поліфункцыянальнасць вытворнага слова.

Аналіз дазволіў прыйсці да наступных высноў: беларускія высокаінтэнсіўныя дзеясловы з прэфіксам *за-* выражаюць ядзернае значэнне празмернай інтэнсіўнасці дзеяння (працягласці або мнагакратнасці), накіраванага на аб'ект або суб'ект дзеяння, і розныя перыферыйныя значэнні адмоўнага выніку дзеяння. Былі выяўлены семантычныя разнавіднасці інтэнсіўных дзеясловаў з прэфіксам *за-* са значэннямі 'пакрыць/змяніць паверхню аб'екта ў выніку працяглага або інтэнсіўнага уздзеяння' (18 % ад агульнай выбаркі), 'зрабіць збітым, трывіяльным, часта карыстаючыся або доўга ўжываючы' (1,7 %), 'негатыўна ўздзейнічаць на жывую істоту праз ажыццяўленне інтэнсіўнага дзеяння' (38,5 %), 'стаміцца ад працяглага ажыццяўлення дзеяння' (14,5%), 'захапіцца дзеяннем і забыцца на час/ іншае' (15,4 %), 'выконваць дзеянне даўжэй, чым меркавалася' (12 %). Высокаінтэнсіўныя дзеясловы-полісеманты з прэфіксам *за-* сведчаць пра поліфункцыянальнасць прэфіксальных вытворных слоў у беларускай мове.

ЛІТАРАТУРА

1. Тлумачальны слоўнік беларускай мовы : у 5 т. / Акад. навук Беларус. ССР, Ін-т мовазнаўства; пад агул. рэд. К. К. Атраховіча (К. Крапівы). – Мінск : Беларус. Сав. Энцыкл., 1977 – 1984. – 5 т.
2. Бельская, Е. В. Проблема интенсивности в современной отечественной лексикологии / Е. В. Бельская // Вестник Томского ун-та. – 2004. – № 282. – С. 202 – 210.
3. Бондарко, А. В. Основы функциональной грамматики: Языковая интерпретация идеи времени / А.В. Бондарко. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2001. – 260 с.
4. Мусиенко, В. П. Категория интенсивности в структуре русского глагола (функционально-семантический анализ) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / В. П. Мусиенко ; – Киев, 1984. – 200 с.
5. Федосеев, А. И. Поле интенсивности действия русского глагола: проблемы лексикографической представленности: Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / А. И. Федосеев; – Саратов. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. – Саратов, 2006. – 20 с.

Студенческое научное объединение
«ARS GRAMMATICA»
Руководители: И.В. Дмитриева, Е. С. Ляшенко

М. А. ГОДЛЕВСКАЯ
Научный руководитель:
Е. С. Ляшенко, доцент кафедры истории и грамматики английского языка к.ф.н., доцент.

ОЦЕНКА И КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПЕРЕМЕН В АНГЛИЙСКОЙ И ФРАНЦУЗСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Аннотация: статья посвящена сопоставительному анализу способов концептуализации перемен во французской и английской фразеологии на материале устойчивых сочетаний с глаголами *changer* и *change*. Материал исследования составили 42 французские и 11 английских фразеологических единиц. Установлено, что при совпадении тематических групп оценка перемен противоположна: английская фразеология концептуализирует изменения как ресурс и возможность для улучшения, тогда как французская акцентирует их тщетность и неоднозначность. Выявлены синтаксические различия (переходная модель в английском языке и конструкция *changer de* во французском), коррелирующие с типом объектов (абстрактные дополнения в английском и конкретные во французском).
Ключевые слова: фразеологические единицы; английский язык; французский язык; сопоставительный анализ; концептуализация перемен; глаголы change и changer.

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЙ фонд является уникальным хранилищем культурной информации, отражающим исторический опыт, ценностные установки и особенности мировосприятия народа. Как справедливо отмечает В. Н. Телия, «фразеологический состав языка – это зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание» [6, с. 45].

Среди многообразия устойчивых выражений особый интерес представляют фразеологизмы с глаголами, обозначающими изменение, поскольку само понятие перемены оказывается ключевым для понимания национального менталитета. Глаголы изменения охватывают значительный слой лексики. В лингвистической традиции они рассматривались с разных точек зрения и получали различные наименования. Так, С. Д. Кацнельсон выделяет «глаголы, выражающие переход из одного состояния в другое» [1, с. 592], О. Н. Селиверстова – «предикаты, которые несут информацию о процессах становления или изменения свойства» [5, с. 28], а Е. В. Падучева использовала термин «глаголы приобретения признака» [3, с. 43].

Настоящее исследование посвящено выявлению особенностей оценки и концептуализации перемен в английской и французской фразеологии на материале устойчивых сочетаний с глаголами *change* и *changer*. В фокусе внимания находятся не только структурные и семантико-синтаксические характеристики данных единиц, но и их прагматический потенциал – те культурные коннотации и оценочные смыслы, которые закрепляются в языке через фразеологию.

Материалом исследования послужили 42 французские и 11 английских глагольных фразеологических сочетания, отобранных методом сплошной выборки из англо-английских лексикографических источников (*Oxford Dictionary of Idioms* [9], *Oxford Advanced Learner's Dictionary* [8], *Cambridge Dictionarym* [7]) и французско-русского фразеологического словаря [4].

Разница в количественном составе выборки отражает реальную

фразеологическую продуктивность глаголов в каждом из языков: французский глагол *changer* активно участвует в образовании устойчивых оборотов, тогда как английская лексема *change* во фразеологии значительно чаще выступает в роли существительного, образуя единицы типа *a change of heart*, *small change* или *ring the changes*. Это отличие уже на этапе отбора материала показывает, что два языка по-разному передают идею перемен в составе устойчивых выражений.

На структурно-грамматическом уровне английские фразеологизмы с единицей *change* в подавляющем большинстве строятся по переходной модели «*change* + прямое дополнение» (7 из 11 единиц). Глагол функционирует как переходный, а субъект концептуализируется как активное начало, воздействующее на объект. Так, в выражении *to change someone's mind* 'переубедить кого-либо' объектом выступает ментальное состояние собеседника. Аналогично построены сочетания *to change your ways* 'изменить свой образ жизни', *to change your tune* 'изменить тон', *to change (your) tack* 'изменить галс'. Во всех этих случаях изменение понимается как направленное действие, совершаемое над объектом.

Для французского языка, напротив, характерна высокая частотность конструкции *changer de*, которая не предполагает прямого дополнения. Объект вводится через предложную группу с предлогом *de*, что привносит в выражение дополнительный семантический оттенок замены одного объекта другим. Рассмотрим выражение *changer de ton* 'сменить тон', которое означает не столько модификацию самого тона, сколько переход к иной тональности. Аналогично устроены единицы *changer de disque* (буквально 'сменить пластинку', то есть переменить тему разговора), *changer de bord* 'перейти в другой лагерь', *changer de gamme* 'сменить ассортимент/переменить тон'. Конструкция *changer de* задает иную когнитивную схему, чем английская переходная модель: изменение концептуализируется не как модификация свойств объекта, а как замена одного экземпляра класса другим.

Синтаксическое различие между языками дополняется семантическим: характер объектов, присоединяемых глаголами *change* и *changer* во фразеологических оборотах, также обнаруживает устойчивые тенденции. В английском материале наблюдается преобладание абстрактных дополнений, обозначающих ментальные состояния, поведенческие паттерны и коммуникативные стратегии: *mind* 'мнение, убеждение', *ways* 'образ жизни, привычки', *tune* 'риторика, коммуникативная позиция', *tack* 'тактика, подход', *gears* 'темп, интенсивность усилий'. Все эти объекты относятся к внутреннему миру человека или к способам его взаимодействия с действительностью. Конкретные дополнения немногочисленны: *the channel* 'канал', *horses* 'лошади', *spots* 'пятна'. Показательно, что даже в пословице *A leopard cannot change its spots* 'Горбатого могила исправит' (букв. 'Леопард не может сменить свои пятна') конкретный образ пятен работает как метафора неизменяемой природной сущности.

Во французском материале наблюдается иная картина. Существительные, вводимые предлогом *de* в конструкции *changer de*, тяготеют к конкретности. Это *chevaux* 'лошади', *cocarde* 'кокарда' (материальный знак принадлежности), *gamme* 'ассортимент товаров', *climat* 'климат' (как физическая среда), *disque* 'пластинка', *couleur* 'цвет'. Даже те французские единицы, которые относятся к абстрактным сферам, выражают их через конкретные образы.

Так, *changer de ton* описывает коммуникативное поведение через физическое свойство звука, а *changer de disque* – через материальный предмет.

Особого внимания заслуживают фразеологизмы-предостережения *On ne change pas de chevaux au milieu du gué* ‘Лошадей на переправе не меняют’ и *changer son cheval borgne contre un aveugle* ‘менять шило на мыло’ (букв. ‘менять одноглазую лошадь на слепую’), которые оперируют конкретными образами лошадей для выражения идеи невыгодного или рискованного обмена.

Несмотря на различия в синтаксической организации и характере дополнений, в обоих языках наблюдается совпадение тематических классов фразеологизмов.

Устойчивые выражения с глагольными единицами *change* и *changer* концентрируются в трех сферах:

1) эмоционально-психологической (англ. *change your ways* ‘изменить образ жизни’, фр. *changer d'âme* ‘перерождиться, стать другим’, *changer de couleur* ‘перемениться в лице, побледнеть’),

2) социально-ролевой (англ. *change hands* ‘переходить из рук в руки’, фр. *changer de bord* ‘перейти в другой лагерь’),

3) коммуникативной (англ. *change one's tune* ‘изменить тон’, фр. *changer de disque* ‘сменить пластинку’).

Данное сходство свидетельствует о том, что когнитивные механизмы, задействованные в образовании фразеологизмов, в значительной степени универсальны и не зависят от языковой системы.

Далее отметим, что наиболее показательные различия выявляются при переходе от семантики к прагматике – к оценке перемен, которая закреплена во фразеологических единицах.

Так, английские ФЕ с глаголом *change* демонстрируют тенденцию к позитивной или нейтральной оценке перемен. Выражение *to change someone’s mind* ‘переубедить кого-либо’ описывает рациональный процесс переосмысления, свободный от негативных коннотаций. Идиома *change (your) tack* ‘изменить галс’ означает тактическую корректировку подхода или метода для достижения желаемого результата в условиях изменившихся обстоятельств. Фразеологизм *change gears* ‘переключить передачу’ обозначает сознательное регулирование темпа, интенсивности или направления усилий, что также предполагает адаптивность как положительное качество. Даже идиома *change with the times* ‘меняться вместе со временем’ выражает необходимость претерпевать изменения, чтобы адаптироваться к новым условиям, и несет явно одобрительную коннотацию.

Французские устойчивые выражения, напротив, обнаруживают ярко выраженную тенденцию к скептической, а зачастую и откровенно негативной оценке любых преобразований. Культурной доминантой здесь выступает пословица *Plus ça change, plus c’est la même chose* ‘Чем больше меняется, тем больше остаётся по-старому’, утверждающая обманчивость и неэффективность перемен. Данную тенденцию подкрепляет целый ряд единиц с предостерегающей семантикой: *On ne change pas de chevaux au milieu du gué* ‘Лошадей на переправе не меняют’, *changer son cheval borgne contre un aveugle* ‘менять шило на мыло’, а также многочисленные выражения, описывающие смену убеждений, которые практически всегда несут оттенок моральной несостоятельности (*changer d’échappe* ‘перейти на сторону противника’, *changer de cocarde* ‘переметнуться из одного лагеря в другой’). Французская фразеология здесь демонстрирует устойчивый скептицизм в отношении быстрых перемен и смены убеждений.

Указанное различие отражает более широкие культурные установки. Английская фразеология с глаголом *change* концептуализирует перемены как ресурс и возможность для улучшения: человек меняет подход, мнение, тактику – это проявление гибкости и адаптивности. Даже выражение *chop and change* ‘метаться, постоянно менять решения’ критикует не изменение как таковое, а его хаотичность. Французская фразеология с глаголом *changer*, напротив, воспроизводит модель скептического восприятия. Конструкция *changer de* предполагает не улучшение, а горизонтальную замену одного элемента другим, что часто оказывается равноценным или убыточным. Пословица *Plus ça change, plus c’est la même chose* ‘Сколько ни меняй – все одно и то же будет’ закрепляет идею о том, что глубинные структуры реальности остаются неизменными.

Таким образом, при совпадении тематических групп в обоих языках оценка перемен оказывается противоположной: английские фразеологические единицы концептуализируют перемены как точку роста, скрытый ресурс и шанс на успех, тогда как французские устойчивые выражения отражают культурный скептицизм, подчеркивая тщетность усилий, иллюзорность перемен или двойственность человеческой природы. Вместо оптимистичного взгляда на прогресс, они часто констатируют неизменность сути вещей. Выявленная тенденция позволяет рассматривать фразеологизмы с глаголами изменения как индикатор национально-культурных установок по отношению к идее перемен.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кацнельсон, С. Д. Категории языка и мышления : из науч. наследия / С. Д. Кацнельсон ; редкол.: Л. Ю. Брауде (отв. ред.) [и др.]. – М. : Яз. слав. культуры, 2001. – 851 с.
2. Кобозева, И. М. Лингвистическая семантика : учебник / И. М. Кобозева. – М. : Эдиториал УРСС, 2000. – 352 с.
3. Падучева, Е В. Динамические модели в семантике лексики / Е. В. Падучева. – М. : Языки славян. культуры, 2004. – 607 с.
4. Рецкер, Я. И. Французско-русский фразеологический словарь : около 35000 выражений / под ред. Я. И. Рецкера. – М. : Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1963. – 1112 с.
5. Селиверстова, О. Н. Контрастивная синтаксическая семантика: (Опыт описания) / О. Н. Селиверстова. – М. : Наука, 1990. – 150 с.
6. Телия, В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М. : Шк. «Языки рус. культуры», 1996. – 288 с.
7. Cambridge Dictionary [Electronic resource]. – Cambridge University Press. – URL:https://dictionary.cambridge.org (date of access: 12.04.2025).
8. Oxford Advanced Learner's Dictionary [Electronic resource]. – 9th ed. – Oxford University Press, 2015. – URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com (date of access: 10.04.2025).
9. Seidl, J. English Idioms / J. Seidl, W. McMordie. – 5th ed. – Oxford : Oxford Univ. Press, 1988. – 272 p.

Я. А. ЛЕЩУК
Научный руководитель:
И. В. Дмитриева, доцент кафедры истории и грамматики английского языка к.ф.н., доцент.

МОНО- И ПОЛИПРЕДИКАТИВНЫЕ МОДЕЛИ ПОСТРОЕНИЯ МЕНАСИВНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ

Аннотация: настоящая статья посвящена исследованию структурно-синтаксических особенностей построения менасивных высказываний в современном английском языке. Рассматриваются монопредикативные и полипредикативные модели построения менасивных высказываний на материале текстов англоязычной художественной литературы. Анализируются типы синтаксических конструкций, основанные на одной субъектно-предикатной группе, и структуры, содержащие две или более предикативные основы. Определяется количественное соотношение употребления монопредикативных и полипредикативных моделей в исследуемой выборке. Выявляется корреляция между типом предикативной структуры и степенью эксплицитности выражения требования к адресату, а также иллокутивной силой высказывания.
Ключевые слова: речевой акт; менасив; монопредикативные высказывания; полипредикативные высказывания; синтаксическая структура; субъектно-предикатная группа.

ТЕОРИЯ прагматических типов высказываний тесно переплетается с теорией речевых актов – их объединяет интерес к выявлению функций предложения в процессе общения, анализ речевых произведений с учетом интенциональных установок коммуникантов. Исследование иллокутивной функции высказывания опирается на теорию речевых актов, разработанную в середине XX века.

Теория речевых актов занимает важное место в современной лингвистике, поскольку позволяет рассматривать язык не только как средство передачи информации, но и как форму действия. В рамках данного подхода любое высказывание интерпретируется, прежде всего, как коммуникативный поступок, направленный на достижение определённого результата. Иными словами, человек, используя язык, не просто описывает действительность, а воздействует на собеседника: убеждает, приказывает, предупреждает, обещает, просит или угрожает.

Согласно данной теории, структура речевого акта включает несколько компонентов. Локутивный аспект связан непосредственно с произнесением высказывания, иллокутивный – с намерением говорящего, а перлокутивный – с эффектом, который высказывание оказывает на адресата. Именно иллокутивная составляющая определяет, каким типом речевого действия является конкретная реплика. Так, одно и то же предложение в зависимости от контекста может функционировать как просьба, предупреждение, приказ или угроза.

Основоположниками теории речевых актов считаются Дж. Остин [1, с.22-131] и Дж. Серль [2, с.170-195], в чьих работах представлены первые номенклатуры типов речевых актов. В дальнейшем типологии речевых актов разрабатывались, дополнялись и уточнялись зарубежными и отечественными лингвистами. Во многом эти типологии были схожи, хотя принципы классификации типов речевых актов могли отличаться. Речевой акт угрозы, как самостоятельный иллокутивный тип высказывания под названием «менасив», был отмечен в работах О. Г. Почепцова [3], а также входил как внутренняя разновидность в группу конфликтивов в классификации Дж. Лича [4]. В дальнейшем речевой акт угрозы или языковые средства выражения угрозы становились объектом ряда

самостоятельных частных исследований прагмакоммуникативных характеристик высказываний в разных коммуникативных сферах и контекстах, например диссертационные работы Р. И. Карчевского [5], И. А. Мартыновой [6], Д. О. Жучкова [7].

Изучая прагматику менасивных речевых актов, И.А.Мартынова доказывает, что они являются средством «речевого воздействия на адресата, направленным на изменения в его деятельностной или эмоциональной сферах, путем апелляции к его (адресата) чувству страха или опасения» [6, с. 4] и приходит к выводу, что совокупность менасивных высказываний имеет полевую структуру. Позже Д. О. Жучков выявляет сущностные признаки речевого акта угрозы, отличающие его от смежных речевых актов обещания, предупреждения, предостережения и формирует перечень потенциальных негативных для адресата действий, которые могут входить в формулировки менасивных высказываний: «угроза жизни, ... физический ущерб (угроза здоровью), ... моральный ущерб (действия, которые способны нанести вред эмоционально-психическом состоянию адресата), ... смешанный ущерб (комбинирование физического и морального) и ... ушерб собственности» [7, с.8-9]. При этом автор утверждает, что «речевой акт угрозы не имеет закрепленных за ним специфических языковых средств выражения в английском языке» [7, с.5], с чем можно согласиться только частично и что вступает в противоречие с доказанным ранее существованием логико-семантической модели речевого акта угрозы, описанной в диссертации Р. И. Карчевского [5].

Таким образом, в современной лингвистике признано, что менасивные высказывания представляют собой особый тип речевых конструкций, в которых говорящий выражает намерение нанести вред адресату или связанным с ним объектам при определенных условиях. Стоит отметить, что высказывания со значением угрозы в форме речевого действия – это многокомпонентное образование, которое объединяет прагматические и коммуникативные аспекты с целью получения желаемого результата. Такие выражения часто встречаются в разнообразных речевых контекстах: от литературных текстов до политических речей, и поэтому их разбор важен для осмысления принципов языкового манипулирования.

Каноническая модель английского высказывания со значением угрозы была установлена Р. И. Карчевским в его диссертационном исследовании «Прагмакоммуникативные характеристики языковых средств выражения угрозы в английском языке». На основании анализа словарных дефиниций глагола *threaten* автор выстраивает логико-семантическую модель менасивного высказывания I will (verb 1) you, if you [NOT] (verb 2), которая репрезентирует следующую схему: инициатор общения выполнит некое негативное действие-наказание, если адресат действия не выполнит требуемое, каузируемое инициатором действия [5, с.31-35]. Из этого следует, что наиболее ожидаемой синтаксической структурой высказывания со значением угрозы может быть сложноподчиненное предложение с придаточным предложением условия, в котором главное предложение вербализирует комиссивную составляющую менасива, а придаточное предложение – директивную. При этом актуализируемые синтаксические структуры демонстрируют значительную вариативность, что послужило основанием к проведению синтаксического анализа менасивных высказываний.

Менасивные высказывания могут быть организованы по-разному не только с прагматической, но и с синтаксической точки зрения. Одним из ключевых критериев их анализа становится предикативная структура. В современной синтаксической теории принято выделять монопредикативные и полипредикативные конструкции. Полипредикативными называются структуры, содержащие две или более предикативные основы (субъектно-предикатные группы). В подобных высказываниях представлены несколько ситуаций или событий, связанных между собой коньюктивными, контрастивными, дизъюнктивными, причинно-следственными, временными, условными или иными отношениями. Например, в предложении *If you don't do this, I'll kill you* одна предикация связана с условием (*«If you don't do this»*), а другая – с предполагаемым последствием (*«I'll kill you»*). Подобные конструкции характерны для развёрнутых форм угрозы, в которых причинно-следственная связь выражена открыто.

Монопредикативные структуры основываются на одной субъектно-предикатной группе. В них отсутствует разветвлённая система предикативных отношений, однако это не означает смысловой простоты. Напротив, подобные конструкции нередко обладают высокой степенью прагматической насыщенности. Особенно ярко это проявляется в разговорной речи, где значительная часть смысла восстанавливается за счёт контекста, интонации, проксемики и коммуникативной ситуации в целом.

Материал для анализа составили менасивные высказывания персонажей из трёх англоязычных романов «The Road», «Misery», «Gone Girl». Систематизация и обобщение полученных результатов позволили выявить структурно-семантические разновидности монопредикативных и полипредикативных менасивов.

Монопредикативные высказывания, составившие 32,14% выборки языкового материала, представлены двумя разновидностями:

(1) Открытые высказывания с глаголами действия в форме будущего времени. Пример: *I will kill you* [8, с.359].

(2) Менасивные высказывания с глаголом в повелительном наклонении. Пример: *Do not let her touch you* [8, с.427].

В целом, исследование показало, что реализации монопредикативных менасивных высказываний в текстах художественной литературы демонстрируют структурно-синтаксическую вариативность, прямо предъявляя одну из двух составляющих канонического менасивного высказывания: угрозу негативного действия адресанта по отношению к адресату или требование адресанта.

Полипредикативные высказывания составили 67,86% выборки языкового материала. Среди них явно доминируют модели с сочинительной связью (47,86%), в то время как подчинительные встречаются реже – в 20% случаев.

Это обусловлено, прежде всего, особенностями слога художественных текстов, стилем речи и желанием говорящего манипулировать адресатом. Наиболее распространенным паттерном с сочинительной связью является модель, где несколько предикатов описывают некое действие адресата и его негативные последствия:

(3) *One wrong answer and I start with the knees* [9, с.301].

Первая предикация представлена эллиптированной структурой, но, как и положено эллиптичным предложениям, опущенные составляющие предложения могут быть восстановлены. В данном случае это *«If you give one wrong answer»*. Сочинительная связь подчёркивает равнозначимость предикатов, делая

каждое действие самостоятельным компонентом угрозы и минимизируя возможность интерпретации как гипотетической. Ситуативный контекст заключается в том, что один литературный герой требует конкретного ответа от другого, и в случае невыполнения требования обещает (угрожает) выстрелить, «начиная с коленей».

Второй частый паттерн включает координатор «or», вводящий альтернативу:

(4) *Drop the knife or I shoot her in the face* [10, с.67],

(5) *Don't test me or you'll regret being born* [9, с.256].

В случае сочинительной синтаксической связи между частями менасивного высказывания актуализируются два типа логических связей: конъюнкция – *«сделай это, и ты труп»* и дизъюнкция – *«или ты это сделаешь, или ты труп»*. Их отличие заключается в эксплицитном или имплицитном выражении требования к адресату. Так, в примерах (4) и (5) требования адресанта вполне однозначны, от адресата требуется конкретное действие, чтобы он бросил нож или перестал испытывать (терпение) адресанта. А в примере (3) требуемое действие не названо прямо, адресат должен проделать определенную работу мысли, чтобы верно интерпретировать требование адресанта – «давай правильные ответы».

Характерные черты полипредикативных моделей с подчинительной связью выявляются в уже упомянутых сложноподчиненных предложениях с придаточным условия. Наиболее распространённым паттерном является следующая модель: «If you [предикат, описывающий нежелательное действие адресата], I will [предикат будущего действия, называющий негативное действие адресанта]». Например:

(6) *If this happens again, we are going to have to terminate* [8, с.228],

(7) *She will kill you if you are not very, very careful* [8, с.425].

Эта конструкция обеспечивает баланс между директивным и комиссивным компонентами менасивного высказывания. И также как в случае с аддитивной сочинительной связью в сложносочиненных предложениях требование адресата, представленное в придаточном предложении условия, требует определенной интерпретации. Так, в примере (7) придаточное предложение *«if you are not very, very careful»* подразумевает требование – *«be very, very careful»*. Следовательно, тип синтаксической модели, особенно в случаях полипредикативных менасивных высказываний, оказывает влияние на эксплицитность выражения требуемого от адресата действия.

Таким образом, хотя монопредикативные конструкции обладают значительным прагматическим потенциалом в реализации менасивных высказываний, именно полипредикативные структуры остаются преобладающим средством выражения угрозы. Монопредикативные конструкции обеспечивают лаконичность, категоричность и высокую степень иллокутивной силы: краткость высказывания способствует усилению давления на адресата и делает угрозу максимально прямой и однозначной. Однако эффективно такие конструкции функционируют в ситуациях высокой эмоциональной напряжённости, где коммуникативная цель сводится к немедленному воздействию на собеседника. Полипредикативные модели построения менасивной высказываний в английском языке отличаются значительной гибкостью и напрямую зависят от коммуникативных задач говорящего. В художественных текстах, послуживших источником материала для анализа, отобранные высказывания представляют межличностный неформальный тип дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Остин, Дж. Л. Слово как действие [Пер. с англ. А. А. Медниковой] / Дж. Л. Остин // Новое в зарубежной лингвистике : Вып. 17. Теория речевых актов. Сборник. Пер. с англ. / Сост. и вступ. ст. И. М. Кобозевой и В. З. Демьянкова. Общ. ред. Б. Ю. Городецкого. М., 1986. С. 22131.
2. Серль, Дж. Р. Классификация иллокутивных актов [Пер. с англ. В. З. Демьянкова] / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике : Вып. 17. Теория речевых актов. Сборник. Пер. с англ. / Сост. и вступ. ст. И. М. Кобозевой и В. З. Демьянкова. Общ. ред. Б. Ю. Городецкого. М., 1986. С. 170195.
3. Почепцов, О. Г. Основы прагматического описания предложения / О. Г. Почепцов. Киев : Віща шк., 1986. 115 с.
4. Leech, G. N. Principles of Pragmatics / G. N. Leech. – London ; New York : Longman, 1983. – 250 p.
5. Карчевски, Р. И. Прагмакоммуникативные характеристики языковых средств выражения угрозы в английском языке : дис. … канд. филол. наук : 10.02.04 / Р. И. Карчевски Минск, 2005. 122 с.
6. Мартынова, И. А. Функционально-прагматическое поле менасивных речевых актов (на матеерориале современной англоязычной художественной литературы) : автореф. дис. … канд. филол. наук. : 10.02.04 / И. А. Мартынова; Самар. гос. пед. ун-т. Самара, 2006. – 8 с.
7. Жучков Д. О. Речевой акт угрозы как объект прагмалингвистического анализа : на материале английского языка : автореф. дис. … канд. фил. наук : 10.02.04 / Д. О. Жучков ; Воронеж. гос. ун-т. Воронеж, 2010. 23 с.
8. Flynn, Gillian. Gone Girl. New York: Crown, 2012.
9. King, Stephen. Misery. New York: Viking, 1987.
10. McCarthy, Cormac. The Road. New York: Alfred A. Knopf, 2006.

Студенческое научное объединение
«ЛингвоЛаб: язык и интеллект»
Руководитель: Ю. В. Бекреева

М. А. ЖИЛИНСКАЯ
Научный руководитель:
Ю. В. Бекреева, доцент кафедры лексикологии и стилистики английского языка к.ф.н., доцент.

ПАРАМЕТРИЧЕСКИЙ ПРОФИЛЬ ЛЕКСИКИ В ЕСТЕСТВЕННЫХ И СГЕНЕРИРОВАННЫХ ТЕКСТАХ О ПРИРОДЕ

Аннотация: статья посвящена параметрическому анализу лексики в естественных и сгенерированных текстах-сочинениях о природе на русском и английском языках. Показано, что в корпусе студенческих текстов частотные ядра и лексические профили фиксируют большую долю местоимений, эмоционально окрашенной лексики, топонимов, что отражает субъективность и индивидуальный опыт автора. В сгенерированных сочинениях доминируют нейтральные номинации природных объектов. Сопоставление значений показателей TTR, STTR, MTLD и коллокационной связности подтверждает более высокое лексическое разнообразие и неоднородность авторского корпуса по сравнению с ИИ-корпусом, где лексика организована вокруг устойчивых вероятностных шаблонов.
Ключевые слова: лексический состав; естественные тексты; сгенерированные тексты; сочинения о природе; лексическое разнообразие; частотные ядра; коллокации.

ВНЕДРЕНИЕ генеративных языковых моделей в образовательную среду изменило привычные представления об авторстве текста. Сегодня алгоритмы способны создавать связные описания, эссе и публицистические материалы, что закономерно ставит перед лингвистикой вопрос о том, насколько машинная продукция отличается от человеческой на уровне языковой системы. Лексика в выступает наиболее чувствительным индикатором: частотность слов, характер их сочетаемости, наличие эмоционально-оценочных компонентов и дискурсивных маркеров напрямую отражают природу авторства.

Актуальность сопоставительного исследования лексического состава естественных и сгененированных текстов обусловлена потребностью в лингвистически обоснованных критериях диагностики текстов в условиях, когда границы между студенческой работой и машинной генерацией становятся всё менее очевидными. Существующие детекторы часто опираются на синтаксические или стилистические параметры, тогда как лексический слой, особенно в жанре, требующем образности и субъективной оценки, изучен фрагментарно.

Объектом нашего исследования являются тексты-сочинения на тему природы, созданные человеком и генеративной нейросетью на русском и английском языках. Предмет исследования – лексические особенности указанных текстов, включая частотность лексических единиц, показатели лексического разнообразия, характер коллокаций. Эмпирическую базу составили сочинения «О природе», написанные студентами факультета английского языка БГУИЯ и студентами со свободным владением английского языка БНТУ, БГУИР и БГТАУ, а также тексты, сгенерированные нейросетью ChatGPT (версия 4o, 2025 г.) [1], DeepSeek (версияV3, 2025 г.) [2], Gemini (версия1.5, 2025 г.) [3] по заданной теме. Для баланса между связностью и вариативностью задавались параметры temperature = 0.7 и

top_p = 0.9. Подобные настройки не допускают полного детерминизма, но обеспечивают стабильное качество, характерное для учебных текстов среднего уровня. Студенты писали сочинения по теме «О природе» в свободной форме, без предварительной подготовки, в аудитории при наблюдателе. Общий объем выборки составил 60 текстов (по 15 текстов в корпусных выборках естественных и сгенерированных текстов на русском и английском языках).

Согласно определению, «LLM – это нейросеть, созданная на основе алгоритмов машинного обучения, функционал которой включает генерацию текстов на естественных языках на основе больших данных» [4, с. 132]. пособность к самообучению выступает ключевым фактором в порождении языка, сопоставимого по уровню сложности с человеческим [5, с. 335]. На практике это означает, что модель реконструирует наиболее вероятные цепочки, зафиксированные в обучающей выборке.

Современные генеративные языковые модели (LLM) демонстрируют способность к порождению сложных лингвистических структур, сопоставимых с человеческой речью [6, с. 149]. Указанное сравнение справедливо лишь на поверхностном уровне. Глубинный лексический анализ выявляет системные отклонения: снижение вариативности, избыток метадискурсивных связок, выравнивание эмоциональной градации. Архитектура, основанная на предсказании следующего элемента, не предполагает референтного выбора слов, а следует вероятностным траекториям [6, с. 149]. Параметрический анализ лексики корпуса сгенерированных текстов в сопоставлении с корпусом естественных (т.е. созданных человеком) текстов позволяет верифицировать данные наблюдения исследователей и специалистов в области ИИ.

В корпусной лингвистике применяется комплекс программных средств, позволяющих автоматизировать анализ текстового массива и обеспечить воспроизводимость результатов. Исследование избранной выборки текстов проводилось методами корпусного анализа с применением статистических мер (расчёт индексов TTR и MTLD с нормализацией частот на 1000 словоупотреблений) и сопоставительного анализа. Как отмечает К. М. Шилихина, «анализ таких корпусов при помощи конкордансеров позволяет обнаружить основные тенденции в использовании лексики» [7, с. 223].

Количественный анализ базируется на системе метрик, позволяющих оценить лексическое разнообразие и предсказуемость текста. Ключевыми показателями выступают:

1. TTR (Type-Token Ratio) – отношение числа уникальных лексем к общему количеству словоупотреблений;
2. STTR (Standardized TTR) – расчёт TTR на фиксированных сегментах по 1000 слов;
3. MTLD (Measure of Textual Lexical Diversity) – мера лексического разнообразия, вычисляемый индекс устойчив к влиянию объёма текста.

Дополнительно фиксируются частотные ядра (top-20/50 лемм) и процентное соотношение уникальных лексем к общему словарному запасу корпуса. Для оценки устойчивости словосочетаний рассчитываются показатели коллокационной прочности: MI-score (Mutual Information) и log-likelihood.

Рукописные сочинения студентов были оцифрованы и переведены в формат txt. Далее обработка корпусных выборок естественных и сгеренированных текстов выполнялась по идентичному алгоритму. Сначала все символы переводились в нижний регистр, удалялась пунктуация и технические артефакты. Лемматизация

проводилась с помощью spaCy (модель en_core_web_sm) для английского материала и стеммера Mystem для русского. На следующем этапе отфильтровывались стоп-слова – предлоги, союзы, местоимения, не влияющие на содержательную картину. Это позволило сосредоточиться на контентной лексике и избежать искусственного завышения частот за счёт служебных слов. Токенизация выполнялась автоматически, с последующей выборочной ручной верификацией.

Сравнительный анализ лексического состава по избранным параметрам дал следующие результаты

1. Частотные ядра (топ-20 и топ-50 лемм) фиксируют доминирующие концепты и регистровые предпочтения. Например, в ИИ-корпусе на русском языке лидируют *природа*, *воздух*, *жизнь*, *человек*, тогда как в студенческих текстах чаще встречаются *я*, *люблю*, *чувствую*, *хочется*.

2. В рамках исследования зафиксировано, что средние значения TTR в студенческом корпусе составили 0,72 (RU) и 0,74 (EN), MTLD – 87,4 и 88,9 соответственно, при этом индивидуальные показатели варьировались в диапазоне 0,65–0,78 для русских текстов и 0,68–0,81 для английских. Лексическое разнообразие студенческих текстов подтверждается расчётными индексами. TTR и MTLD в авторском массиве показывают больший разброс, что объясняется двумя причинами:

а) наличием ситуативно окрашенных лексем, которые встречаются только в одном тексте и несут индивидуальную нагрузку;

б) отсутствием фильтрации по критерию употребительности лексики на этапе написания, как это производится алгоритмами LLM.

3. В частотных списках студентов фиксируются единицы, которых нет в топ-50 машинного корпуса: *Цнянка*, *набухают*, *клейкие листочки*, *гадюка*, *кебабы*, *ракушка*, *позолоченные волны*, *настроение*, *свалка*, *мачта*, *босиком*, *Zhilichi*, *Naroch*, *Shishkin*. Эти слова создают эффект подлинности: студент пишет не о природе вообще, а о своём конкретном столкновении с ней. Нейросеть же, опираясь на усреднённые корпуса, заменяет конкретику обобщениями, например, в английской выборке – *forests*, *mountains*, *rivers*, *ecosystems*, *beauty*. Разница в индексах разнообразия – это маркер разного типа референции. Студент ссылается на личный опыт, алгоритм – на статистический прототип.

4. Анализ коллокационной прочности (MI-score) выявляет устойчивые кластеры: в русском корпусе это *беречь природу*, *чистый воздух*, *городская суета*, *учит терпению*; в английском – *protect nature*, *future generations*, *natural beauty*, *clean water*, *ecosystem balance*. Коэффициент взаимной информации для этих пар стабильно превышает порог значимости. Устойчивые коллокации определяются в текстах ИИ.

Подведем итог, лексический профиль ИИ-сочинений формируется под воздействием трёх взаимосвязанных факторов: вероятностного предсказания следующего токена, оптимизации под «среднечитабельный» регистр и доминирования академико-публицистических текстов в обучающей выборке. Это проявляется в стабильных, но сглаженных индексах разнообразия, избытке структурных маркеров, предсказуемых коллокациях и низкой доле ситуативной лексики. Сопоставление с авторским корпусом показывает, что машинный дискурс компенсирует отсутствие личного опыта алгоритмической связностью.

ЛИТЕРАТУРА

1. ChatGPT. – [Minsk], 2026. – URL: https://chatgpt.com/ (date of access: 05.01.2026).
2. ChatDeepSeek. – [Minsk], 2026. – URL: https://chat.deepseek.com/ (date of access: 05.01.2026).
3. Gemini. – [Minsk], 2026. – URL: https://gemini.google.com/ (date of access: 05.01.2026).
4. Годжаева, О. Применение искусственного интеллекта в лингвистике информационных систем / О. Годжаева, А. Сетдарбердиева // Наука и мировоззрение. – 2025. – № 37. – С. 1–6.
5. Зырянова, И. Н. Генеративные языковые модели и феномен антиантропоцентризма – новые перспективы лингвистической парадигмы «posthumano» и «общего/сильного» ИИ / И. Н. Зырянова, А. С. Чернавский // Известия Байкальского государственного университета. – 2024. – Т. 34, № 1. – С. 144–152.
6. Ершова, Е. А. Дискурсивные маркеры как средство автоматической классификации новостных текстов методами машинного обучения / Е. А. Ершова // Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения : сборник научных трудов. – Вып. 21. – Томск : Изд-во Том. ун-та, 2020. – С. 120–123.
7. Шилихина, К. М. Лексические маркеры жанров интернет-коммуникации / К. М. Шилихина // Жанры речи. – 2018. – № 3 (19). – С. 218–225.

А. В. КАРПУК
Научный руководитель:
Ю. В. Бекреева, доцент кафедры лексикологии и стилистики английского языка к.ф.н., доцент.

ЛЕКСИЧЕСКИЙ СОСТАВ ЕСТЕСТВЕННЫХ И СГЕНЕРИРОВАННЫХ ТЕКСТОВ ABOUT LOVE: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация: в статье рассматриваются лексические особенности естественных и ИИ-сгенерированных англоязычных текстов на тему любви. Исследование выполнено на материале двух корпусов сочинений: текстов, написанных студентами, и текстов, созданных системами искусственного интеллекта. Анализ проводился с использованием методов корпусной лингвистики и программы AntConc. В ходе исследования были изучены частотность тематической лексики, характер распределения ключевых слов, уровень лексического разнообразия и особенности языковой репрезентации концепта love. Установлено, что естественные тексты характеризуются большей эмоциональной насыщенностью, вариативностью лексики и субъективностью изложения, тогда как сгенерированные тексты отличаются высокой повторяемостью ключевых единиц, структурной упорядоченностью и тенденцией к абстрактному осмыслению любви. Полученные результаты подтверждают наличие устойчивых различий между естественной и искусственно созданной речью на лексическом уровне.

Ключевые слова: лексика; корпусная лингвистика; искусственный интеллект; сгенерированные тексты; естественная речь; английский язык; концепт *love*; частотный анализ.

В УСЛОВИЯХ активного развития генеративных технологий особую актуальность приобретает исследование текстов, создаваемых системами искусственного интеллекта. Современные языковые модели способны генерировать связные и грамматически корректные тексты, приближённые к естественной человеческой речи [6, с. 1]. Это вызывает значительный интерес со стороны современной лингвистики, компьютерной филологии и корпусных исследований.

Особую значимость представляет анализ эмоционально окрашенных текстов, поскольку именно в них наиболее ярко проявляются особенности языкового мышления, индивидуального авторского стиля и способов репрезентации чувств. Тексты о любви являются одним из наиболее репрезентативных типов эмоционального дискурса, поскольку включают широкий спектр эмоционально-оценочной лексики, метафорических конструкций и субъективных способов выражения переживаний [8, с. 15].

Проблематика разграничения естественных и ИИ-сгенерированных текстов рассматривается в работах И.Р. Гальперина, Е.С. Кубряковой, D. Valiaiev, T. McEnery, J. Sinclair и других исследователей [1, с. 72; 3, с. 18; 6, с. 4]. Однако сопоставительное изучение англоязычных текстов о любви, созданных человеком и искусственным интеллектом, остаётся недостаточно систематизированным.

Согласно исследованиям в области корпусной лингвистики, естественная речь характеризуется большей вариативностью и индивидуализацией языковых средств, тогда как автоматически сгенерированные тексты демонстрируют тенденцию к стандартизации и повторяемости [4, с. 56; 5, с. 39]. Подобные различия особенно заметны в эмоциональном дискурсе, где индивидуальная авторская позиция играет важную роль.

Цель статьи заключается в выявлении лексических особенностей естественных и ИИ-сгенерированных англоязычных текстов на тему любви. Для достижения поставленной цели предполагается решить следующие задачи:

– определить особенности лексического состава исследуемых корпусов;

– выявить наиболее частотные тематические единицы;

– установить различия в способах языковой репрезентации концепта love;

– определить особенности функционирования эмоционально-оценочной и абстрактной лексики.

Гипотеза исследования состоит в предположении о том, что естественные англоязычные тексты о любви характеризуются более высокой степенью лексического разнообразия и эмоциональной выразительности, тогда как ИИ-сгенерированные тексты отличаются большей стандартизацией и повторяемостью ключевых лексем.

Объектом исследования являются англоязычные тексты о любви естественного и искусственного происхождения.

Предмет исследования — лексические особенности англоязычных естественных и ИИ-сгенерированных текстов.

Материал исследования составили два корпуса англоязычных текстов:

– корпус 1E, включающий 19 сочинений студентов первого курса факультета английского языка;

– корпус 2E, включающий 19 текстов, сгенерированных системами искусственного интеллекта (ChatGPT, Gemini, DeepSeek) по запросу: “Write an essay about love (up to 400 words)”.

Общий объём материала составил 38 текстов. Все тексты были приведены к формату txt и обработаны с помощью программы AntConc. Использование корпусных технологий позволяет объективно анализировать распределение лексических единиц и выявлять статистически значимые особенности текста [4, с. 61].

В исследовании использовались следующие методы:

– метод корпусного анализа;

– метод частотного анализа;

– сравнительно-сопоставительный метод;

– метод контент-анализа;

– элементы количественного анализа [5, с. 41].

Анализ проводился поэтапно. На первом этапе был сформирован корпус текстов. На втором этапе с помощью программы AntConc были составлены частотные списки слов и выявлены ключевые лексемы. На третьем этапе был проведён сравнительный анализ тематической лексики, особенностей распределения слов и уровня лексического разнообразия.

Результаты исследования показали, что оба корпуса обладают общим тематическим ядром, представленным словами “love”, “people”, “life”, “feeling”, “relationship”.

Наиболее частотной единицей в обоих корпусах является слово *love*, однако в корпусе 2E его частотность значительно выше. Это свидетельствует о тенденции ИИ-сгенерированных текстов к повторяемости ключевых тематических единиц, что отмечается и в современных исследованиях автоматически созданной речи [6, с. 7].

В корпусе 1E активно используются слова романтической и эмоциональной направленности: “romance”, “partner”, “kiss”, “passion”, “soulmate”, “heartbreak”, “jealousy”. В корпусе 2E преобладают абстрактные и нравственно-этические лексемы: “respect”, “trust”, “understanding”, “kindness”, “support”, “humanity”.

Кроме того, в корпусе 1E зафиксировано значительное количество слов с единичной частотностью, что свидетельствует о высоком уровне лексического разнообразия и индивидуализации речи. Корпус 2E характеризуется более устойчивым и предсказуемым словарным составом.

Средняя длина предложения в обоих корпусах составляет приблизительно 16–18 слов, что указывает на преобладание структурно упорядоченных синтаксических моделей.

Полученные результаты позволяют сделать вывод о наличии существенных различий между естественными и ИИ-сгенерированными англоязычными текстами.

Естественные тексты демонстрируют ориентацию на личный опыт и эмоциональное восприятие любви. Авторы активно используют экспрессивные прилагательные (“beautiful”, “wonderful”, “amazing”), личные местоимения и лексику романтической тематики. Любовь в подобных текстах интерпретируется как индивидуальное эмоциональное переживание.

Сгенерированные тексты характеризуются более высокой степенью абстрактности и стандартизации. В них любовь описывается преимущественно как универсальная человеческая ценность, основанная на доверии, уважении и поддержке. Подобная тенденция объясняется алгоритмической природой генерации текста, при которой языковые модели стремятся к логической последовательности и тематической устойчивости [6, с. 9].

Выявленные различия проявляются также в характере функционирования общей лексики. В естественных текстах слово *love* чаще используется в контексте конкретных эмоциональных ситуаций и межличностных отношений, тогда как в ИИ-сгенерированных текстах оно функционирует как абстрактная категория.

Таким образом, естественные тексты отличаются большей эмоциональной насыщенностью и вариативностью языковых средств, а сгенерированные тексты — структурной организованностью и повторяемостью ключевых единиц.

Проведённое исследование подтверждает гипотезу о существовании устойчивых различий между естественными и ИИ-сгенерированными англоязычными текстами на лексическом уровне.

Установлено, что естественные тексты характеризуются:

– высоким уровнем лексического разнообразия;

– эмоциональной выразительностью;

– субъективностью авторской позиции;

– использованием романтической и эмоционально-оценочной лексики.

ИИ-сгенерированные тексты отличаются:

– высокой частотностью ключевых слов;

– стандартизированностью языковых конструкций;

– преобладанием абстрактной и нравственно-этической лексики;

– логической упорядоченностью изложения.

Полученные результаты соотносятся с выводами современных исследований в области корпусной лингвистики и анализа искусственно созданной речи, подтверждая тенденцию к стандартизации ИИ-сгенерированных текстов [4, с. 58; 6, с. 11].

Практическая значимость исследования заключается в возможности применения его результатов при разработке методов автоматического распознавания ИИ-сгенерированных текстов, а также в области преподавания английского языка и академического письма.

Перспективой дальнейшего исследования может стать расширение корпуса текстов, а также анализ синтаксических и стилистических особенностей естественной и искусственно созданной речи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. — М.: Наука, 1981. — 140 с. — URL: https://elibrary.ru (дата обращения: 12.04.2026).
2. Кубрякова, Е. С. О тексте и критериях его определения // Текст. Структура и семантика. — 2001. — Т. 1. — С. 72–81. — URL: https://elibrary.ru (дата обращения: 12.04.2026).
3. Sinclair, J. Corpus, Concordance, Collocation. — Oxford : Oxford University Press, 1991. — 179 p.
4. McEnery, T., Wilson, A. Corpus Linguistics. — Edinburgh : Edinburgh University Press, 2001. — 238 p.
5. Stubbs, M. Words and Phrases: Corpus Studies of Lexical Semantics. — Oxford : Blackwell, 2001. — 267 p.
6. Valiaiev, D. Detection of machine-generated text: Literature survey // arXiv preprint arXiv:2402.01642. — 2024. — URL: https://arxiv.org/abs/2402.01642 (дата обращения: 12.04.2026).
7. Biber, D. Variation Across Speech and Writing. — Cambridge : Cambridge University Press, 1988. — 300 p.
8. Barthes, R. Fragments d'un discours amoureux. — Paris : Seuil, 1977. — 293 p.

М. С. ЛАТЫШЕВА
Научный руководитель:
Ю. В. Бекреева, доцент кафедры лексикологии и стилистики английского языка к.ф.н., доцент.

КОРРЕЛЯЦИЯ ТОНАЛЬНОСТИ НОМИНАЦИЙ ЧЕЛОВЕКА В ЭМОТИВНОМ ТЕЗАУРУСЕ И В КОРПУСНОЙ ВЫБОРКЕ ТЕКСТОВ

Аннотация: в статье рассматривается корреляция тональности номинаций человека в эмотивном тезаурусе EmoLex и в корпусной выборке контекстов из корпуса COCA. На материале 10 лексем (*hero, mother, volunteer, winner, lover, hunter, prisoner, soldier, teacher, sinner*) методом сплошной выборки отобрано 1000 высказываний, для которых проведён лексиконный сентимент-анализ с использованием инструментария NLTK (VADER). Сопоставление контекстуальной тональности с полярностью, зафиксированной в EmoLex, показывает общее совпадение по большинству единиц и значимые расхождения для номинаций *mother* и *soldier*, где корпусные данные демонстрируют преобладание негативных сценариев.

Ключевые слова: номинации человека; тональность; эмотивность; эмотивный тезаурус; сентимент-анализ; EmoLex; корпус COCA.

ОДНИМ из ключевых средств выражения эмоционального отношения являются номинации человека – слова, называющие лицо по различным признакам (роль, профессия, поступок, качество). Способность таких единиц вызывать и актуализировать эмоции в сознании говорящего и слушающего, определяемая в данной работе как эмотивность номинаций человека, остаётся недостаточно изученной, особенно в аспекте сопоставления лексических (словарных), ассоциативных (психолингвистических) и контекстуальных (корпусных) данных.

Сентимент-анализ – это обработка естественного языка, направленная на автоматическое выявление в тексте мнений, чувств, оценок, отношений и эмоций людей. Основная цель технологии – «классифицировать текстовые единицы по их полярности: положительной или отрицательной» [1, с. 297].

Материалом для анализа послужил корпус COCA [2]. Для каждой из десяти номинаций с помощью инструмента Context (поиск по ключевому слову в контексте) методом сплошной выборки было отобрано 100 конкордансных единиц (высказываний). Общая выборка составила 1000 высказываний. При отборе применялись следующие критерии исключения:

- слова-номинации, используемые как имена собственные, названия произведений, фильмов, песен, игр, организаций, брендов или конкурсов;
- метафорическое или переносное употребление, а также обозначение животных, растений или неодушевлённых объектов;
- слишком короткие, обрывочные или грамматически неполные фрагменты, а также названия рубрик и заголовки.

Кроме того, из выборки исключались предложения-высказывания, которые не могли быть корректно обработаны алгоритмом сентимент-анализа.

Анализ тональности отобранных контекстов проводился с использованием программного средства на основе словаря эмотивной лексики библиотеки NLTK (Natural Language Toolkit).

Процедура анализа включала следующие этапы предварительной обработки текста (NLP):

1) токенизация – разбиение предложения на отдельные слова и знаки препинания;

2) удаление стоп-слов – исключение частотных, но семантически пустых единиц (артиклей, предлогов,

местоимений), которые не несут эмоциональной нагрузки;

3) лемматизация – приведение словоформ к их словарной форме (например, *crying, cried – cry*), что позволяет унифицировать лексический анализ.

После предобработки применялся лексиконный метод классификации тональности (сентимент-анализ), основанный на встроенном в NLTK анализаторе VADER (Valence Aware Dictionary and sEntiment Reasoner), который оценивает текст по трём категориям: положительная, отрицательная и нейтральная полярность [3]. Для каждого из 1000 высказываний была автоматически определена тональность, после чего подсчитано общее количество положительных, отрицательных и нейтральных высказываний для каждой номинации.

В Таблице 1 представлено распределение тональности для каждой из десяти номинаций человека.

Таблица 1. – Тональность контекстов употребления номинаций человека

Номинация	Тип тональности			Примеры с ведущим типом тональности
	Положит.	Отриц.	Нейтр.	
hero	72	9	19	*She looked at this tanned and strangely radiant man, and knew him to be some kind of magical hero* ‘Она смотрела на этого загорелого и странно сияющего мужчину и понимала, что он какой-то волшебный герой’
mother	28	39	33	*She had confessed, after a bit of stalling, that her mother was battling a depression* ‘Немного помедлив, она призналась, что ее мать борется с депрессией’
volunteer	44	27	29	*Dr Gill would only say that he's a volunteer who, besides having an expressive face, has a generous heart for the animals* ‘Доктор Гилл сказал бы только, что он волонтер, у которого не только выразительное лицо, но и доброе сердце по отношению к животным’
winner	80	11	9	*I won this war. I'm the survivor. I'm the winner. I love it* ‘Я выиграл эту войну. Я выживший. Я победитель. Мне это нравится’
lover	49	28	23	*It's time for her lover not just to marry her but to have a child with her, a family* ‘Пришло время ее возлюбленному не просто жениться на ней, но и завести с ней ребенка, семью’
hunter	36	40	24	*I'm a serial killer and a hunter. I mostly kill for pay but I also kill for pleasure* ‘Я серийный убийца и охотник. В основном я убиваю за плату, но также и ради удовольствия’
prisoner	5	76	19	*She began yelling at another prisoner, and as an officer attempted to stop the situation, Blair hit them in the arm and stomach* ‘Она начала кричать на другого заключенного, и когда

				офицер попытался остановить ситуацию, Блэр ударила его по руке и животу’
soldier	34	37	29	*"This is all right to the son of a federal soldier," he recalled later in a letter to a friend* ‘"Это нормально для сына федерального солдата", – вспоминал он позже в письме другу’
teacher	43	28	29	*His propensity as a recruiter, a teacher and an innovative coach are all attributes that will serve him well at Tech* ‘Его способности рекрутера, преподавателя и тренера-новатора – все это качества, которые сослужат ему хорошую службу в сфере технологий’
sinner	43	42	15	*Confession may not always be its own reward but it usually offers the sinner the possibility of a future filled with rewards* ‘Покаяние не всегда может быть само по себе наградой, но обычно оно дает грешнику возможность жить в будущем, полном наград’ *He would always be a sinner, he knew that, but he could at least try not to sin as much* ‘Он всегда будет грешником, он знал это, но мог бы, по крайней мере, попытаться не грешить так сильно’

Результаты сентимент-анализа приводят нас к следующим ключевым выводам:

1. Наиболее однозначно положительные номинации: *hero*, *winner* и *volunteer*. Номинации *hero* и *winner* демонстрируют ярко выраженную позитивную тональность, что согласуется с их культурным восприятием как символов успеха и восхищения.
2. Наиболее однозначно отрицательные номинации: *prisoner*, *hunter* и *mother*. Особенно показателен случай с номинацией *mother* – несмотря на традиционно позитивный образ, в реальных контекстах корпуса преобладает отрицательная тональность из-за частотных тем утраты, насилия и развода, выявленных в коллокационном анализе.
3. Амбивалентные номинации: *lover*, *teacher* и *sinner*. Номинации *lover* и *teacher* демонстрируют перевес положительной тональности, однако доля негативных контекстов остаётся значительной. В случае с номинацией *sinner* получено практически равное соотношение положительной и отрицательной тональности, что отражает теологическое напряжение между грехом и искуплением.
4. Нейтральные контексты наиболее частотны для номинаций *mother*, *soldier* и *teacher*, что может указывать на употребление этих слов в описательных, фактических контекстах.

Полученные данные о контекстуальной тональности позволяют сопоставить реальное употребление номинаций с их словарной эмотивной

маркировкой, зафиксированной в тезаурусе EmoLex [4]. Такое сопоставление важно для выявления случаев, когда изолированные ассоциации носителей языка расходятся с реальной дискурсивной практикой.

В Таблице 2 сопоставлены преобладающая тональность по результатам сентимент-анализа контекстов с полярностью, зафиксированной в исходном лексиконе EmoLex (на основе бинарных меток положительных и отрицательных эмоций).

Таблица 2. – Сравнение тональности контекстов (COCA) с полярностью EmoLex

Номинация	Тональность контекстов COCA	Полярность EmoLex	Сходство / Расхождение
hero	положительная	положительная	совпадает
mother	отрицательная	положительная + отрицательная	расходится
volunteer	положительная	положительная	совпадает
winner	положительная	положительная	совпадает
lover	положительная	положительная	совпадает
hunter	отрицательная	отрицательная	совпадает
prisoner	отрицательная	отрицательная	совпадает
soldier	отрицательная	положительная	расходится
teacher	положительная	положительная	совпадает
sinner	отрицательная	отрицательная	совпадает

Совпадения наблюдаются для большинства номинаций (8 из 10). Это подтверждает, что EmoLex в целом корректно отражает полярность слов, особенно для однозначно позитивных (*hero, winner, volunteer, lover*) и однозначно негативных (*prisoner, hunter, sinner*) концептов.

Расхождения выявлены для номинаций *mother* и *soldier*. *Mother* в EmoLex маркируется как амбивалентная (присутствуют и положительные, и отрицательные эмоции), однако сентимент-анализ контекстов показал преобладание отрицательной тональности. Это указывает на то, что в реальном употреблении образ матери чаще связан с негативными сценариями (потеря, болезнь, насилие), чем с позитивными. Приведём характерные контексты из корпуса, демонстрирующие эту тенденцию:

I would see my mother cry when she listened to those songs, and I'd cry too. ‘Я видел, как плакала моя мама, когда она слушала эти песни, и я тоже плакал.’

If a child cried, that was not the mother's problem. Excessive tenderness was to be avoided at all cost. ‘Если ребенок плакал, это не было проблемой матери. Чрезмерной нежности следовало избегать любой ценой.’

Soldier в EmoLex имеет положительную маркировку, тогда как анализ контекстов выявил преобладание отрицательной тональности. Это расхождение объясняется тем, что EmoLex базируется на изолированных ассоциациях носителей языка (солдат ассоциируется с защитой, героизмом), тогда как корпусные контексты отражают реалии войны – смерть, ранения, страх. Примеры из выборки:

He flashes an angry look toward the soldier behind me, like he's the cause of all the deaths. ‘Он бросает сердитый взгляд на солдата позади меня, как будто он является причиной всех смертей’.

One white soldier who was wounded in one leg so as to be unable to walk, was made to stand up while his tormentors shot him; others who were wounded and unable to stand were held up and again shot. ‘Одного белого солдата, который был ранен в ногу и не мог ходить, заставили встать, в то время как его мучители стреляли в него; других, которые были ранены и не могли стоять, подняли и снова расстреляли’.

Проведённый сентимент-анализ 1000 контекстов из корпуса COCA позволил выявить реальную тональность употребления номинаций человека в современном английском языке. В большинстве случаев результаты совпадают с полярностью, заложенной в EmoLex, однако для номинаций *mother* и *soldier* обнаружены значимые расхождения: контекстуальная тональность оказалась более негативной, чем словарные ассоциации. Это подтверждает необходимость дополнения лексиконных данных анализом реального дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Corpus-Based Techniques for Sentiment Lexicon Generation: A Review / M. Darwich, M., N. Mohd, F. Shahrul, N. Omar, N. Osman // Journal of Digital Information Management. – 2019. – №17. – P. 296–305.
2. Corpus of Contemporary American English (COCA). – 2026: english-corpora.org (date of access: 05.02.2026).
3. Hutto, C. J., Gilbert, E. E. VADER: A Parsimonious Rule-based Model for Sentiment Analysis of Social Media Text / C. J. Hutto, E. E. Gilbert // Eighth International Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM-14), 2014: https://github.com/cjhutto/vaderSentiment?ysclid=mq6iuz278f493407175 (date of access: 20.03.2026).
4. Mohammad, S. NRC Word-Emotion Association Lexicon / S. Mohammad. – National Research Council Canada, 2013: https://saifmohammad.com/WebPages/NRC-Emoticon-Lexicon.htm (date of access: 05.02.2026).

В. В. ШАКАЛЬ
Научный руководитель:
Ю. В. Бекреева, доцент кафедры лексикологии и стилистики английского языка к.ф.н., доцент.

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА «МОТИВАЦИЯ – МЕХАНИЗМ» В АВТОРСКИХ И СГЕНЕРИРОВАННЫХ ЭССЕ О МОТИВАЦИИ

Аннотация: статья посвящена сопоставительному анализу реализации концептуальной метафоры «Мотивация – Механизм» в авторских и сгенерированных эссе о мотивации. Эмпирическую базу составляют студенческие тексты и тексты, созданные нейросетямипо теме «О мотивации». С использованием корпусных процедур и контекстуального анализа выявляются частотность, типы и функции метафор механизма, а также различия в их вариативности и шаблонности в человеческом и машинном письме.
Ключевые слова: концептуальная метафора; метафора «мотивация - механизм»; студенческие эссе; генерированные ИИ тексты; корпусный анализ.

СОВРЕМЕННАЯ когнитивная лингвистика рассматривает концептуальную метафору как один из базовых механизмов концептуализации и категоризации опыта, обеспечивающий формирование новых смыслов и структурирование новой области знания через более знакомую область [1, с 75]. Согласно теории Дж. Лакоффа и М. Джонсона [2; 3], метафора пронизывает повседневное мышление и деятельность человека, а не ограничивается лишь областью художественной речи, что делает её анализ принципиально значимым для описания картин мира, закреплённых в дискурсе. Особую актуальность приобретает исследование концептуальных метафор в ИИ-продукции, активно развивающейся в настоещее время. Наше исследование направлено на сопоставительный анализ метафорических моделей, используемых человеком и искуственным интеллектом (ИИ) при производстве текстов определенной тематики. В данной статье рассматривается модель концептуальной метафоры механизма в сочинениях на тему «О мотивации» с целью выявления сходств и различий в употреблении метафоры данного типа человеком и искусственным интеллектом.

Метафора определяется как закрепившаяся опытом в структурах головного мозга нейронная связь-проекция между областью источника и областью цели («cross-domain mappings from a source domain to a target domain»), находящая регулярное выражение в языке и практической деятельности [3, с. 58]. Исследователи концептуальной метафоры, начиная с основополагающей работы Дж. Лакоффа и М. Джонсона «Метафоры, которыми мы живем» [2], подчеркивают, что «все происходящие в человеке когнитивные процессы имеют своим основанием пласт когнитивного бессознательного, формирующийся в процессе непрерывного взаимодействия человека как телесно-духовной целостности и его природного и социокультурного окружения» [4, с. 53]. Формирование таких связей описывается авторами с помощью определенной структуры: область-источник (т. е. понятия базового уровня, в нашей выбоке – механизм), область-цель (абстрактные понятия, в нашем исследовании – мотивация) и система проекций области-источника на область-цель (примеры будут рассмотрены ниже).

Концептуальную метафору механизма можно назвать одной из базовых для европейской культуры. В. В. Глебкин провел анализ эволюции метафоры механизма в Античности и западном Средневековье, где было

показано, что такие метафоры, как «мир – это машина», «социум – это машина», «тело – это машина», возникают в раннем Средневековье, т. е. задолго до индустриализации, когда машины начинают играть заметную роль в социально-экономической жизни [4]. В эпоху цифровизации, как показывает наше исследование, концептуальная метафора механизма сохраняет актуальность и является достаточно употребительной, особенно в текстах ИИ.

Материалом исследования послужили коллекции текстов, написанных студентами 1 курса факультета английского языка БГУИЯ и сгенерированных нейросетями (ChatGPT [5], DeepSeek [6], Gemini [7]) по заданному запросу «Напиши сочинение о мотивации до 400 слов». Эмпирическую базу исследования составил корпус из 46 текстовых единиц: 23 эссе студентов и 23 – ИИ.

Анализ текстов проводился с использованием инструментария AntConc [8], включающий сплошную выборку лексем в обоих подкорпусах с последующим контекстуальным (KWIC) анализом каждого вхождения для дифференциации буквального и метафорического значений.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что метафора «МОТИВАЦИЯ – МЕХАНИЗМ» доминирует в текстах ИИ: 20 вхождений определены в сгенерированной выборке, а в текстах студентов – 6 вхождений. При этом было отмечено, что в эссе ИИ используются однотипные, повторяющиеся метафоры: *внутренний двигатель* (использована 9 раз), *ключ к* (*достижениям, успеху, личному росту*) (4 раза), *невидимый двигатель* (2 раза), *сложный / движущий механизм* (по 1 разу).

Синтаксическая структура с данными метафорами – клишированная: после употребления метафор приводится пояснение «работы механизма», например, ***внутренний двигатель***, *который помогает становиться лучше / заставляет нас просыпаться утром и двигаться к цели / заставляет нас преодолевать трудности, учиться новому и стремиться к успеху / превращает пассивное созерцание жизни в активное действие/приводит в движение наши мечты и устремления*. Данная модель метафоры указывает на способность мотивации инициировать действие. Мотивация описывается как что-то внутреннее, встроенное в человека, но при этом не естественное, а искусственное. Аналогия с механизмом акцентирует утилитарность мотивации, представляет ее полезность для определенных целей.

Следует отметить, что метафоры, использованные студентами, отличаются большей уникальностью, вариативностью в построении предложений в текстах, так как авторы опирались не на шаблонное использование конструкций, а выражали собственное мнение, делились опытом и приводили свои примеры из жизни, оформляя мысль в речь креативно. Студенты пишут, что «*Мотивация – побуждение к действию, движущая сила, которая определяет наше желание и рвение к действию»; «Порой она является самым сильным двигателем, ведущим нас вперед несмотря ни на что»; «мотивация – это то, что может двигать человеком, побуждать его на некие действия»*. В данных примерах студенты раскрывали свои идеи с помощью однокоренных слов (*движущая сила, двигатель, двигать*). Это свидетельствуеь об активации модели концептуальной метафоры в сознании, но способы ее конкретного языкового выражения не совпадают полностью. С помощью приведенных выше метафор студенты формулируют собственное понимание и определение мотивации, выбирая для сравнения знакомую область-источник.

Отдельного внимания заслуживает пример, где описание мотивации приводится через противопоставление: *злейший враг мотивации принуждение*. Если в примерах с определением мотивации она выступает как естественный внутренний двигатель, то в данном случае – как блокирующая сила (“враг”). Дополнительно следует указать, что студенты не столько дают определение мотивации, сколько отмечают ее проявления. Мотивация соотносится с субъектом, совершающим действие: *мотивация появляется вместе с желанием что-то делать, чем-то заниматься; Мотивация дает толчок к совершенству, к которому мы стремимся*. Таким образом, использование метафор позволяет студентам объяснить мотивацию как нечто, способное побуждать человека совершать действия, либо проявляющееся вместе действиями.

Подводя итог, отметим, что несмотря на существенно более высокую частотность употребления концептуальной метафоры «Мотивация – Механизм» в сгенерированных текстах, её актуализация носит исключительно шаблонный характер. Это выражается в синтаксическом однообразии и однотипных дефинициях мотивации. В студенческих эссе, напротив, была выявлена высокая когнитивная вариативность: метафорические образы использовались не только для дефиниции понятия, но и для разноаспектного описания его динамических проявлений, что подтверждает субъективный и творческий подход авторов к конструированию текста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Новицкая, И. В. Теория концептуальной метафоры и развитие альтернативных концепций в рамках когнитивного направления метафорологии (по материалам современной англистики) / И. В. Новицкая // Язык и культура. – 2019. – №. 46. – С. 76-101.
2. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем: пер. с англ. / Дж. Лакофф, М. Джонсон; под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 256 с.
3. Lakoff, G. Philosophy in the Flesh: the Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought / G. Lakoff, M. Johnson. – New York: Basic Books, 1999. – 624 p.
4. Глебкин, В. В. Метафора механизма и теория концептуальной метафоры Лакоффа – Джонсона / В. В. Глебкин // Вопросы языкознания. – 2012. – № 3. – С. 51–68. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=17831560 (дата обращения: 26.05.2026).
5. ChatGPT. – [Minsk], 2026. – URL: https://chatgpt.com/ (date of access: 05.01.2026).
6. ChatDeepSeek. – [Minsk], 2026. – URL: https://chat.deepseek.com/ (date of access: 05.01.2026).
7. Gemini. – [Minsk], 2026. – URL: https://gemini.google.com/ (date of access: 05.01.2026).
8. Anthony, L. AntConc (Version 4.3.1) [Computer Software] / L. Anthony. – Tokyo, Japan: Waseda University, 2024. – URL: https://www.laurenceanthony.net/software/AntConc.

Студенческое научное объединение
«Комбина́торная семантика»
Руководитель: А.Н. Гордей

М. Э. ПАШКЕВИЧ, П. В. ГИБКИЙ
Научный руководитель:
А. Н. Гордей, заведующий кафедрой теории и практики китайского языка д.ф.н., профессор.

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ УСТОЙЧИВЫХ СОЧЕТАНИЙ С КОМПОНЕНТОМ «СЕРДЦЕ / HEART»

Аннотация: целью статьи является выявление структурно-семантических сходств и различий русских и английских устойчивых сочетаний с компонентом «сердце / heart» сквозь призму комбина́торной семантики А. Н. Гордея. Материалом исследования послужили 10 устойчивых выражений (идиом и фразеологизмов) двух языков. Выявлены следующие типы межъязыковых соответствий: полные и частичные эквиваленты, в также лакуны. Установлено, что компонент «сердце / heart» функционирует в обоих языках как информационный тайген – обозначение индивида-вместилища эмоций и нравственных качеств человека.
Ключевые слова: комбина́торная семантика; устойчивые сочетания; идиома; фразеологизм; сердце / heart; сопоставительный анализ; стереотип; номинативная единица; эквивалентность.

В ОТЕЧЕСТВЕННОМ языковедении и зарубежной лингвистике соматические фразеологизмы изучались преимущественно исследователями фразеологии [1, с. 140], когнитивной лингвистики и лингвокультурологии. Между тем их анализ в рамках комбина́торной семантики, развиваемой А. Н. Гордеем [2], открывает принципиально новые возможности: позволяет описать глубинную структуру идиоматического значения через категории стереотипа, индивида, акции и признака, не прибегая к размытым когнитивным метафорам.

Цель настоящей статьи – выявить типы межъязыковых семантических соответствий русских и английских устойчивых сочетаний с компонентом «сердце / heart», используя методологический аппарат комбина́торной семантики.

Теоретические основания

Комбина́торная семантика, согласно А. Н. Гордею, – лингвистическая дисциплина, изучающая отображение естественным языком динамики ролей индивидов в событии [3, с. 7]. Ключевые термины: «стереотип» – закодированный интеллектом повторяющийся элемент в копии мира [2, с. 34]; «индивид» – разновидность стереотипа как отдельной сущности, состоящей из ядра, оболочки и среды; «признак индивида» – свойство отдельной сущности или процесса, в которой эта сущность участвует [там же].

Языковой знак является двуаспектной единицей: в аспекте выражения он содержит комбинацию фигур (фонему и графему), в аспекте содержания – стереотип [2, с. 33]. Части языка, обозначающие индивидов, называются «тайгенами» (например: *стол, сердце*), а обозначающие признаки индивидов – «ёгенами» (например: *бежать, красный*) [4, с. 174].

«Номинативная единица» – устойчивая последовательность знаков, в которой один знак (модификатор) определяет другой (актуализатор) [2, с. 35]. Идиомы, с данной точки зрения, образуют особый разряд номинативных единиц: их значение не выводится из значений составляющих компонентов

непосредственно, поскольку закодированный стереотип относится не к буквально называемым индивидам, а к иной области модели мира. Соответственно, тайген *сердце / heart* в идиоме функционирует не как знак физиологического органа, а как информационный постоянный качественный одноместный тайген [4, с. 174], обозначающий эмоциональную / нравственную или духовную сферу человека.

Материал и методология исследования

Материалом исследования послужили 10 устойчивых выражений: 5 русских фразеологизмов с компонентом «сердце» и 5 английских идиом с компонентом «heart», выбранных из фразеологических словарей и иных лексикографических источников [5]. Критерии отбора: употребительность, наличие словарной фиксации, разнообразие семантических групп (эмоция, нравственная оценка, ментальная деятельность, коммуникация). Методологическую основу исследования составили компонентный анализ устойчивых сочетаний; изучение комбина́торной структуры знаков и выявление межъязыковых соответствий.

1. *Брать/взять за сердце* (рус.) – *to touch smb's heart* (англ.) ‘производить глубокое эмоциональное впечатление’ [5, с. 156–157].

В составе русского фразеологизма ёген *брать* обозначает акцию физического воздействия субъекта на информационный тайген *сердце*. В аспекте содержания закодирован стереотип *эмоционального воздействия* одного индивида на другого: субъект – инициатор акции, сердце – объект воздействия, реципиент – индивид, испытывающий эмоцию. Английская *to touch smb's heart*, где *touch* (‘касаться’) выражает аналогичную акцию, кодирует тот же стереотип. Данная пара образует полный структурно-семантический эквивалент.

2. *Скрепя сердце* (рус.) – *with a heavy heart* (англ.) ‘делать что-либо нехотя, против воли’ [5, с. 147–148].

Русский фразеологизм содержит деепричастие *скрепя*, реализующее образ физического сдерживания: субъект ограничивает акцию, исходящую от тайгена *сердце*. В английской идиоме *with a heavy heart* представлен ёген *heavy* (‘тяжёлый’), описывающий состояние тайгена *heart*. Оба выражения кодируют стереотип эмоциональной нежелательности действия, однако способ кодирования различен: русский фразеологизм апеллирует к акции сдерживания, английская идиома – к признаку-состоянию – частичный эквивалент.

3. *Сердце кровью обливается* (рус.) – *my heart bleeds* (англ.) ‘испытывать острое страдание или сострадание’ [5, с. 139–143].

Пара демонстрирует высокую степень параллелизма: в обоих языках тайген *сердце / heart* выступает реципиентом акции, связанной с истечением крови (*обливается кровью / bleeds*). Индивид испытывает острое или глубокое сострадание – это значение совпадает и в русском, и в английском вариантах. Структура номинативной единицы является идентичной: тайген + ёген. Соответственно, данный пример демонстрирует достижение полной структурно-семантической эквивалентности.

4. *Принимать/принять близко к сердцу* (рус.) – *to take smth to heart* (англ.) ‘воспринимать болезненно или всерьёз’ [5, с. 156–157].

В русской фразе опущен переменный ёген *расположен*, т.е. ‘принимать что-либо, располагая близко к сердцу’, в английской – регулятор дистанции переменный ёген 2-й степени *близко*, сужающий локализацию процесса. В русском предложении регуляторы дистанции переменные ёгены 2-й степени

далеко vs. *близко* играют роль обстоятельств локальной (топологической, метрической) соотнесённости процессов. Закодированные стереотипы совпадают: субъект делает некий объект частью своей эмоционально-нравственной сферы. Соответственно, рассмотренные сочетания являются полными функциональными эквивалентами при незначительном структурном расхождении.

5. *От всего сердца* (рус.) – *with all one's heart* (англ.) – ‘искренне, с полной самоотдачей’ [5, с. 148].

В обеих сочетаниях тайген *сердце / heart* выступает локусом – знаком вместилища искренних чувств и намерений [2, с. 34]. Закодированный стереотип – крайняя степень искренности субъекта. Конструкции *от всего / with all* в одинаковой степени указывают на полноту охвата данного локуса.

6. *Wear one's heart on one's sleeve* (англ.) – *душа нараспашку* (рус.) ‘открыто демонстрировать свои чувства’ [5, с. 113].

В английской идиоме тайген *heart* выступает объектом акции *wear* ‘носить’, а тайген *sleeve* ‘рукав’ – локусом *публичности, видимости*. Закодированный стереотип: человек, делающий своё эмоциональное состояние общедоступным. В русском языке аналогичный стереотип кодируется через тайген *душа* и ёген-признак *нараспашку* ‘широко открытый’. Данный случай – частичный эквивалент: тайген *heart* замещается тайгеном *душа*, кодирующим смежный стереотип в русской модели мира (*heart* → *душа*).

7. *By heart* (англ.) – *наизусть* (рус.) – ‘запомнить и точно воспроизвести’ [5, с. 150].

Английская идиома содержит тайген *heart* (‘сердце’), обозначающий *орган памяти и хранения знания*. Русский функциональный эквивалент *наизусть* апеллирует к акту устного воспроизведения. Значение запоминания наизусть совпадает, однако тайгены (обозначающие индивидов в роли медиаторов), принципиально отличаются: *heart* vs. *уста*, что указывает на существование лакуны в соматическом компоненте при наличии функциональной эквивалентности.

8. *Heart to heart* (англ.) – *разговор по душам* (рус.) – ‘откровенная беседа между близкими людьми’ [5, с. 145].

Английская идиома образована удвоением тайгена: *heart to heart* (‘сердце к сердцу’), создан образ прямого эмоционального контакта между двумя индивидами. В русском аналоге *разговор по душам* используется тайген *душа*, а не *сердце*. В обоих случаях подразумевается искренний, доверительный обмен между субъектами.

9. *To have a heart of gold* (англ.) – *золотое сердце* (рус.) ‘быть добрым, великодушным человеком’ [5, с. 128].

В обеих фразах тайген *сердце / heart* является носителем признака *золото / gold*, выражающего высшую ценность. Ёген *золотой / of gold* переносится с физического индивида (металла) на тайген, обозначающий нравственную характеристику. Закодированный стереотип (нравственное превосходство субъекта) совпадает.

10. *To break smb's heart* (англ.) – *разбить сердце* (рус.) ‘причинить глубокое эмоциональное страдание’ [5, с. 162].

Тайген *сердце / heart* в обеих сочетаниях выступает объектом разрушительной акции: *break / разбить*. Субъект акции – инициатор страдания, реципиент – тот, чья эмоциональная сфера нарушена. Закодированный стереотип: разрушение целостности эмоциональной сферы индивида-реципиента. Структура номинативной единицы идентична: субъект + ёген со значением разрушения + тайген – полный структурно-семантический эквивалент.

Типология межъязыковых соответствий

На основании проведённого анализа выделено три типа соответствий.

Полные эквиваленты: *сердце кровью обливается / my heart bleeds; от всего сердца / with all one's heart; золотое сердце / to have a heart of gold; разбить сердце / to break smb's heart; взять за сердце / to touch smb's heart*.

Частичные эквиваленты: *скрепя сердце / with a heavy heart; принять близко к сердцу / to take to heart; wear one's heart on one's sleeve / душа нараспашку; heart to heart / разговор по душам*.

Лакуна в соматическом компоненте: *by heart / наизусть*.

Таким образом, сопоставительный анализ русских и английских идиом с компонентом «сердце / heart» сквозь призму комбина́торной семантики А. Н. Гордея позволяет сделать следующие выводы.

Во-первых, тайген сердце / heart в обоих языках функционирует как информационный тайген — знак-вместилище эмоций, нравственных качеств, памяти и искреннего общения.

Во-вторых, большинство проанализированных единиц образуют полные или частичные межъязыковые эквиваленты, что говорит об универсальности самого принципа: стереотипы кодируются через физические тайгены.

В-третьих, расхождения в случаях частичной эквивалентности обусловлены либо разной ролью тайгена в структуре акции, либо заменой сердце / heart на *душа* в русском языке, что отражает культурно-специфическое разграничение смыслов между стереотипами *сердце* и *душа* в русской модели мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. Виноградов, В. В. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / В. В. Виноградов // Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М. : Наука, 1977. – С. 140–161.
2. Гордей, А. Н. Основания комбина́торной семантики / А. Н. Гордей // Слово и словарь = Vocabulum et vocabularium : сб. науч. тр. по лексикографии / отв. ред. Л. В. Рычкова [и др.]. – Гродно : ГрГУ, 2005. – С. 32–35.
3. Гордей, А. Н. Вновь о семантическом подходе к обработке данных на естественном языке / А. Н. Гордей // Иностранные языки в высшей школе / ФГБОУВО «Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина». – Рязань : Редакц.-изд. центр РГУ им. С. А. Есенина, 2023. – Вып. 3 (66). – С. 5–18.
4. Гордей, А. Н. Парадигма частей языка / А. Н. Гордей. – Гродно: Словообразование и номинативная деривация в славянских языках: материалы VIII Международной научной конференции. – 2003. – С. 173 – 179.
5. Кунин, А. В. Курс фразеологии современного английского языка / А. В. Кунин. – М. : Высшая школа, 1996. – 381 с.

П. В. ПРИВАЛОВА, П. В. ГИБКИЙ
Научный руководитель:
А. Н. Гордей, заведующий кафедрой теории и практики китайского языка д.ф.н., профессор.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ТЕМПОРАЛЬНОСТИ В БЕЗЛИЧНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЯХ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Аннотация: в результате исследования установлена роль комбинаций полусуффиксов 着 (zhe), 了 (-le) и 过 (guo) в обозначении временных отношений в рамках безличных предложений на китайском языке, а также выявлено то, как китайский язык моделирует реальность без опоры на категорию субъекта. Материалом работы выступили примеры из разных языковых регистров китайского языка, отобранные методом направленной выборки из Большого китайско-русского словаря и проанализированные при помощи дискурс-, количественного и компонентного анализа.
Ключевые слова: комбина́торная семантика; китайский синтаксис; безличные предложения; полусуффиксы 着 (zhe); 了 (-le); 过 (guo); передача времени; моделирование реальности; корпусный анализ.

В СТАТЬЕ рассматривается обозначение временных отношений в безличных предложениях китайского языка. Методологической базой работы послужила комбина́торная семантика – лингвистическая дисциплина, изучающая отображение языком динамики ролей индивидов в событии [1, с. 7]. В частности, в ходе исследования была использована парадигма частей языка, которая включает в себя тайгены и ёгены [2]. Частями языка принято считать подмножества языковой системы, элементами которых являются знаки с общим предельно абстрактным стереотипом в значении. Тайгены обозначают индивидов (реальных и виртуальных), ёгены – их признаки. Само же понятие «признак индивида» понимается широко, так как ёгенами считаются и единицы, указывающие как на, свойства, так и на процессы [3, с. 35].

Важно отметить, что темпоральная семантика в китайских конструкциях с факультативным подлежащим до сих пор не описана системно. Большинство лингвистов либо игнорируют такие случаи, либо трактуют их по образцу личных предложений. Новизна исследования заключается в попытке выявить, как отсутствие референциального субъекта меняет интерпретацию обозначения времени или сдвигает временную перспективу. Это, в свою очередь, позволяет заново поставить вопрос о границах категории «безличности» в китайском языке и о том, какую эта категория выполняет роль в организации темпоральной структуры высказывания.

Если рассмотреть исследуемую проблематику с позиции семантики, в китайском языке практически в любом «безличном» предложении можно восстановить подлежащее (например, для 下雨 xiàyǔ (‘идёт дождь’) – «небо», для 太热了 tàirèle (‘очень жарко’) – «погода» или «обстановка»). Тем не менее, в таких случаях возможно восстановление нескольких вариантов подлежащего, ни один из которых нельзя назвать единственно возможным.

Для определения безличного предложения было использовано понятие синтаксического нуля [4, с. 132] в случае намеренного опущения подлежащего в рамках предложения в позиции, где оно, согласно нормам синтаксиса китайского языка, не может быть.

В китайском языке нет словоизменения [2], поэтому отсутствуют и морфологические обозначения

временных отношений. Специфика безличных китайских предложений заключается в невозможности прямым образом восстановить субъект: его можно реконструировать семантически (исходя из контекста и логики), но нельзя – стилистически, так как это нарушило бы нормы китайской синтаксической организации высказывания. В этом заключается феномен синтаксического нуля, так как его отсутствие представляет структурно и семантически закрепленную норму синтаксического строя высказывания с опорой на модель мира. Такие конструкции демонстрируют определенный способ моделирования окружающей действительности сквозь призму языка, при котором событие не является привязанным к конкретному субъекту, который в рамках безличных китайских предложений не существовал и не будет существовать [5, с. 36].

Иными словами, высказывание организуется не вокруг носителя признака, а вокруг самого признака, процесса или состояния как самостоятельного элемента описываемой действительности.

В русле комбина́торной семантики исследуется процедуральное представление временных отношений (их обозначение комбинацией языковых единиц, каждая из которых в изолированном употреблении не имеет темпоральной референции) [2]. В частности, комбинацией полусуффиксов 着 (zhe) / 了 (-le) / 过 (guo) может создаваться эффект временных отношений (прошедшего / настоящего / будущего / будущего в прошедшем): см. подробнее статьи по ссылке: https://t.me/gibkit/738) [6], [7], [8], [9]. В нижепредставленной таблице представлены примеры, характеризующие употребление полусуффикса 着 (zhe) в прошедшем, настоящем и будущем времени. В первом предложении на будущее время декларативно (прямым образом) указывает модусный ёген[1] 会 (huì) (см. таблицу 1).

Таблица 1. – Комбинаторика полусуффикса 着 (zhe) в двусоставных предложениях

Двусоставное предложение на китайском языке	**Перевод на русский язык**	**Состояние, которое маркирует полусуффикс**
他们开着会呢。[10]	‘Они на собрании’.	Продолжительный характер незавершенного процесса в настоящем времени. Действие характеризуется как нерезультативное.
你听着！[10]	‘Ты послушай!’	Оформление побуждения к осуществлению долгого нерезультативного незавершенного процесса в ближайшем будущем.
我茫然地看着远方。[10]	‘Я бездумно смотрел вдаль’.	Процесс продолжительного характера в прошедшем времени, которое создается контекстом.

Полусуффикс 着 (zhe) характеризует процесс как долгий, нерезультативный, незавершенный и может использоваться во всех временных интерпретациях (проиллюстрировано примерами в таблице 2).

[1] См. Гордей, Е. А. Уточнение парадигмы модусных ёгенов и место в ней ёгенов 可以 [kěyi], 能 [něng] / Е. А. Гордей // Вес. БДПУ. Сер. 1, Педагогіка. Псіхалогія. Філасофія. – 2020. – № 3. – С. 72–75.

Таблица 2. – Комбинаторика полусуффикса 着 (zhe) в безличных предложениях

Безличное предложение на китайском языке	**Перевод на русский язык**	**Состояние, которое маркирует полусуффикс**
墙上贴着标语。[10]	‘На стене наклеен плакат’.	Продолжающийся незавершенный нерезультативный процесс, синхронный с моментом наблюдения.
我们出发时正下着雨。[10]	‘В то время, когда мы вышли, шел дождь’.	Процесс продолжительного незавершенного нерезультативного характера в прошедшем времени, которое задается контекстом.

Тем не менее, в безличных конструкциях с будущей временной направленностью показатель 着 (zhe) практически не встречается. Это объясняется тем, что будущее значение при употреблении 着 (zhe) связано с косвенным побуждением к осуществлению процесса. Реализация такого значения предполагает наличие активного участника ситуации, способного инициировать развитие процесса. В безличных предложениях, где субъектная позиция отсутствует, подобная семантика оказывается невозможной. Тем не менее, в случае наличия соответствующих лексических средств или модальных показателей 着 (zhe) может употребляться и в конструкциях с будущей временной перспективой, например: 明天这个时候门会开着 míngtiān zhè gè shíhòu mén huì kāi zhe ‘Завтра в это время дверь будет открыта’.

Иной характер имеет функционирование полусуффикса 了 (-le). Данный показатель представляет процесс как завершенный, результативный и краткий. 了 (-le) широко употребляется в безличных конструкциях, где позволяет локализовать событие относительно момента речи без необходимости введения субъекта. Тем самым полусуффикс 了 (-le) участвует в актуализации завершённости процесса и его результата, что подтверждается примерами, представленными ниже, в таблице 3.

Таблица 3. – Комбинаторика полусуффикса 了 (-le) в двусоставных предложениях

Двусоставное предложение на китайском языке	**Перевод на русский язык**	**Состояние, которое маркирует полусуффикс**
水位已经低了两米。[10]	‘Уровень воды снизился на два метра’.	Завершенность, краткость и результативность процесса в прошедшем времени.
我写了信就来。[10]	‘Я допишу письмо и приду’.	Завершенность краткость и результативность процесса в будущем времени и обозначение последовательности описанных событий.

不能再等了! [10]	‘Нельзя больше ждать! ’.	Завершенность краткость и результативность процесса в настоящем времени и обозначение необходимости изменения ситуации в настоящем времени.

Завершённое событие естественным образом интерпретируется как предшествующее моменту наблюдения или иной точке отсчёта, вследствие чего возникает эффект прошедшего времени. В безличных конструкциях роль 了 (-le) становится особенно заметной (см. примеры в таблице 4). Поскольку такие предложения не содержат активного субъекта, временная локализация события не может опираться на отношения между деятелем и процессом. Так, предложение 下雨了 xiàyǔle (‘пошел дождь’) может обозначать не столько «дождь шёл в прошлом», сколько «состоялся переход к ситуации дождя», то есть фиксировать факт наступления события.

Таблица 4. – Комбинаторика полусуффикса 了 (-le) в безличных предложениях

Безличное предложение на китайском языке	**Перевод на русский язык**	**Состояние, которое маркирует полусуффикс**
昨天下了场雨。[10]	‘Вчера шел сильный дождь’.	Завершенность, краткость и результативность процесса, изменения состояния в прошедшем времени.
写了报告。[10]	‘Написали отчёт ’.	Завершённость, краткость и результативность процесса в прошедшем времени.
来了很多人。[10]	‘Пришло много людей’.	Завершённость, краткость и результативность процесса в момент, описанная ситуация интретируется относительного настоящего времени.

В двусоставных предложениях 过 (guo) обычно употребляется при наличии субъекта-носителя опыта, который выступает участником или наблюдателем ситуации, и характеризует процесс как завершенный, длительный, причем без указания на результативность или нерезультативность. Тем не менее, в будущем времени 过 (guo) характеризует процесс как результативный (см. таблицу 5).

Таблица 5. – Комбинаторика полусуффикса 过 (guo) в двусоставных предложениях

Двусоставное предложение на китайском языке	**Перевод на русский язык**	**Состояние, которое маркирует полусуффикс**
去过俄罗斯而没有洗过俄罗斯桑拿浴,等于没去过俄罗斯。[10]	‘Побывать в России и не посетить русскую баню - всё равно, что не побывать в России’.	Завершенность и длительность процесса при индифферентности к результативности действия, актуального для настоящего времени.

凡是去过大连的人都说大连很美。[10]	‘Все, кто был в Даляне, говорят, что он прекрасен’.	Завершенность длительного процесса при отсутствии акцента на результативности действия. Процесс мыслится как относящийся к прошедшему времени.
我们吃过饭再走。[10]	‘Мы пойдем, когда поедим ’.	Предполагаемая завершенность процесса как условие последующего действия, актуального для будущего времени. Здесь же делается акцент на результате действия, что переход процесса из нерезультативного в результативный.

Как видно из примеров, 过 (guo) представляет процесс как завершённый, но семантически нейтрален по отношению к итоговой результативности.

В безличных предложениях, поскольку субъектная позиция отсутствует, процесс переходит на уровень описания объекта, а не субъекта, из-за чего событие получает более обобщенный и объективированный характер (см. таблицу 6).

Таблица 6. – Комбинаторика полусуффикса 过 (guo) в безличных предложениях

Безличное предложение на китайском языке	**Перевод на русский язык**	**Состояние, которое маркирует полусуффикс**
这里发生过什么事？[10]	‘Что здесь происходило?’.	Завершенность длительного процесса в прошедшем времени при индифферентности к результативности. Усиление объективировации.
现在出现过类似的问题。[10]	‘Сейчас уже возникали подобные проблемы’.	Завершенность длительного процесса в форме настоящего времени при индифферентности к результативности события.
以后发生过这种情况，就不好处理了。[10]	‘Если в будущем подобное уже случится, будет трудно справиться’.	Завершенность длительного результативного процесса в будущем. Акцентуация результативности процесса.

Таким образом, полусуффиксы 着 (zhe), 了 (-le) и 过 (guo) участвуют в формировании темпоральной интерпретации высказывания через различные способы характеристики процесса. 着 (zhe) представляет процесс как длительный, незавершённый и нерезультативный, однако его употребление в безличных конструкциях будущего времени ограничено необходимостью наличия активного субъекта. 了 (-le) характеризует процесс как завершённый, краткий и результативный, выступая важным средством обозначения временных отношений за счёт фиксации наступления события или нового состояния. 过 (guo) представляет процесс как завершённый и длительный, оставаясь нейтральным к его результативности; в безличных

конструкциях он соотносит прошлый опыт не с субъектом, а с самой ситуацией, придавая событию объективированный характер. Употребляясь в будущем времени, 过 (guo) может приобретать значение результативности, поскольку событие рассматривается как завершённое относительно будущей точки отсчёта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гордей, А. Н. Вновь о семантическом подходе к обработке данных на естественном языке / А. Н. Гордей // Иностранные языки в высшей школе / ФГБОУВО «Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина». – Рязань : Редакц.-изд. центр РГУ им. С. А. Есенина, 2023. – Вып. 3 (66). – С. 5–18.
2. Гордей, А. Н. Теоретическая грамматика восточных языков: лекционный курс / А. Н. Гордей. Минск, 2007. 1 эл. опт. диск (CD-ROM).
3. Гордей, А. Н. Основания комбина́торной семантики / А. Н. Гордей // Слово и словарь = Vocabulum et vocabularium : сб. науч. тр. по лексикографии / отв. ред. Л. В. Рычкова [и др.]. – Гродно : ГрГУ, 2005. – С. 32–35.
4. Усенко, И. Ю. Семантика и функционирование безличных моделей со значением необходимости в русском языке (на фоне китайского языка) / И. Ю. Усенко, А. И. Токина, Ю. Цзо // Филологический аспект : международный научно-практический журнал. – 2021. – № 11 (79). – С. 129–140. – URL: https://scipress.ru/philology/articles/semantika-i-funktsionirovanie-bezlichnykh-modelej-so-znacheniem-neobkhodimosti-v-russkom-yazyke-na-fone-kitajskogo-yazyka.html (дата обращения: 25.05.2026).
5. Емельченкова, Е. Н. Синтаксическое отсутствие в китайском языке / Е. Н. Емельченкова // Иностранные языки в высшей школе. 2023. № 3 (66). С. 34–41. DOI: 10.37724/RSU.2023.66.3.004.
6. Гибкий, П. В. Эффект прошедшего времени в китайском языке / П. В. Гибкий // Материалы ежегодной научной конференции студентов и магистрантов университета, Минск, 25–29 апреля 2022 г. : в 4 ч. – Минск : МГЛУ, 2022. – Ч. 4. – С. 165–166.
7. Гибкий, П. В. Эффект настоящего времени в китайском языке / П. В. Гибкий // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2022. – № 3 (36). – С. 92–96.
8. Гибкий, П. В. Эффект будущего времени в китайском языке / П. В. Гибкий // Вестник МГЛУ. Сер. 1, Филология. – 2025. – № 3 (136). – С. 7–13.
9. Гибкий, П. В. Семантика будущего времени в прошедшем в китайском, английском и русском языках / П. В. Гибкий // Вестник МГЛУ. Сер. 1, Филология. – 2025. – № 1 (134). – С. 26–37.
10. 大 БКРС = Большой китайско-русский словарь. – URL: https://bkrs.info (дата обращения: 26.04.2025).

Студенческое научное объединение
«Философия языка и коммуникации»
Руководитель: Д.В. Майборода

М. А. ВОЙТЕХОВСКАЯ
Научный руководитель:
Д. В. Майборода, доцент кафедры истории и социальных наук к.фил.н., доцент.

ФИЛОСОФИЯ ПЕДАГОГИКИ ЛОККА И КОНФУЦИЯ

Аннотация: в статье анализируются сходства и различия педагогических взглядов Локка и Конфуция с выяснением философских оснований их систем воспитания. Оба мыслителя признают решающую роль воспитания, но трактуют природу человека по-разному: Локк – как *tabula rasa* 'чистая доска', а Конфуций – как изначально гуманную. Идеал Локка: джентльмен (практический успех, разум), Конфуция: благородный муж (моральное совершенство, долг). Различия в физическом воспитании: фундамент – у Локка, растворённость в ритуале – у Конфуция. В нравственном воспитании: разумная дисциплина – у Локка, эмоционально-ритуальное привыкание – у Конфуция. В практической направленности: инструментальная – у Локка, экзистенциальная – у Конфуция. В роли путешествий: накопление опыта – у Локка, воплощение добродетели – у Конфуция. Вывод: две модели – «педагогика успешности» (Локк) и «педагогика совершенства» (Конфуций) остаются ориентирами целей воспитания.
Ключевые слова: педагогика; Джон Локк; Конфуций; чистая доска; джентльмен; благородный муж; нравственное воспитание.

ДЖОН Локк (1632–1704) и Конфуций (551–479 до н.э.) создали эталонные для своих цивилизаций системы воспитания. Сравнение их взглядов выявляет философские основания педагогики как в плане различия Запада и Востока, так и в аспекте универсальных принципов.

В современной науке философия педагогики Локка [8] и педагогическое наследие Конфуция [1; 9] хорошо изучены, однако актуален системный сравнительный их анализ. Теоретическая база исследования – книги Локка «Мысли о воспитании» [4] и Конфуция «Лунь юй» [3], а также труды И.С. Нарского [5] и Л.С. Переломова [7], в которых сопоставляются западная и восточная антропологические традиции.

1. Концепция 'чистой доски'.

Согласно Локку, ребёнок рождается без врождённых идей и знаний. Его сознание – 'чистая доска' (*tabula rasa*). Нравственные принципы не даны от рождения, все приобретается через опыт: ощущение и рефлексию. Локк считал, что воспитание всесильно и лишь от него зависит, каким вырастет ребёнок. Отсюда следует решающая роль воспитания: «Девять десятых людей… являются тем, что они есть… благодаря воспитанию» [6]. Эта идея легла в основу эмпирической психологии [5, с. 96 – 114].

Конфуций не использовал метафору *tabula rasa*, однако его педагогика также исходит из того, что человек формируется через обучение и воспитание. Философ утверждал: «По своей природе [люди] близки друг другу; по привычкам – далеки» [3, с. 141]. Под природой он понимал изначальную гуманность. Обучение – раскрытие изначальной человечности через ритуал и сыновью почтительность, является основой социальной стабильности.

Итак, при внешнем сходстве (человек формируем) обнаруживается различие в цели воспитания: у Локка – заполнение полезными знаниями и правилами из внешнего мира, у Конфуция – раскрытие лучшего, заложенного традицией и природой.

2. Воспитание джентльмена – благородного мужа.

Цель воспитания по Локку – формирование джентльмена: делового, физически крепкого, умеющего владеть

собой и обладающего практическими знаниями, добродетельного (как социальный контракт и разумное поведение). Джентльмен – обязательно дворянин, он должен быть полезен обществу: «быть готовым надеть оружие и стать солдатом» [4, § 15]. Умственное воспитание подчинено развитию характера и формированию образованного делового человека, изучаются только полезные дисциплины (чтение, письмо, счёт, ремёсла). Особое внимание уделяется религиозному и нравственному воспитанию. Религиозное воспитание – не формальное приучение к обрядам, а формирование уважения и любви к Богу. Нравственное – умение отказывать себе в удовольствиях [5, с. 313, 318]. Трудовое – овладение конкретными ремёслами (столярным или токарным делом). Все составляющие воспитания должны быть взаимосвязаны и обязательно получены дома.

У Конфуция цель – воспитание благородного человека, – следующего пути, обладающего человеколюбием и соблюдающего ритуал. Отсутствие гуманности страшнее смерти [3, с. 124], о ней нельзя забывать ни в спешке, ни в момент крайней опасности, ни во время еды [3, с. 24]. Необходимо постоянное самонаблюдение [2, с. 68–76].

Итак, оба мыслителя стремятся воспитать идеального человека, но Локк видит его как успешного члена общества, умеющего строить карьеру и находить личное счастье, уважая права других людей, а Конфуций – как носителя внутренней безупречности с ориентацией на долг, а не на выгоду [3, с. 25].

3. Физическое воспитание как фундамент.

Локк провозглашает: «Здоровый дух в здоровом теле» [4, § 1]. Философ даёт подробные рекомендации по закаливанию (холодная вода, тонкая обувь, открытый воздух), режиму питания, сну и физическим упражнениям [4, §§ 4-7]. Физическое здоровье – непременное условие для воспитания мужества и послушного духу тела.

У Конфуция физическое воспитание не выделено отдельно, а включено в ритуальные практики и «шесть искусств» (стрельба из лука, управление колесницей) [2, с. 68–76], рассматривается как часть гармоничного развития, а не как самостоятельная цель. Телесное неразрывно связано с этическим, и попытка их разделить разрушила бы саму суть конфуцианского воспитания.

Тут разница – не в наборе упражнений, а в понимании связи тела и духа: у Локка тело – это инструмент, у Конфуция – часть нравственного существования.

4. Нравственное воспитание через привычки и разум.

Локк акцентирует нравственное воспитание, причем настаивает на формировании привычек через упражнения, а не через абстрактные правила [4, §§ 64-66]. Важно уметь отказываться от удовольствий, следовать разуму, владеть собой, учиться изящным манерам. На ранних этапах необходим «страх и уважение» к воспитателю, позже – «любовь и дружба» [4, §§ 96-99]. Телесные наказания отвергаются как порождающие «рабский характер» [4, §§ 47-52, § 78]. Похвала и порицание у Локка – более сильные инструменты, чем розги. Важен личный пример воспитателя.

У Конфуция нравственное воспитание – основа педагогики. Главная добродетель – человеколюбие, реализуемое через следование ритуалу и заботу о ближних. Привычки формируются через подражание образцам и постоянную рефлексию: «Когда трое идут, среди них есть мой учитель» [3, с. 22].

Итак, оба мыслителя видят нравственность как результат воспитания, но пути формирования морали мыслятся различно. Локк делает ставку на разумное самоограничение, Конфуций – на эмпатию, ритуал и долг. Это – разные модели нравственного воспитания, «рациональная» и «эмоционально-ритуальная».

5. Практическая направленность обучения.

Локк следует принципу пользы и рекомендует обучать только тем предметам, которые пригодятся джентльмену в жизни: чтение, письмо, рисование, география, арифметика, бухгалтерия, ремёсла. Латынь нужна лишь будущим учёным. Особое внимание философ рекомендует уделять выбору воспитателя, который должен научить своего воспитанника разбираться в людях, «срывать маски… различать то подлинное, что лежит в глубине» [4, §94; 6].

Конфуций также подчёркивал практическую пользу знаний, но иначе: знание нужно для правильного поведения в обществе и управления государством. Изучение классических канонов Ши цзина и Шу цзина было практическим, через них человек постигал законы гармонии. Обучение – это прежде всего образ жизни посредством приобщения к ритуалу и музыке, помогающих человеку управлять своими эмоциями [3, с. 13].

Итак, важнейшее различие подходов – то, что практичность у Локка инструментальна (знание как средство успеха), а у Конфуция – экзистенциальна (как способ становления человека).

6. Путешествие как завершающий этап воспитания.

Локк считал, что «Путешествие венчает дело и довершает образование джентльмена» [4, § 212]. Цели: изучение языков, политики и экономики, расширение кругозора, полезные знакомства. Рекомендуемый возраст – от 7 до 16 лет [4, §§ 212 – 214].

Конфуций много путешествовал в поисках правителя, готового воплотить его идеи: «Дао-Путь [здесь] не принимают. Сяду на плот и поплыву к морю…» [3, с. 6]. Эти слова являются ключевыми и объясняют причину странствий. Путешествие – активный поиск места для служения, проверка учеников на верность принципам и стойкость в нужде: «Благородный муж, впадая в нужду, стойко её переносит» [3, с. 1].

Оба мыслителя придавали странствиям образовательное значение, но Локк видит его как опыт для интеграции в общество, а Конфуций – как воплощение добродетели. Но оба сходятся в том, что полноценное формирование личности невозможно без выхода за пределы привычного мира.

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы. Оба мыслителя признают решающую роль воспитания, но исходную природу человека они понимают по-разному: Локк видит в ребёнке «чистую доску», а Конфуций исходит из изначальной гуманности, требующей раскрытия. Идеальный образ джентльмена ориентирован на практический успех, тогда как благородный муж нацелен на моральную безупречность. Физическое воспитание у Локка выступает осознанным фундаментом, у Конфуция же оно растворено в ритуале. Нравственное воспитание у Локка имеет рационально-дисциплинарный характер, а у Конфуция – эмоционально-ритуальный. Знание трактуется Локком как инструмент успеха, а Конфуцием – как путь самосовершенствования. Эти различия воплощают разные педагогические модели: педагогика социальной успешности (Локк) и педагогика морального совершенства (Конфуций). Обе сохраняют значение актуальных ориентиров в современном образовании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бабаян С.М. Вклад Конфуция в развитие педагогической мысли // Молодой ученый. – 2024. – № 21 (520). – С. 184-185. – Режим доступа: https://moluch.ru/archive/520/114546. – Дата доступа: 14.04.2026.
2. Блажкина, А. Ю. Конфуцианская образовательная концепция (на примере трактата Кун-цзы цзя юй) / А. Ю. Блажкина // Проблемы современного образования. – 2022. – № 4. – С. 68–76. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/konfutsianskaya-obrazovatelnaya-kontseptsiya-na-primere-traktata-kun-tszy-tszya-yuy/viewer. – Дата доступа: 14.04.2026.
3. Конфуций. Лунь юй (Беседы и суждения) [Электронный ресурс] / Конфуций. – Режим доступа: https://opentextnn.ru/old/data/files/konfut.pdf. – Дата доступа: 14.04.2026.

4. Локк, Д. Мысли о воспитании [Электронный ресурс] / Джон Локк. – Режим доступа: http://az.lib.ru/l/lokk_d/text_1694_some_thoughts_concerning_education.shtml. – Дата доступа: 14.04.2026.
5. Локк, Д. Сочинения : в 3 т. / Д. Локк ; под ред. И. С. Нарского. – Москва : Мысль, 1985. – Т. 3. – 668 с.
6. Локк, Д. Цитаты автора [Электронный ресурс] / Д. Локк. – Режим доступа: https://citaty.info/man/dzhon-lokk?page=1. – Дата доступа: 14.04.2026.
7. Переломов, Л. С. Конфуций: жизнь, учение, судьба / Л. С. Переломов. – Москва : Наука. Издательская фирма «Восточная литература», 1993. – 440 с.
8. Пономарева, С. В. Гносеология Джона Локка и проблема воспитания / С. В. Пономарева // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2-2. – С. 275. – Режим доступа: https://science-education.ru/ru/article/view?id=19928. – Дата доступа: 14.04.2026.
9. Попов, П. П. Педагогические идеи Конфуция: исторический контекст и современное значение / П. П. Попов, А. С. Паланто, С. С. Игнатович // Педагогика: история, перспективы. –2026. – Т. 8, № 6. – Режим доступа: https://www.dpo-journal.ru/index.php/pvsz/article/view/386. – Дата доступа: 14.04.2026.

П. И. ШАВРОВА
Научный руководитель:
Д. В. Майборода, доцент кафедры истории и социальных наук к.фил.н., доцент.

ОТНОШЕНИЕ К ДРУГОМУ У САРТРА И В КИТАЙСКОЙ ФИЛОСОФИИ

Аннотация: в статье сравнивается трактовка межчеловеческих отношений у Жан-Поля Сартра (по книге «Бытие и ничто» части 3 главе 3 «Конкретные отношения с Другим») и в даосизме (по трактатам «Дао дэ цзин» и «Чжуан-цзы»). Сартр видит в Другом источник отчуждения и конфликта, китайские философы – естественность без борьбы. Анализируются понятия взгляда, желания, 'недеяния' (у *вэй*), «совершенномудрого». Выявляется, что для Сартра Другой – это граница свободы, для китайской традиции – часть гармонии 'Пути' (*Дао*). Делается вывод о двух несводимых моделях: экзистенциально-конфликтной и натуралистически-гармоничной.
Ключевые слова: Сартр; даосизм; Другой; конфликт; недеяние; взгляд; «Дао дэ цзин»; «Чжуан-цзы»; бытие-для-другого.

ЖАН-ПОЛЬ Сартр (1905–1980) и древние китайские философы (Лао-цзы, Чжуан-цзы, VI–III вв. до н.э.) предложили две глубоко различные модели понимания Другого. Сравнение их взглядов выявляет не только разницу между западным экзистенциализмом и восточной традицией, но и разные ответы на вопрос о том, как возможны подлинные отношения между людьми. Оба подхода признают, что Другой меняет моё существование, однако трактуют это изменение совершенно по-разному – как угрозу и как естественное обстоятельство.

1. Исходная точка: конфликт у Сартра и гармония в китайской философии.

Сартр утверждает, что «конфликт есть первоначальный смысл бытия-для-другого» [1, с. 359], а это означает, что появление Другого немедленно лишает меня полного контроля над собственной самостью. Другой видит меня, оценивает, навязывает мне определения, от которых я не могу отказаться по своей воле. В китайской философии, напротив, нет такого исходного конфликта. В «Дао дэ цзин» говорится: «Превратности пути Дао – это также и его прямые пути» [2, с. 54], то есть Другой не выбивает меня из колеи, поскольку изначально не существует жёсткой границы между «я» и «не-я». Чжуан-цзы приводит знаменитый пример про бабочку: он не знает, Чжуан-цзы ли снилась бабочка или бабочке снился Чжуан-цзы [3, с. 49]. Для Сартра такое смешение было бы ужасом, означающим потерю субъективности, тогда как для китайского философа это естественное состояние.

2. Взгляд Сартра и «смотрение без намерения» у китайских мыслителей.

Сартр подробно разбирает феномен взгляда, показывая, что «Другой хранит секрет – секрет того, чем я являюсь» [1, с. 355]. Из-за этого я оказываюсь перед выбором: либо самому превратить Другого в объект (через садизм или безразличие), либо отдать себя ему (через мазохизм или любовь), однако оба пути ведут в тупик. В китайской традиции взгляд не несёт в себе такого насильственного заряда. «Дао дэ цзин» учит: «Кто знает меру, не знает стыда» [2, с. 58], а это означает отсутствие страха быть оценённым со стороны. Чжуан-цзы описывает совершенномудрого, который смотрит на вещи без предвзятости: «Совершенномудрый человек не навязывает себя, поэтому он может видеть свет во тьме» [3, с. 87]. Иными словами, я не пытаюсь захватить Другого взглядом и не прячусь от его взгляда, а просто смотрю и позволяю смотреть. Для Сартра такая позиция была бы непонятной, поскольку он полагает, что без борьбы нет подлинных отношений. Для китайских

философов, именно борьба как раз и мешает отношениям.

3. Желание и обладание против 'недеяния' (*у вэй*).

Сартр пишет о сексуальном желании следующее: «Желание является попыткой освободить тело как от его движений, так и от одежд и заставить его существовать как чистую плоть» [1, с. 390]. Однако эта попытка постоянно проваливается, потому что в тот момент, когда я хочу схватить плоть Другого, моя собственная рука перестаёт быть плотью и превращается в инструмент, а желание начинает метаться между мазохизмом и садизмом. Китайская философия (даосизм) предлагает вместо этого принцип 'недеяния' (*у вэй*), который не означает пассивности, но предполагает действие без насилия над естественным ходом вещей. В «Дао дэ цзин» сказано: «Путь Дао всегда осуществляет недеяние, но нет ничего, что бы им не делалось» [2, с. 49]. Применительно к Другому это означает, что не надо его присваивать или превращать в вещь, а следует позволить ему быть самим собой. Чжуан-цзы рассказывает историю плотника, который видел деревья не как материал, а как живых существ и потому не навязывал им свою волю [3, с. 154]. Если перенести этот принцип на межчеловеческие отношения, то любить или желать Другого – не значит его захватывать, а значит быть рядом, не разрушая его свободы.

4. Стыд и отсутствие внешнего судьи.

У Сартра стыд оказывается фундаментальным переживанием, возникающим в тот момент, когда я ловлю на себе взгляд Другого и осознаю, что я – это то, что видят со стороны. Феномен «мы-объект» описывается Сартром как стыд от того, что нас застали вдвоём за каким-либо занятием [1, с. 425]. В китайской традиции стыд связывается не со взглядом как таковым, а с нарушением 'Пути' (*Дао*). «Дао дэ цзин» предписывает: «Будьте внимательны к своей внутренней сущности, и тогда внешние вещи не смогут вас коснуться» [2, с. 66]. Другими словами, не Другой заставляет меня стыдиться, а моё собственное отклонение от правильного пути. Чжуан-цзы высмеивает тех, кто чрезмерно заботится о мнении толпы: «Они беспокоятся о том, что о них скажут, как будто это может изменить истину» [3, с. 112]. У Сартра невозможно перестать беспокоиться, потому что Другой всегда присутствует как взгляд. У китайского мудреца это возможно только при условии достижения состояния «пустого сердца».

5. Практический вывод: что делать с Другим?

Сартр не предлагает никакого рецепта благополучных отношений. В конце главы он признаёт, что мы бесконечно качаемся между Другим как объектом и Другим как субъектом [1, с. 409]. Любовь не работает, садизм не работает, безразличие оказывается самообманом, и остаётся только честно признать конфликт и жить с ним, не надеясь на окончательное разрешение. Китайские философы дают рецепт, хотя и не вполне привычный для европейского сознания. «Путь, который может быть выражен словами, не есть постоянный путь» [2, с. 11] – эту фразу из «Дао дэ цзин» можно отнести и к отношениям с Другим: их нельзя описать в виде жёстких правил. Однако можно следовать принципу 'недеяния' (*у вэй*): не пытаться переделать Другого, не бояться его взгляда и не стремиться его присвоить. Чжуан-цзы пишет: «Совершенномудрый сближается с людьми, но не сливается с ними. Он не боится, что его замарают» [3, с. 91]. Это состояние почти совпадает с тем, что Сартр называет «быть объектом», но в нём нет сартровского ужаса, поскольку здесь отсутствует жёсткая граница между субъектом и объектом – эта граница признаётся условной.

Таким образом, получается два разных способа отвечать на одни и те же

вопросы. Сартр говорит: Другой ограничивает мою свободу, поэтому между нами всегда есть напряжение, его не снять ни любовью, ни желанием, ни садизмом. Философ не даёт рецептов, его анализ заставляет признать: идеального слияния с Другим не бывает. Китайские мыслители считают иначе: проблема не в Другом, а в моём собственном беспокойстве, в том, что я слишком цепляюсь за своё «я». Если научиться смотреть на мир без намерения захватить или защититься, взгляд Другого перестанет быть угрозой. Оба подхода имеют свои недостатки, в частости то, что Сартр преувеличивает конфликт, или то, что даосского идеала трудно достичь в обычной жизни. Тем не менее обе модели остаются значимыми ориентирами для понимания того, что значит быть с Другим, даже если они предлагают прямо противоположные ответы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сартр, Ж. П. Бытие и ничто: Опыт феноменологической онтологии / Ж. П. Сартр; пер. с фр., предисл., примеч. В. И. Колядко. – М.: Республика, 2000. – 639 с.
2. Лао-цзы. Дао Дэ Цзин. Книга пути и благодати / Лао-цзы; пер. с кит. А. Е. Лукьянова. – М.: Эксмо, 2008. – 400 с. – (Антология мудрости).
3. Чжуан-цзы. Чжуан-цзы. Ле-цзы / Чжуан-цзы; пер. с кит., вступ. ст. и примеч. В. В. Малявина. – М.: Мысль, 1995. – 440 с. – (Философское наследие).

Студенческое научное объединение
«Лингвистические и лингвокультурные аспекты письменного перевода»
Руководитель: Т.И. Голикова

А. А. ДУДКО
Научный руководитель:
Т. И. Голикова, доцент кафедры современных технологий перевода к.ф.н., доцент.

КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ В НАЗВАНИЯХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ МАРКА ШАГАЛА

Аннотация: в статье анализируется творчество художника с мировым именем, уроженца города Витебск, Марка Шагала, работавшего со своими картинами в своеобразной манере поэтического символизма и метафоризации образов. В анализе подчеркивается, что перевод названий картин художника (артионимов) связан с учетом культурно-исторического контекста, включающего особенности сюжета картины, ее замысла, стиля и техники, с которыми работал художник. Описаны стратегии перевода названий картин художника на основе анализа 80 произведений живописи Марка Шагала.
Ключевые слова: артионим; название картины; Марк Шагал; живопись; стратегии перевода; культурный контекст.

МАРК Шагал – это не просто имя в истории искусства, это особый мир, сотканный из ярких красок, глубоких эмоций и неповторимой поэтики. Кисть художника могла превратить его холст в сцену, где переплетались реальность и фантазия, земное и небесное. Рожденный на белорусской земле, в Витебске, Марк Шагал пронёс через всю свою жизнь и творчество любовь к родному краю, его традициям и культуре, что нашло отражение в сюжетах его многочисленных полотен.

Живописные полотна художника можно назвать визуальными поэмами, наполненными символизмом и метафорами. Художник будто сам парил над крышами родного города, населяя свои полотна летающими влюблёнными и мифическими существами, создавая своеобразный мир, где стираются границы между сном и явью. М. Шагал сумел соединить в своём творчестве традиции еврейской культуры, белорусский фольклор и новаторские течения авангарда, создав свой собственный художественный язык, который до сих пор восхищает и вдохновляет почитателей его творчества во многих странах.

Вклад Марка Шагала в белорусское и мировое искусство весом и значим. Он не просто прославил свою родину на весь мир, но и показал, как глубоко национальные корни могут питать творчество, делая его универсальным и вечным. Картины М. Шагала – подобно мосту между культурами, между прошлым и будущим, между землёй и небом. А для того, чтобы его творчеством могли наслаждаться люди по всему миру, важен адекватный перевод названий работ Марка Шагала на многие языки, включая английский язык.

Перед переводчиком названий произведений искусства, или артионимов [1], стоит задача, требующая не только лингвистической точности, но и глубокого понимания культурного контекста, в котором создавалось произведение. Артионим несет в себе многогранную коммуникативную нагрузку, поскольку он отражает замысел художника, передает суть изображенного

на полотне, вызывает определенные эмоции и эстетические переживания у зрителя, а также несет в себе отпечаток культуры и эпохи, в которой творил автор.

Особую сложность представляют случаи, когда названия произведений искусства содержат фразеологизмы (например, *Демьянова уха* 'Demyan's Fish Soup', Андрей Попов, 1856), игру слов (*One and three chairs* 'Один и три стула', Joseph Kosuth, 1965) или намеренно искаженные выражения (*Yadadamean* 'Ядадамин'/'Паньмаеш', Troy Chew, 2020) – фонетическое искажение фразы "You know what I mean?", которые могут быть понятны лишь носителям языка и культуры оригинала. В идеале, переведенный артионим должен стать полноценной заменой названия в оригинале, сохранив его функциональность, содержание и структуру. Однако это не всегда означает дословный перевод или полное сохранение структуры названия, хотя и такой вариант возможен. Например, *Жаба, которая мечтала стать большой, как бык* 'The frog who wished to be as big as the ox' (М. Шагал, 1930).

При переводе артионимов переводчики используют различные стратегии, к которым мы относим дословный перевод, трансформационный перевод, полную замену названия. Дословный перевод применяется, когда название не содержит непереводимых реалий и когда форма и содержание не противоречат друг другу, например, *Дама, играющая с зонтиком* 'Woman Playing with Umbrella' (И. Репин, 1874).

Трансформация названия необходима, когда лексические, стилистические, функциональные или прагматические факторы требуют изменений. К примеру, *Витязь на распутье* 'A Knight at the Crossroads' (В. Васнецов, 1878). В данном случае применена генерализация: слово *витязь* 'былинный воин' заменено словом с более общим понятием *knight* 'рыцарь', поскольку в английском языке отсутствует узкое значение.

В ходе анализа переводческих приёмов и трансформаций, используемых при переводе названий 80 картин М. Шагала с русского языка на английский язык, нами выявлены некоторые закономерности. Иллюстрации картин заимствованы из альбомного описания живописи М. Шагала [2].

Так, картины, содержащие в русскоязычном варианте только одно слово в названии, практически всегда переводятся с помощью эквивалента: *Материнство* 'Maternity'*; Цыганка* 'Gypsy'*; День рождения* 'Birthday'*; Концерт* 'Concert'*; Одиночество* 'Solitude'.

Дословный перевод применяется при переводе названий, состоящих из нескольких слов, каждое из которых является именем нарицательным: *Двойной портрет со стаканом вина* 'Double Portrait with a Glass of Wine'*; Часы с синим крылом* 'Clock with Blue Wing'*; Невеста с веером* 'Bride with Fan'*; Невеста с синим лицом* 'Bride with Blue Face'*; Корова с зонтиком* 'Cow with Parasol'. Как можно заметить, в некоторых названиях картин отсутствует неопределенный артикль как показатель имени существительного в единственном числе, что объясняется рядом причин. Во-первых, в названиях произведений искусства используется нулевой артикль для краткости и большей выразительности. В этом случае название представляется лаконичным и запоминающимся. Во-вторых, название картины воспринимается скорее как заголовок или метка, а не как полноценная грамматическая структура. Отсюда – в заголовках допустимо опущение служебных слов, включая артикли. В-третьих, опущение артикля применяется для экономии места. Особенно это актуально для музейных табличек и каталогов с ограниченным пространством регистрации. Следует также отметить, что

в англоязычных названиях каждое значимое слово пишется с заглавной буквы. Данная практика называется title case (заглавный регистр) и является отличительной особенностью названий в английском языке. Она обусловлена привлечением внимания к названию произведения, созданием формального и уважительного тона и соблюдением правил стиля (рис. 1).

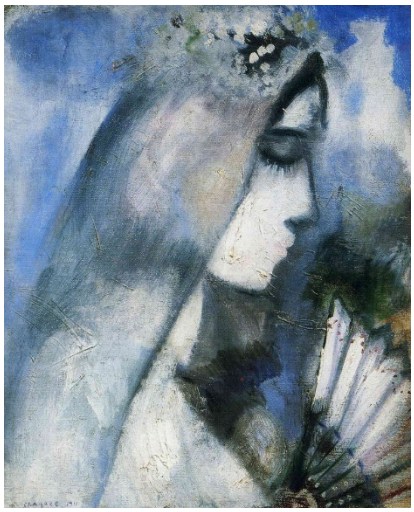


Рис. 1. Невеста с веером, 1911
Bride with Fan

В случаях, когда в названиях картин фигурируют имена собственные, переводчики прибегают к трём основным приёмам перевода: транслитерации, транскрипции и традиционному соответствию.

В силу того, что одной из основных тематик картин М. Шагала является малая родина, в названиях его работ часто упоминается город *Витебск*. Для передачи названия на английский язык применяется транслитерация ‘Vitebsk’. Ещё одним примером может послужить название картины *Солнце Пороса*, переводимое с помощью калькирования и транслитерации как ‘The Sun of Poros’.

Приём транскрипции встречается реже, а именно – при передаче имён людей в уменьшительно-ласкательной форме: *Портрет сестры художника (Анюта)* ‘Portrait of Artist's Sister (Aniuta)’*; Маня режет хлеб* ‘Mania Cutting Bread’ (рис. 2).

Рис. 2. Портрет сестры художника (Анюта), 1910
Portrait of Artist's Sister (Aniuta)

Ещё одно тематическое направление, в котором работал М. Шагал – это изображение библейских сюжетов. В названии таких картин зачастую фигурируют имена персонажей, которые передаются с помощью традиционного соответствия: *Благословление Ефрема и Манассии* ‘Blessing of Ephraim and Manasseh’*; Пророк Иеремия* ‘The Prophet Jeremiah’*; Моисей получает Скрижали Завета* ‘Moses Receiving the Tablets of Law’ (рис. 3).

Рис. 3. Благословление Ефрема и Манассии, 1931
Blessing of Ephraim and Manasseh

При переводе некоторых названий картин возникает необходимость учитывать культурные реалии, присущие русскоязычной картине мира. Например, в названии *Любовники у избы* слово *изба*,

обозначающее традиционный русский деревянный дом, передается с помощью транслитерации ‘isba’. Это демонстрирует, как уникальные элементы русской культуры находят отражение в названиях картин художника и требуют особого подхода при переводе.

Кроме культурного контекста, который учитывается при переводе реалий, переводчику приходится обращать внимание на исторический контекст. Например, название работы *Аптека в Витебске* переведено как ‘Apothecary in Vitebsk’. Слово ‘apothecary’ считается архаичным и редко используется в современном английском языке, однако переводчик выбрал данное вариантное соответствие, чтобы передать историческую атмосферу картины, используя более употребительное слово того периода. Кроме того, ‘apothecary’ часто ассоциируется с традиционным ремесленным подходом к приготовлению лекарств, в отличие от современных ‘pharmacy’ или ‘drugstore’, которые могут подразумевать скорее коммерческий подход к продаже лекарств, предметов медицинского назначения и др. Возможно, переводчик хотел подчеркнуть исторический аспект, учитывая, что в начале XX века аптеки часто выполняли роль не только места продажи лекарств, но и места их приготовления.

По такому же принципу название картины *Маленькая гостиная* было передано как ‘Small Drawing Room’. Как и в предыдущем примере, переводчик с учетом культурного контекста передал атмосферу того времени, использовал старое словосочетание ‘drawing room’, предпочитая его вариантам ‘sitting room’ и ‘living room’ с более нейтральным и общем значением. Исторически ‘drawing room’ – *гостиная* – была местом, где собирались гости после обеда, особенно в домах высшего класса. Оно ассоциируется с атмосферой элегантности, изысканности, дорогого убранства. Заметим, что Марк Шагал, хотя и был выходцем из скромной семьи, часто изображал в своих картинах сцены из жизни среднего и высшего класса. Не исключено, что переводчик, интерпретируя замысел художника, предпочёл использовать термин, отсылающий зрителей к более элегантной среде.

Таким образом, анализ перевода названий картин Марка Шагала на английский язык выявил, что это сложный и многогранный процесс, требующий от переводчика не только лингвистической компетенции, но и глубокого понимания культурного и исторического контекста. Переводчики используют разнообразные стратегии, от дословного перевода до трансформации и замены названий, стремясь сохранить не только смысл, но и эмоциональную окраску, а также культурные особенности оригинальных артионимов.

Особое внимание уделяется передаче русскоязычных реалий, имён собственных и исторически обусловленных терминов. Транслитерация, транскрипция и традиционные соответствия позволяют сохранить уникальность и культурную значимость произведений Марка Шагала для англоязычной аудитории.

Анализ показал, что перевод артионимов – это не просто передача словесной формы, но и интерпретация художественного замысла автора произведения с учетом культурного контекста. Переводчик выступает в роли посредника между культурами, стремясь представить на английском языке творчество Марка Шагала в доступном и понятном для людей виде.

Подчеркнем, что перевод названий картин Марка Шагала – это важный вклад в популяризацию его творчества и распространение мирового культурного наследия художника с белорусскими корнями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Махортова, Т.Ю. Названия произведений живописи как объект транслатологического исследования / Т. Ю. Махортова // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. – 2023. – № 12 (104). – URL: https://scipress.ru/philology/articles/nazvaniya-proizvedenij-zhivopisi-kak-obekt-translatologicheskogo-issledovaniya.html (дата обращения: 05.05.2026).
2. Walther, I. F. Chagall / I. F. Walther, R. Metzger. – Cologne : Taschen, 1993. – 96 с.

А. С. КУХАРЕВ
Научный руководитель:
Т. И. Голикова, доцент кафедры современных технологий перевода к.ф.н., доцент.

ПРЕДПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК КЛЮЧ ПОНИМАНИЯ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В РОМАНЕ Э. ХЕМИНГУЭЯ «ПО КОМ ЗВОНИТ КОЛОКОЛ»

Аннотация: в статье рассматривается предпереводческий анализ романа Э. Хемингуэя «По ком звонит колокол». Описаны особенности первого этапа предпереводческого анализа на основе структуры, предложенной переводчиком-теоретиком И. С. Алексеевой, а именно внешние сведения о романе, целевая аудитория, состав и плотность информации, оценка художественных образов, ключевые слова для передачи смыслов произведения. Сделан вывод о том, что предпереводческий анализ – важный инструмент для сохранения художественно-эстетического воздействия на читателя и передачи глубины смыслов оригинала романа в его переводе на русский язык.
Ключевые слова: предпереводческий анализ; роман «По ком звонит колокол»; испанизмы; архаизмы; семантический анализ; лексические особенности; Эрнест Хемингуэй.

РОМАН американского писателя Эрнеста Хемингуэя «По ком звонит колокол» [1] относится к числу одного из самых важных произведений XX века, безусловно, представляющего интерес с переводоведческой точки зрения. Роман неоднократно переводился на русский язык и вызывал многочисленные споры и дебаты по поводу переводческих стратегий и тактик. Для того чтобы лучше понять замысел автора произведения и его воплощение в вариантах перевода целесообразно использовать понятие предпереводческого анализа художественного текста, разработанное в трудах И. С. Алексеевой «Профессиональное обучение переводчика» и «Введение в переводоведение» [2; 3].

Предпереводческий анализ текста оригинала представляет собой комплексную процедуру, осуществляемую переводчиком до начала процесса перевода и направленную на формирование обоснованных переводческих решений. Наш анализ романа Э. Хемингуэя проводится на основе этапов предпереводческого анализа, разработанных И. С. Алексеевой в указанных трудах.

К первому этапу предпереводческого анализа относится сбор и описание внешних сведений о произведении, включающих информацию об авторе, время создания и публикации произведения, особенности литературного направления и жанра произведения, культурные и лингвистические особенности языка оригинала.

Определив эти параметры, переводчик переходит к анализу адресата произведения, то есть предполагаемой аудитории, для которой создавался оригинал и для которой предназначается перевод.

Следующий компонент первого этапа анализа заключается в выявлении состава информации и её плотности, что позволяет оценить особенности текста произведения на различных уровнях, а именно графическом, включающем композицию и оформление, лексическом, грамматическом и стилистическом.

Поскольку художественный текст представляет собой литературное произведение, основной целью которого является оказать художественно-эстетическое воздействие на читателя, особое внимание в процессе анализа уделяется семантическому уровню. Переводчику необходимо обеспечить передачу смыслов произведения, что делает недостаточным анализ текста произведения сугубо в рамках лингвистического подхода.

Ещё одним компонентом рассматриваемого этапа является анализ текста с литературной точки зрения, что предполагает оценку художественных образов, используемые стилистические средства, их эмоциональное воздействие на концептуальное содержание произведения.

Остановимся на внешних сведениях о романе Э. Хемингуэя «По ком звонит колокол». Роман создавался в критический момент мировой истории – сразу после Гражданской войны в Испании (1936–1939). Эта война стала одним из первых крупных вооружённых конфликтов между враждующими силами. В 1937 году Эрнест Хемингуэй находился в Испании в качестве военного корреспондента, и все переживания, связанные с войной, подтолкнули его к написанию романа.

Содержание текста романа можно подразделить на три основных вида информации: когнитивную, эмоциональную и эстетическую.

Когнитивная информация представлена в виде объективных сведений о внешнем мире. Для её передачи характерно использование однозначных слов, семантика которых не зависит от контекста. В тексте она выражена в описании плана действий персонажей, указаний, деталях обстановки и окружающей среды, которые помогают читателю ориентироваться в пространстве и времени. Например, *He lay flat on the brown, pine-needled floor of the forest, his chin on his folded arms, and high overhead the wind blew in the tops of the pine trees* [1, с. 1]. ‘Упершись подбородком в сложенные руки, он лежал на устилавшем землю мягком лесном ковре из бурой хвои, а высоко над его головой ветер раскачивал верхушки сосен’ [4, с. 5].

Эмоциональная информация направлена на воздействие на чувства читателя. Она передаётся с помощью оценочной и эмоционально окрашенной лексики. Выражается чаще всего во внутренних монологах героев, взаимодействии друг с другом. Практически в каждом диалоге эмоциональная информация превалирует над остальными типами. К самым частотным эмоциям в романе можно отнести влюбленность, тревогу, страх, чувство неопределенности, ненависть, гордость. Например: *“I love thee, my little rabbit”* [1, с. 262]. *“Then just shut up about what we are to do afterwards, will you, Inglés?”* [1, с. 150].

Эстетическая информация вызывает у читателя ощущение красоты. В романе она представлена в виде метафор при описании природы, в мечтаниях героев о хорошей жизни, для чего используются эпитеты и образные определения, через символику и аллюзии, а также через ритмическую составляющую текста. *[про ветер перед бураном] It was like the excitement of battle except that it was clean. There is a wind that blows through battle but that was a hot wind; hot and dry as your mouth; and it blew heavily; hot and dirtily; and it rose and died away with the fortunes of the day. He knew that wind well* [1, с. 181–182]. ‘Это было как опьянение боем, только чище. И в бою тоже бушует ветер, но горячий, сухой и горячий, ветер, от которого пересыхает и жжет во рту, и дует он резкими порывами – горячий, с пылью; то налетает, то замирает, изменчивый, как боевая удача. Да, он хорошо знал этот ветер’ [5, с. 189]

В романе заметна стилизация английского языка под речь испанцев. Э. Хемингуэй калькирует испанские синтаксисические структуры, используя характерные обороты, создавая особый «испанизированный английский»: *How do they call thee?* [1, с. 3]. Здесь представлена калька с испанского выражения “¿Como te

llama?", а не английский эквивалент "What's your name?".

Заметим, что испанизмы оставлены без перевода и в оригинале, и в переводе на русский язык для сохранения чуждости и подчеркивания культурной самобытности персонажей: *Salud, Camarada* [1, с. 9]; ***Qué va**, it's not true … Ah, there he is. Hola, Santiago!* ***Qué tal**?* [1, с. 131]; *Listen to me,* ***Inglés*** [1, с. 67].

На протяжении всего романа наблюдаем использование архаичного местоимения *thou*: *Since* ***thou seemest*** *not to love the Gredos* [1, с. 150]*; I love* ***thee,*** *Maria* [1, с. 71]*; We are in possession of* ***thy*** *opinion* [1, с. 219]*; Get up and put it away thyself* [1, с. 18]*; Wipe* ***thine*** *own spillings* [1, с.180].

Таким образом, стилизации английского языка под испанскую речь и отдельные архаичные формы делают текст оригинала выразительным, но вместе с тем осложняют его перевод на русский язык.

Для удобства выявления семантических особенностей романа, для анализа мы выделили три семантические группы: мотивно-образная система сюжета романа, семантика портретов персонажей и интертекстуальная составляющая.

1. Мотивно-образная система сюжета романа включает, к примеру, образ моста, образ корриды и ряд других.

Образ моста – ключевой образ, которые проходит красной нитью через всё произведение. Главная задача Роберта Джордана, протагониста произведения, – взорвать мост и уничтожить тем самым средство связи. Мост в романе выступает также символом коммуникации между людьми, которая была разрушена в ходе гражданской войны: Испания раскололась на полярные полюса, понимания между которыми невозможно было достичь.

Образ корриды как ритуализированное действие. Коррида в испанской культуре – это не просто зрелище. Подобный ритуал борьбы человека с быком приобретает метафорическое значение. Здесь наблюдаем столкновение силы и воли, жизни и смерти, судьбы и выбора. В контексте романа образ корриды становится символом самой Гражданской войны, где человек оказывается вовлечён в жестокий, почти обречённый поединок, требующий одновременно мужества, внутренней дисциплины и самопожертвования.

Коррида также трактуется как форма предельного существования, когда человек максимально близко подходит к границе смерти, сохраняя при этом достоинство и контроль над собой. Именно поэтому образ корриды помогает лучше понять героев романа и их поступки.

2. Семантика портретов персонажей.

За персонажами также стоит своя символика. Ключевые мотивы Роберта Джордана – это наличие двух полярных смысловых зон: любовь к Испании и любовь к Марии. Быть частью континента или быть частью Марии. Его разрывают чувство страха перед неминуемой смертью и «забытие» под воздействием любви.

Мотивы Марии – это травма и стремление к излечению через любовь к Роберту Джордану, ведь она любит его больше всего на свете.

Пабло, бывший глава партизан, характеризуется внутренним противостоянием между жизнью «матадора», борца за свои идеалы и умеренной жизнью «лисы», довольствующейся сиюминутными удовольствиями. Перед ним стоит выбор: выбрать себя и продолжать жить дальше, отказавшись от идеалов, или выбрать своих братьев по оружию и довести свое дело до конца.

3. Интертекстуальная составляющая

Интертекст – это совокупность всех связей литературного произведения с предшествующими или параллельными текстами, проявляющаяся через цитаты, аллюзии, реминисценции, жанровые и сюжетные шаблоны, мотивы и культурные коды.

Важную роль играет Эпиграф к роману из проповеди Джона Донна – английского поэта и мыслителя XVII века, утверждавшего идею неразрывной связи всех людей. Эпиграф задаёт философскую основу всего романа. Э. Хемингуэй не просто цитирует мысль о том, что «никто из людей не сам по себе, никто не остров», но выстраивает с Дж. Донном постоянный интертекстуальный диалог, в котором тема общечеловеческой взаимосвязанности проявляется в судьбе Джордана, чьи решения влияют на жизнь других, в изображении смерти как опыта, касающегося всех, и в гуманистическом переосмыслении донновского мотива единства человеческого рода. Сам образ колокола становится смысловым стержнем произведения. Звон колокола напоминает нам, что в мире войны и разрушения судьба каждого остаётся частью судьбы всех.

Суммируя сказанное, важно отметить, что предпереводческий анализ текста оригинала романа Эрнеста Хемингуэя «По ком звонит колокол» требует от переводчика комплексного подхода, учитывающего не только лингвистические особенности текста, но и его семантический, эмоциональный и культурный аспекты. Предпереводческий анализ, таким образом, является необходимым инструментом для сохранения художественно-эстетического воздействия и передачи глубины смыслов оригинала романа в его переводе на русский язык.

ЛИТЕРАТУРА

1. Hemingway, E. For Whom the Bell Tolls / E. Hemingway. – New York ; Charles Scribner's Sons, 1965. – 471 p.
2. Алексеева, И. С. Профессиональное обучение переводчика: Учебное пособие по устному и письменному переводу для переводчиков и преподавателей / И. С. Алексеева. – СПб. : Издательство «Союз», 2001. – 288 с.
3. Алексеева, И. С. Введение в переводоведение: Учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений / И. С. Алексеева. – СПб. : Филологический факультет СПбГУ; М. : Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.
4. Хемингуэй, Эрнест. По ком звонит колокол : [роман] / Эрнест Хемингуэй ; [пер. с англ. И.Я. Дорониной]. – Москва : Издательство АСТ, 2024. – 704 с.
5. Хемингуэй Э. По ком звонит колокол. Праздник, который всегда с тобой: Пер. с англ. / Предисловие А. Зверева; Ил. А. Плаксина. – М. : Правда, 1988. – 592 с.

К. И. ТРАЦЕВСКАЯ
Научный руководитель:
Т. И. Голикова, доцент кафедры современных технологий перевода к.ф.н., доцент.

ХАРАКТЕРИСТИКА ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ АНАЛИТИЧЕСКОЙ СТАТЬИ ПО СИНХРОННОМУ ПЛАВАНИЮ

Аннотация: статья посвящена исследованию лингвистической репрезентации англоязычных аналитических текстов о синхронном плавании. На материале научных статей по синхронному плаванию проведен количественный и качественный анализ лексических и синтаксических особенностей данного вида спортивного дискурса. Выявлено три доминирующих лексических пласта: терминологический, оценочно-эмоциональный и научно-описательный. Отдельное внимание уделено композитной номинации, позволяющей экономно передавать сложные понятия. Делается вывод о формировании гибридного дискурса, синтезирующего точность спортивной терминологии, художественную образность и научную строгость в аналитических статьях по синхронному плаванию.
Ключевые слова: синхронное плавание; аналитическая статья; термины; оценочно-эмоциональная лексика; композитная номинация; перевод; гибридный дискурс.

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ структура англоязычных аналитических текстов по синхронному плаванию демонстрирует сочетание терминологической точности и эмоциональной выразительности. Это обусловлено природой самого вида синхронного плавания, в котором соединяются физическая сила и эстетика движения.

Как показал анализ отобранных англоязычных аналитических статей о синхронном плавании, представленная в них лексика носит неоднородный характер. В ее многослойном составе можно выделить три доминирующих пласта:

1. Терминологический, отражающий специфику спорта: *sculling technique, routine, lift, synchronization, artistic impression* ‘техника гребка, рутина, подъем, синхронизация, художественное впечатление’.

2. Оценочно-эмоциональный, включающий эпитеты и метафоры: *graceful, seamless, mesmerizing, fluid, poetic* ‘изящный, цельный, завораживающий, текучий, поэтичный’.

3. Научно-описательный, свойственный аналитическим публикациям: *biomechanical profile, coordination patterns, physiological adaptation* ‘биомеханический профиль, особенности координации, физиологическая адаптация’.

Как отмечает В. Гесбер, синхронное плавание формирует уникальный тип языковой картины, в которой терминология переплетается с эстетической лексикой, создавая гибридный дискурс, находящийся на границе между спортом и искусством [1].

Проведя анализ научных статей о синхронном плавании, мы выделили лексические единицы, классифицированные нами по трем семантическим группам: термины (45 %), оценочно-эмоциональная лексика (30 %), лексика научно-описательного характера (25 %).

Наиболее многочисленной группой оказались термины. К ним мы относим следующие слова: *sculling technique* ‘техника гребка’, *routine* ‘программа’, *lift* ‘выпрыгивание/выталкивание’, *synchronization* ‘синхронность’, *artistic impression* ‘артистическое впечатление’, *technical merit* ‘техническое мастерство’ и др.

К оценочно-эмоциональной лексике относятся такие слова, как *graceful* ‘грациозный’, *mesmerizing* ‘завораживающий’, *fluid* ‘плавный’, *poetic* ‘поэтичный’, *breathtaking* ‘захватывающий дух’ и др.

К научно-описательному пласту мы относим следующий перечень

лексических единиц: *biomechanical profile* ‘биомеханический профиль’, *physiological adaptation* ‘физиологическая адаптация’, *kinematic analysis* ‘кинематический анализ’, *hydrodynamic efficiency* ‘гидродинамическая эффективность’ и др.

Проведенный количественный анализ лексических единиц, характерных для аналитической статьи по синхронному плаванию, выявил доминирование терминологического пласта лексики (45 %), что закономерно для специализированных текстов о конкретном виде спорта. Подобная репрезентативность профессиональной лексики обеспечивает точность и однозначность описания технических элементов и правил синхронного плавания.

Достаточно высоким оказался процент оценочно-эмоциональной лексики (30 %), что подчеркивает уникальность синхронного плавания как вида спорта, находящегося на стыке атлетизма и искусства. Заметим, что эпитеты и метафоры не характерны для аналитических текстов о других спортивных дисциплинах, но они отражают необходимость передачи эстетического компонента выступлений по синхронному плаванию.

Научно-описательный пласт занимает третье место (25 %) по частотности, обеспечивая методологическую базу исследований по синхронному плаванию. Его лексика служит для объективного анализа биомеханических, физиологических и психологических аспектов спортивной деятельности.

Соотношение 45 %, 30 %, 25 % наглядно демонстрирует гибридную природу дискурса о синхронном плавании, где техническая точность сочетается с художественной оценкой и научной объективностью. Такой лексический баланс отражает саму суть этого вида спорта как синтеза физического мастерства, хореографического искусства и спортивной науки.

В английских текстах нередко используется композитная номинация: *breath-holding endurance* ‘задержка дыхания на выносливость’, *underwater synchronization* ‘подводная синхронность’, *muscle coordination complexity* ‘сложность мышечной координации’ и др. Такая структура лексических единиц (атрибутивные словосочетания) обеспечивает ёмкость выражения и делает язык аналитических статей экономным.

Нами было выявлено 35 случаев использования композитной номинации. Приведем ряд примеров подобной лексики с переводом на русский язык (таблица 1).

Таблица 1. – Лексические единицы с композитной номинацией

№	Лексическая единица с композитной номинацией на английском языке	Перевод на русский язык
1.	artistic impression scoring	процедура оценивания эмоционально-художественного впечатления программы.
2.	breath-holding endurance	способность сохранять работоспособность в условиях ограниченного дыхания.
3.	judging criteria modification	внесение корректировок в правила, по которым производится судейство.
4.	muscle coordination complexity	высокая степень согласованной работы различных групп мышц.
5.	music-movement integration	глубокая смысловая и ритмическая взаимосвязь между музыкой и физическими действиями.

6.	routine difficulty level	степень сложности, заложенная в композицию выступления.
7.	scoring system evolution	процесс исторического развития и изменения системы вынесения оценок.
8.	team coordination patterns	устоявшиеся модели взаимодействия между членами команды.
9.	technical element execution	процесс практического выполнения предусмотренного правилами двигательного действия.
10.	underwater synchronization	согласованность действий спортсменов при нахождении под поверхностью воды.

Как видно из таблицы 1 представленные композиты при переводе на русский язык требуют лексико-грамматических развертываний, иначе использование способа описательного перевода: *выносливость при задержке дыхания*, *синхронность движений под водой*, *сложность мышечной координации*.

Их преобладание в текстах (в среднем 7–8 конструкций на статью) подтверждает, что подобные лингвистические единицы являются способом формирования точной и экономно выраженной терминологии в англоязычном научном дискурсе о синхронном плавании. Такие конструкции позволяют в сжатой форме передавать сложные, многоаспектные понятия, объединяя действие, его объект, характеристику и результат, что особенно ценно для аналитических текстов по синхронному плаванию.

Рассматривая синтаксическое построение в текстах англоязычных аналитических статей по синхронному плаванию, можно заметить, с одной стороны, тенденцию к усложнению структуры. В текстах используются сложноподчинённые предложения с логическими союзами: *although, while, whereas, since* ‘хотя, в то время как, принимая во внимание, что с тех пор’; пассивные формы и номинализации: *was performed*, *was judged*, *execution of movements* ‘выполнялось, оценивалось, выполнение движений’. Подобная союзная связь придаёт тексту объективность.

С другой стороны, в описательных и оценочных фрагментах встречаются короткие экспрессивные предложения, передающие эмоциональную реакцию автора статьи: ‘*Every motion seems weightless. Every second counts.* ‘Каждое движение кажется невесомым. Дорога каждая секунда’. Подобное чередование создаёт ритмическое разнообразие и способствует удержанию внимания читателя.

Нами был также проведен анализ синтаксических структур в англоязычных аналитических статьях по синхронному плаванию. Для этого выборочно рассматривались разделы статей, посвященные методам, результатам и обсуждению результатов, а также вводные и заключительные части статей.

Количественный подсчет проводился по следующим категориям:

• Императивные высказывания: прямые побудительные предложения (например, "*Consider the following*...", "*Note that*...").

• Короткие экспрессивные высказывания: простые или сложносочиненные предложения, несущие явную эмоциональную или оценочную нагрузку и выделяющиеся на фоне основного академического текста своей лаконичностью.

• Развернутые высказывания: сложноподчиненные предложения, характерные для академического спортивного дискурса, с использованием пассивных конструкций, номинализаций и логических союзов.

Проведенный анализ подтверждает существующую тенденцию к усложнению структуры и позволяет сделать следующие выводы.

1. Доминирование развернутых высказываний, доля которых достигает примерно 90%, является не просто тенденцией, а характеристикой академического стиля в текстах по синхронному плаванию. Это служит главной цели научного текста, а именно выразить сложные причинно-следственные связи, условия, противоречия и аргументы с максимальной точностью, объективностью и логической связанностью. Использование таких связующих элементов, как "although", "since" или "whereas", а также широкое применение страдательного залога позволяет авторам дистанцироваться от личного мнения, выдвигая на первый план процессы, объективные данные и факты, что и придает тексту академическую объективность.

2. В англоязычных аналитических статьях о синхронном плавании отчетливо проявляется гибридный характер дискурса, сочетающий точность спортивной терминологии (45 %), эмоционально-оценочную лексику (30 %) и научно-описательный профиль (25 %). Такое распределение отражает специфику самого вида спорта, находящегося на стыке атлетизма и искусства, где техническая строгость неотделима от эстетической выразительности и научного анализа. Композитные номинации обеспечивают компактность и точность описания сложных явлений, а синтаксис текстов характеризуется преобладанием развернутых конструкций (90 %), придающих академическую объективность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Gesbert, V. When the 8-count is not enough: An analysis of the interaction modalities enacted by artistic swimmers in a collective choreography / V. Gesbert, D. Hauw // International Journal of Sport Psychology. – 2020. – Vol. 51, No. 3. – P. 271–295. – URL: http://www.ijsp-online.com/abstract/view/51/271 (дата обращения: 12.05.2026).

Студенческое научное объединение
«Эффективная коммуникация»
Руководитель: Е.В. Шилей

А. А. КУЗЬМИНА
Научный руководитель:
А. А. Биюмена, профессор кафедры речеведения и теории коммуникации д.ф.н., доцент.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ДОМИНАНТЫ ФРАНЦУЗСКОГО И БЕЛЬГИЙСКОГО МЕДИАДИСКУРСА ТОЛЕРАНТНОСТИ

Аннотация: в работе представлены векторы толерантности в медиадискурсах Франции и Бельгии; определены общие и различные тематические доминанты, с помощью которых реализуются стратегии толерантности в медиадискурсах обеих стран; выделены цели применения данных стратегий французскими и бельгийскими журналистами
Ключевые слова: медиадискурс; толерантность; стратегии толерантности; социальная группа.

СОВРЕМЕННЫЕ глобализационные процессы нередко приводят к междоусобицам внутри государств или внешним конфликтам. Одним из способов сохранения мирных отношений между гражданами разных стран является медиадискурс толерантности, с помощью которого журналисты стремятся формировать уважительное отношение к определённым социальным группам в обществе, тем самым способствуя выстраиванию диалога между представителями разных социокультурных сообществ. Однако векторы толерантности и тематические доминанты в медиадискурсах разных стран могут отличаться.

Материалом для проведения исследования послужили 80 статей из электронных версий французских периодических изданий («Le Monde», «Le Figaro», «La Marseillaise», «Centre Presse», «L'Opinion», «L'Humanité», «Le Parisien», «Ouest-France», «La Provence», «Aujourd'hui en France», «L'indépendant») и 115 статей из электронных версий бельгийских периодических изданий («DH Les Sports+», «La Libre», «La Capitale», «Le Soir», «La Province») за период с февраля по апрель 2025 г.

Согласно работе Семейкина Д. А., толерантные установки и стереотипы массового сознания формируются в рамках медиадискурса [4].

В настоящее время под толерантностью понимается ожидаемая норма морали индивида, свободного от любого вида нетерпимости по отношению к кому-либо; условие, необходимое для нормального существования и коммуникации в социуме, так как толерантность подразумевает «психологическую готовность к построению конструктивного взаимодействия личности с другими членами общества» [1, с. 22]; фактор сохранения и передачи культурного наследия [2, с. 167].

А. А. Биюмена пишет о следующих стратегиях толерантности: стратегия сопереживания, стратегия позитивного позиционирования, стратегия солидаризации и стратегия информирования [2, с. 198]. Прокомментируем каждую из них в рамках медиадискурсов Франции и Бельгии.

Цель **стратегии сопереживания** заключается в том, чтобы вызвать у читателей чувство сострадания, эмпатию по отношению к определённым социальным группам или отдельно взятым личностям [2, с. 199]. Данная стратегия во французском и бельгийском медиадискурсах применяется в отношении идентичных социальных групп, а именно жертв преступлений и граждан других государств (таблица 1).

Таблица 1. – Социальные группы, на которые направлена стратегия сопереживания во французской и бельгийской прессе

Социальная группа	Франция	Бельгия
Жертвы преступлений	+	+
Граждане других государств	+	+

В текстах французских изданий о ***жертвах преступлений*** может содержаться описание самого происшествия, факты из биографии пострадавшего, переживания и чувства близких, соболезнования. В бельгийском медиадискурсе помимо вышеперечисленных составляющих также может быть добавлено интервью пострадавшего лица, дано описание его чувств и эмоций, а также причинённого ущерба.

В статьях о ***гражданах других государств*** и французские, и бельгийские издания рассказывают о трудностях жизни мирного населения на оккупированных территориях в период военных конфликтов, говорится о боевых действиях, могут быть приведены некоторые статистические данные. Отметим, что в бельгийском медиадискурсе речь может идти и о случаях, когда граждане других государств страдают от местных внутренних конфликтов.

Интересно, что в случаях упоминания политиков в публикациях о мирном населении французские издания не стремятся представить ни одну из сторон в лучшем свете. Бельгийские журналисты в статьях такого рода практически никогда не касаются личностей политиков.

С помощью стратегии сопереживания журналисты обоих государств привлекают внимание общественности к вопросам насилия и жестокости. Издания апеллируют к эмпатии читателей, пытаются вызвать чувство сострадания к пострадавшим от противоправных действий.

Стратегия позитивного позиционирования направлена на формирование положительного образа отдельной личности или группы в массовом сознании. «Тематические доминанты реализующих данную стратегию материалов счастливая жизнь представителей той или иной группы населения, их успешная адаптация в обществе и приносимая ему польза» [2, с. 202].

В результате исследования мы выявили, что во французских изданиях описываемая стратегия направлена на женщин, пенсионеров и людей с ограниченными возможностями, в то время как в бельгийском медиадискурсе ориентация идёт на волонтёров и молодое поколение бельгийцев (таблица 2).

Таблица 2. – Социальные группы, на которые направлена стратегия позитивного позиционирования во французской и бельгийской прессе

Социальная группа	Франция	Бельгия
Волонтёры	-	+
Дети и молодёжь	-	+
Женщины	+	-
Люди с ограниченными возможностями	+	-
Пенсионеры	+	-

Несмотря на различия в социальных группах, на которые направлена стратегия позитивного позиционирования в медиадискурсах обеих стран, тематические доминанты публикаций о них довольно схожи.

В статьях о ***женщинах, людях с ограниченными возможностями*** во французских изданиях и о ***детях и***

молодёжи в бельгийской прессе рассказывается о достижениях и победах перечисленных групп, о том, как они развивают полезные навыки и применяют их для успешной жизнедеятельности в социуме.

Публикации о ***пенсионерах*** (французский медиадискурс) и ***детях и молодёжи*** (бельгийский медиадискурс) посвящены мероприятиям, которые организованы специально для этих групп: получение знаний, повышение навыков, общение, организация досуга и т.д.

Общей темой также объединены ***пенсионеры*** (Франция) и ***волонтёры*** (Бельгия). Журналисты рассказывают, какую пользу обществу приносят перечисленные группы: организация благотворительных акций, оказание услуг, разработка проектов и т.д. Таким образом издания подчёркивают значимость этих групп.

В статьях, где применяется стратегия позитивного позиционирования, публикуются интервью, биографические справки, приводятся некоторые статистические данные, рассказывается о целях и мотивации данных групп.

Стратегия позитивного позиционирования используется для того, чтобы сформировать у аудитории положительный образ некоторых социальных групп, вызвать доверие со стороны общества, способствовать их интеграции в социум.

К **стратегии солидаризации** прибегают для того, чтобы включить в круг «своих» в общественном сознании социальную группу, на которую направлен фокус внимания. Данная цель достигается путём нахождения «общего знаменателя» [3, с. 138], то есть фактора, который объединяет как группу, на которую направлена стратегия солидаризации, так и другие группы, для которых члены описываемой группы должны стать «своими».

Во французском медиадискурсе описываемая стратегия направлена на женщин, работников предприятий и граждан других государств; в бельгийском медиадискурсе представлены все перечисленные группы и граждане Бельгии (таблица 3).

Таблица 3. – Социальные группы, на которые направлена стратегия солидаризации во французской и бельгийской прессе

Социальная группа	Франция	Бельгия
Граждане государства	-	+
Граждане других государств	+	+
Женщины	+	+
Работники предприятий	+	+

Общие группы, а именно ***граждане других государств, женщины*** и ***работники предприятий***, можно объединить одной ключевой темой – ведение активной борьбы за свои права, то есть издания публикуют информацию о проведении митингов, забастовок, маршей, протестов и т.д. Интересно, что и французы, и бельгийцы в статьях о забастовках работников сообщают о дате, времени и месте выступлений, а также призывают читателей поддержать бастующих.

В текстах о ***гражданах Бельгии*** речь идёт о неудобствах и сложностях, с которыми жители вынуждены мириться, и о мерах, которые предпринимаются для устранения описываемых неудобств.

Публикации с применением стратегии солидаризации могут содержать интервью, статистику, обсуждение вопросов, касающихся прав и обязанностей, призывы на пикеты и причины их проведения.

Стратегия солидаризации нацелена на то, чтобы продемонстрировать трудности отстаивания некоторыми социальными

группами своих прав, достойных условий жизни и места в социуме, тем самым побуждая читателей встать на сторону данных групп, оказать им поддержку.

Стратегия информирования используется для того, чтобы привлечь внимание к определённым социальным группам и в дальнейшем сформировать о них положительное мнение в обществе [2, с. 210].

Во французском медиадискурсе описываемая стратегия применяется по отношению к людям с ограниченными возможностями, представителям низкооплачиваемых профессий; в бельгийском медиадискурсе речь идёт о мигрантах, детях и молодёжи; общими социальными группами для данных медиадискурсов являются пенсионеры и люди, нуждающиеся в медицинской помощи (таблица 4).

Таблица 4. – Социальные группы, на которые направлена стратегия информирования во французской и бельгийской прессе

Социальная группа	Франция	Бельгия
Дети и молодёжь	-	+
Люди, нуждающиеся в медицинской помощи	+	+
Люди с ограниченными возможностями	+	-
Мигранты	-	+
Пенсионеры	+	+
Представители низкооплачиваемых профессий	+	-

Для стратегии информирования как во французском, так и в бельгийском медиадискурсах можно выделить две преобладающие тематические доминанты: вопросы здоровья (как физического, так и психологического) и условия жизнедеятельности некоторых групп.

Первая тематическая доминанта фигурирует в статьях о ***детях и молодёжи, представителях низкооплачиваемых профессий*** и ***людях, нуждающихся в медицинской помощи***. Обычно публикации об этих группах являются научными заметками, в которых представлены результаты исследований и достижений в области медицины, благодаря которым повышается качество их жизни и здоровья. Они также могут быть дополнены комментариями экспертов, информацией о необходимых профилактических мерах для контроля за здоровьем.

Вторая тематическая доминанта реализуется в текстах о ***пенсионерах, мигрантах, людях с ограниченными возможностями*** и ***представителях низкооплачиваемых профессий***. Подобные статьи подразумевают описание особенностей повседневной жизни таких людей, проблем, с которыми они могут сталкиваться. Периодически такие публикации посвящены аспектам и нюансам законодательства, которые непосредственно касаются упомянутых групп. Отдельно отметим, что бельгийские издания пишут о религиозных и национальных традициях стран мигрантов.

Цель стратегии информирования заключается в повышении осведомлённости общества касательно вопросов жизнедеятельности некоторых групп, развеивании стереотипов о них, снятии табу с деликатных тем о здоровье.

Таким образом, идентичными социальными группами, на которые направлены стратегии толерантности французского и бельгийского медиадискурсов, являются: граждане других государств; жертвы преступлений; женщины; люди, нуждающиеся в

медицинской помощи; работники предприятий; пенсионеры. Французские журналисты пишут статьи толерантного характера о людях с ограниченными возможностями и представителях низкооплачиваемых профессий. В то время как в бельгийских изданиях применение стратегий толерантности осуществляется по отношению к волонтёрам, гражданам своего государства, мигрантам, детям и молодёжи (таблица 5).

Таблица 5. – Социальные группы, по отношению к которым формируется толерантность во французском и бельгийском медиадискурсах

Социальные группы	Франция	Бельгия
Волонтёры	-	+
Граждане государства	-	+
Граждане других государств	+	+
Дети и молодёжь	-	+
Жертвы преступлений	+	+
Женщины	+	+
Люди, нуждающиеся в медицинской помощи	+	+
Люди с ограниченными возможностями	+	-
Мигранты	-	+
Работники предприятий	+	+
Пенсионеры	+	+
Представители низкооплачиваемых профессий	+	-

Несмотря на различия в представленности социальных групп в медиадискурсах толерантности Франции и Бельгии, зачастую они имеют общие темы для реализации стратегий толерантности. Журналисты обеих стран обращают внимание читателей на идентичные или схожие проблемы как конкретных социальных групп, так и социума в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аксёнова, Г. Н. Толерантность обучения – следствие толерантности страны / Г. Н. Аксёнова // Методика преподавания иностранных языков и РКИ: традиции и инновации. Сборник научных трудов X Международной научно-методической онлайн-конференции, посвящённой 90-летию Курского государственного медицинского университета. – Курск, 2025. – С. 21–23.
2. Биюмена, А. А. Прагматические категории печатного медиадискурса / А. А. Биюмена. – Минск: МГЛУ, 2022. – 264 с.
3. Кожемякин, Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е. А. Кожемякин // Научные ведомости БГУ. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – № 12 (83). – №6. – С. 13–21.
4. Семейкин, Д. А. Толерантность как фактор эффективной коммуникации: автореф. дис. ... канд. социолог. наук: 22.00.01. / Семейкин Дмитрий Александрович; Москва, 2006. – 25 с.

М. О. ФЕДОРЦОВА
Научный руководитель:
Е. В. Шилей, заведующий кафедрой речеведения и теории коммуникации к.ф.н., доцент.

МОЛОДЕЖНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК СУБЪЕКТЫ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация: статья посвящена исследованию коммуникации молодежных организаций в цифровой среде с учетом ценностных приоритетов целевой аудитории. Эмпирической базой выступают результаты опроса Центра оперативных исследований Института социологии Национальной академии наук Беларуси. В статье дается характеристика поколения Z как реципиента цифровой коммуникации (клиповое мышление, визуальное доминирование), обосновывается эффективность креолизованных текстов для взаимодействия с молодежной аудиторией. На примерах публикаций молодежных организаций анализируется степень соответствия их контента выявленным ценностям. Формулируются практические рекомендации по оптимизации коммуникации.
Ключевые слова: молодежные организации; цифровая среда; поколение Z; ценности молодежи; креолизованный текст.

ИЗНАЧАЛЬНО термин «коммуникация» использовался в семиотике и информатике для обозначения самого процесса передачи информации. В этимологическом словаре Фасмера он определяется как «связь, сообщение» [1]. Однако в социальных науках значение этого понятия расширилось. Здесь коммуникация рассматривается не просто как передача, а как фундаментальный инструмент формирования и поддержания социальных отношений [2].

Молодежные организации и объединения на данный момент пользуются растущей популярностью среди школьников, студентов и работающей молодежи. Учитывая, что молодежные объединения призваны удовлетворять широкий спектр социально-культурных потребностей различных целевых групп, их стратегии продвижения должны отличаться от стандартных маркетинговых подходов и учитывать их уникальную социальную роль. Это связано с их узкой специализацией, требующей точного таргетинга на конкретную аудиторию с определенными интересами, что сужает выбор рекламных каналов. Следовательно, классические инструменты маркетинга, такие как печатные материалы или реклама на радио и телевидении, могут демонстрировать низкую результативность при работе с молодежной аудиторией. Рекомендуется применять нестандартные каналы коммуникации для более результативного охвата целевой аудитории.

В современном мире наблюдается рост интеграции информационных технологий во все аспекты общественной жизни. Глобальная сеть Интернет стала одним из наиболее определяющих и узнаваемых феноменов современной эпохи. Выступая в первую очередь как уникальный интерактивный канал массовой информации и коммуникации, Интернет неуклонно проникает во все без исключения сферы человеческой деятельности. Согласно статистическому обзору Национального статистического комитета Республики Беларусь, в 2025 году 99,1% молодежи в возрасте 14–30 лет использовали сеть Интернет ежедневно [4]. Преимущественно, молодежь использует Интернет для получения актуальной информации, новостных сводок. Также онлайн-среда служит платформой для поддержания социальных связей, загрузки медиаконтента, для значительной части аудитории Интернет выступает как ключевой инструмент коммуникации,

обеспечивающий оперативность и минимальные затраты на взаимодействие. Это дает основание говорить, что цифровая среда играет существенную роль в жизни современной молодежи.

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее эффективным каналом для коммуникации с молодежью является цифровая среда, а именно социальные сети. Согласно результатам социологического исследования Центра оперативных исследований Института социологии Национальной академии наук Беларуси, в 2024 году наибольшей популярностью среди молодежи Беларуси пользовались Instagram, Telegram и TikTok [4].

Для того, чтобы эффективно выстроить коммуникацию с данной целевой аудиторией, необходимо понять ее психологические и ценностные характеристики.

Д. Стиллман выделяет несколько характеристик поколения Z: для них цифровой мир неотделим от реального, что может создавать проблемы с социальной адаптацией; они стремятся к персонализации, практичны и ориентированы на выгоду «здесь и сейчас», подвержены синдрому упущенной выгоды, предпочитают принцип «сделай сам» благодаря доступу к информации в Интернете и постоянно мотивированы на развитие под влиянием соцсетей. [3]

Результаты опроса Центра оперативных исследований Института социологии Национальной академии наук Беларуси показали, что ключевыми ценностями молодежи Беларуси являются здоровье (69,4 %), семья (60,2 %), родные и близкие (53,5 %), материальный достаток (51,8 %). Также значимы дружба (43,6 %), любовь (41,2 %), дети (40,7 %), душевный комфорт (39,3 %), интересная работа (32,8 %), образование (29,6 %) и карьера (27,7 %) [4].

Если учитывать доминирование «общечеловеческих» ценностей (семья, здоровье, дружба) у молодежи, можно сделать вывод, что для молодой аудитории высокой значимостью обладают комфорт и душевное спокойствие. Значит у такой аудитории присутствует запрос на ненавязчивую, психологически безопасную коммуникацию. Таким образом, в первую очередь, молодежным организациям в своих публикациях стоит уделять внимание именно этим ценностям.

Кроме того, множество исследований показывают, что характерной чертой восприятия информации современной молодежью является клиповизация мышления. Современный мир характеризуется доминированием визуальных форм представления информации. Усвоение необходимых сведений происходит не столько через вербальные конструкции и смысловые конструкции, сколько посредством наглядных образов и упрощенных символов. Следовательно, одной из эффективных тактик взаимодействия с молодежной аудиторией можно считать креолизованный текст. Согласно определению В.А. Сорокина, креолизованные тексты – это тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык) [6]. Такой текст соответствует клиповому мышлению молодежи, дает возможность быстрой передачи сложной информации и насыщен эмоционально (важно для передачи вышеупомянутых ценностей молодежи).

Рассмотрим несколько примеров, как молодежные организации выстраивают коммуникацию со своей аудиторией.

Пример 1. Публикации Студенческого совета факультета географии и

геоинформатики Белорусского государственного университета:

1) Кто сказал, что быстро — значит небрежно?

@rocs.rb предлагает взглянуть на уход иначе: минимум действий, максимум удовольствия — и зубы в идеальном порядке без лишних усилий. Инновационные формулы работают ровно столько, сколько нужно, и ни секундой дольше 🦷✨

Улыбайтесь в удовольствие🌸

Данная публикация посвящена зубной пасте и уходу за полостью рта. Тональность сообщения дружелюбная, но также экспертная. Кроме того, почти в каждом предложении есть визуальные элементы – смайликами. Сама публикация дополнена несколькими инфографиками, что улучшает восприятие информации.

2) Косметика не должна собирать пыль. Она должна заканчиваться и покупаться снова ✨

С @selfielaboratory так и происходит, потому что уход перестаёт быть рутиной и становится маленьким удовольствием. Текстуры, ароматы, ощущения — всё продумано до мелочей.

Готовьте место в сердечке и на полке в ванной, ведь эти продукты поселятся там надолго ❤️

Эта публикация также посвящена уходу за собой. Тон публикации дружелюбный, теплый, используется лексика, настраивающая на положительный лад (*‘становится маленьким удовольствием’*, *‘готовьте место в сердечке’*). Данная публикация также является креолизованным текстом, так как вербальный компонент (текст публикации) дополнен невербальными символами – смайликами и инфографикой.

Обе публикации посвящены уходовым продуктам, а тексты публикаций дополнены смайликами. Такие сообщения полностью соответствуют ценностям молодежи (здоровье) и будут легко восприняты молодой аудиторией, так как содержат визуальные элементы.

Пример 2. Публикации Профкома студентов Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники:

1) 🤝4 мая - Всемирный день поддержки

Этот день напоминает о простых, но важных вещах: быть рядом, услышать, помочь, поддержать. Иногда даже небольшое внимание может многое изменить.

💬Поддержка – это люди вокруг нас: друзья, одногруппники, близкие. Это умение не оставаться в стороне.

В честь этого дня организована интерактивная площадка, где каждый сможет поучаствовать и подарить немного тепла другим:

🕐11:30 - 12:00

📍2 корпус, холл 1 этажа

📍4 корпус, холл 2 этажа

Приходите, чтобы поддержать и почувствовать поддержку.

С любовью, ваш Профком💙

Данная публикация информирует о возможности принять участие в мероприятии, посвященной важной для молодежи ценности – общению с друзьями и близкими. В тексте используется эмоционально окрашенная лексика, присутствует апелляция к сближению, что создает атмосферу доверия. Публикация дополнена графикой, также информирующей о мероприятии.

2) 💰Твоя возможность получить матпомощь от Профсоюза!

Материальная помощь — это один из способов, которым Профсоюз студентов БГУИР помогает своим членам.

Не упусти возможность воспользоваться поддержкой!⛑️

Самые популярные виды материальной помощи, ищи в карусели!

📄Подробности по документам и условиям можно найти в закрепленных сообщениях в телеграме:

📎Для бюджетников: Положение об оказании материальной помощи бюджет

📎Для платников: Положение о Фонде помощи ППО студентов БГУИР

✍️Заходи в 311-2к, чтобы подать заявление!

А по всем вопросам - пиши в телеграм @profcom_bsuir_admin

С любовью, ваш Профком 💙

В данном примере молодежная организация информирует аудиторию о возможности получить материальную помощь. Тематика публикации соответствует одной из ценностей молодого поколения – материальный достаток. Структура публикации содержит вербальный и невербальный компонент: текст дополнен смайликами и иллюстрациями.

Данные публикации также представляют собой креолизованные тексты и освящают темы, отвечающие на запросы молодежи: отношения с близкими и материальное благополучие.

Структура публикаций включала как вербальный, так и невербальный компонент. Это способствует улучшению восприятия информации целевой аудиторией. На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что публикации организаций соответствуют ценностным и психологическим характеристикам молодежи. Такой вывод подтверждается активным взаимодействием аудитории с публикациями (лайки, комментарии).

Подводя итог, можно сказать, что для оптимизации коммуникации молодежных организаций с целевой аудиторией необходимо апеллировать к доминирующим ценностям (здоровье, дружба, душевный комфорт, материальное положение), использовать теплые, человеческие образы, учитывать особенности восприятия информации молодым поколением, использовать креолизованные тексты и другие форматы визуализации текста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка: В 4 т. М., 1964–1973. 2 т. – 864 с.
2. Павенкова Мария Владимировна Социальные коммуникации и информация: исследование, образование, практика // ЖССА. 2000. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-kommunikatsii-i-informatsiya-issledovanie-obrazovanie-praktika (дата обращения: 09.05.2026).
3. Никитина Дарья Олеговна ПОКОЛЕНИЕ Z: ОСОБЕННОСТИ И ХАРАКТЕРИСТИКИ // Социология. 2021. №3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/pokolenie-z-osobennosti-i-harakteristiki (дата обращения: 09.05.2026).
4. Национальный статистический комитет Республики Беларусь : [сайт]. – Мн., 1998–2026. – URL: http://www.belstat.gov.by (дата обращения: 09.05.2026).
5. Институт социологии НАН Беларуси : [сайт]. – Мн., 1990–2026. – URL: https://socio.bas-net.by/ (дата обращения: 09.05.2026).
6. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. — М., 1990. – С. 180–186.

Студенческое научное объединение
«Региональные варианты английского языка»
Руководитель: С.Е. Борзенец

В. В. ЗУБОВИЧ
Научный руководитель:
С. Е. Борзенец, доцент кафедры иноязычного речевого общения к.ф.н., доцент.

РУССКОЯЗЫЧНЫЕ ПОЛИТЭРГОНИМЫ: СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА, ПРАГМАТИКА

Аннотация: в статье представлен комплексный анализ русскоязычных политэргонимов. Целью работы является выявление структурных, семантических и прагматических характеристик данных единиц как специфического разряда эргонимической лексики. В ходе структурного анализа определены продуктивные модели и типы составных номинаций. Выделены доминирующие идеологические маркеры и ценностные концепты, такие как «единство», «справедливость», «прогресс» и «социальная защита». Прагматический аспект раскрыт через описание коммуникативных стратегий инклюзивности, ценностно-эмоционального воздействия и идеологической идентификации, используемых в названиях. Делается вывод о том, что политэргонимы, сохраняя формальные признаки эргонимов, являются многофункциональным инструментом политического брендирования, в котором структура и семантика подчинены прагматическим задачам формирования позитивного образа политической силы.
Ключевые слова: политэргоним; эргоним; политическая партия; структура; семантика; прагматика; политический дискурс; электорат; Россия; Беларусь.

НАИМЕНОВАНИЯ политических партий играют определяющую роль в их идентификации и первичном формировании общественного восприятия. В конкурентной политической среде политэргоним – собственное имя политического объединения – становится ключевым элементом семиотической модели образа партии, отражающим ее идеологическую базу, ценностные установки и целевые ориентиры. Семантика и прагматика этих наименований служат целям не только дифференциации политических акторов, но и скрытого воздействия на избирателя. Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью многоаспектного описания русскоязычных политэргонимов России и Беларуси как динамично развивающегося пласта политической ономастики, функционирующих в едином языковом и во многом общем историко-политическом контексте с 1990 года по настоящее время.

Материалом для анализа послужил корпус из 34 официальных политэргонимов: 25 наименований российских политических партий и 9 названия политических партий Республики Беларусь [2; 5]. Данные партии легально действовали и/или продолжают действовать во временном промежутке с 1990 по 2025 годы. Основными методами работы выступают метод сплошной выборки, структурно-семантическая классификация, компонентный анализ лексических значений и прагмалингвистическая интерпретация.

Структура русскоязычных политэргонимов Беларуси и России. При рассмотрении структурных особенности русскоязычных политэргонимов исходным терминологическим понятием является эргоним – разряд онима, обозначающий собственное имя делового объединения людей: организации, союза, учреждения,

политической партии [1, с. 56: 3, с. 36]. Таким образом, политэргоним трактуется как специализированная единица эргонимического пространства, соотносящаяся с политическим институтом. С точки зрения формальной организации, названия современных политических партий России и Беларуси демонстрируют широкий диапазон структурных моделей, которые можно свести к трем основным типам: однословные, сложносокращенные и составные.

Однословные наименования (простые или производные), выраженные существительным в форме именительного падежа. Среди российских партий таковыми являются краткие формы *«Яблоко»* и *«Родина»*, функционирующие параллельно с полными официальными наименованиями. Сама возможность вычленения такой ядерной лексемы указывает на стремление к сжатой, легко запоминающейся форме.

Сложносокращённые политэргонимы (аббревиатуры и сложения с усечением основ) занимают особое место в политическом дискурсе. Классическими примерами служат *КПРФ* (*Коммунистическая партия Российской Федерации*) и *ЛДПР* (*Либерально-демократическая партия России*). Однако особенно показателен в словообразовательном и семантическом плане неофициальный, но активно используемый в массовой коммуникации вариант *«ЕдРо»* от названия *«Единая Россия»*. Данная единица образования путём сложения усечённых основ *«Ед[иная]»* и *«Ро[ссия]»*.

Самый многочисленный тип – составные наименования, представленные словосочетаниями. Они подразделяются на две группы. К первой относятся двухкомпонентные конструкции, строящиеся по моделям: 1) «согласованное прилагательное + существительное», например, *«Единая Россия»*, *«Зелёная альтернатива»*, *«Гражданская инициатива»*, *«Белорусская аграрная партия»*, *«Белорусская патриотическая партия»*, *«Белая Русь»*) «имя существительное + имя существительное в родительном падеже»: *«Партия Дела»*, *«Партия Роста»*, *«Партия Прогресса»*. Следует отметить, что номенклатурный термин «партия» здесь часто входит не просто в правовой статус, а в оригинальную индивидуализирующую часть имени собственного, усиливая функциональный акцент на самой сути института.

Ко второй группе принадлежат многокомпонентные политэргонимы, включающие более двух знаменательных слов и сложные комбинации подчинительных и сочинительных связей. Именно такие развёрнутые названия преобладают в современной российской и белорусской политической ономастике. Примерами могут служить: «*Социалистическая политическая партия «Справедливая Россия – Патриоты – За Правду»*», *«Российская партия пенсионеров за социальную справедливость»*, *«Казачья партия Российской Федерации»*, *«Партия прямой демократии»*, «*Всероссийская политическая партия «Родина»*» и *белорусская «Республиканская партия труда и справедливости»*, *«Белорусская партия левых «Справедливый мир»*». Усложнение структуры направлено на максимальную информативность, включение в имя сразу нескольких ценностных тегов и целевых аудиторий.

Семантика русскоязычных политэргонимов Беларуси и России. Для выявления основных семантических черт русскоязычных политэргонимов была проведена систематизация ключевых лексических единиц, входящих в ядро или периферию названий и обладающих выраженным идеологическим и имиджевым потенциалом. Анализ показал, что

семантика названий организована вокруг нескольких доминантных полей.

Концепция идеологической идентификации, при которой наиболее очевидным способом позиционирования является прямая апелляция к политическим доктринам. В эту группу входят названия, включающие лексические единицы-идеологемы: *«Коммунистическая партия»* (*КПРФ*, *Политическая партия «Коммунистическая партия Коммунисты России»*, *«Коммунистическая партия Беларуси»*), *«Либерально-демократическая партия»* (*ЛДПР* и её белорусский аналог), *«Социалистическая партия»* (*«Справедливая Россия»*). Использование таких терминов рассчитано на консервативную часть электората, для которой важна идеологическая преемственность.

Ценностные доминанты и эмоциональные концепты. Значительная группа политэргонимов использует универсальные социальные ценности. Наибольшей частотностью обладает концепт «справедливость»: «*Всероссийская партия «Партия За справедливость!»*» (с восклицательным знаком, усиливающим экспрессию), *«Справедливая Россия – Патриоты – За Правду», «Российская партия свободы и справедливости»*, *«Республиканская партия труда и справедливости»*, *«Белорусская партия левых «Справедливый мир»»*. Концепт «единства» и «согласия» реализуется в названиях *«Единая Россия»*, *«Российский общенародный союз»*.

Тема свободы актуализирована в паре с той же справедливостью (*«Российская партия свободы и справедливости»*). Сема «сила» фигурирует в партийном бренде *«Гражданская Сила»*.

При использовании социальной адресации для русскоязычных политэргонимов характерна четкая маркировка целевой группы. Помимо прямого обозначения социального слоя в названии *«Российская партия пенсионеров за социальную справедливость»*, можно выделить партии, обращённые к гражданам, ощущающим свою общность вне узкоклассовых границ: *«Гражданская Платформа»*, *«Гражданская инициатива»*, *«Белорусская социально-спортивная партия»* (апелляция к спортивной общественности), *«Белорусская аграрная партия»* (адресация работникам сельского хозяйства). К этой же стратегии относятся названия, апеллирующие к субэтносам и традициям, таким как *«Казачья партия Российской Федерации»*.

В национально-государственной и цивилизационной идентичности мощный пласт семантики составляют лексемы, связанные с патриотизмом. Сюда входят частотные компоненты «Россия», «Российская», «Всероссийская», «Беларусь», «Белорусская», а также названия, возрождающие исторические понятия: *«РОДИНА»* (*Всероссийская политическая партия*), *«Белорусская патриотическая партия»*, *«Белая Русь»*. Последний политэргоним особенно насыщен в плане исторической коннотации: колороним «белый» традиционно символизирует чистоту, западный вектор Руси и коренную славянскую идентичность.

Образ будущего и обновления. Идея прогресса и перемен вербализуется через лексические единицы «новые», «рост», «прогресс», «возрождение»: *«Новые люди»*, *«Партия Роста»*, *«Партия Прогресса»*, *«Партия Возрождения России»*. В экологической нише сема обновления соединяется с «зелёной» повесткой: *«Российская экологическая партия «ЗЕЛЁНЫЕ»»*, *«Зелёная альтернатива»*, «*Белорусская партия «Зелёные»»*.

Таким образом, главными

семантическими доминантами названий закономерно выступают единство, патриотизм, социальная справедливость и поступательное развитие, обладающие исключительно положительной коннотацией и направленные на формирование образа партии в роли защитника.

Прагматика русскоязычных политэргонимов Беларуси и России. В условиях насыщенного информационного поля политэргоним выступает одновременно именем, лозунгом и свернутым рекламным сообщением. Прагмалингвистический анализ 34 русскоязычных названий партий России и Беларуси позволил выявить ряд ведущих коммуникативных стратегий русскоязычной политической культуры.

Стратегия идеологической легитимации реализуется через эксплуатацию традиционных «доктринальных» маркеров. Такие названия, как *«Коммунистическая партия Беларуси»* или *«Либерально-демократическая партия Беларуси»*, *«Белорусская партия левых «Справедливый мир»»*, а также коммунистические партии в России, транслируют сигнал стабильности и узнаваемой системы взглядов, снижая неопределённость для консервативного избирателя.

Стратегия инклюзивности и солидарности доминирует в «партиях власти» и движениях, претендующих на всеобщность. Лексемы «единый» (*«Единая Россия»*), «общенародный» (*«Российский общенародный союз»*) и само определение «Белорусская», «Всероссийская», «Республиканская» создают прагматический эффект максимального охвата, принадлежности партии всему народу, а не отдельной его фракции.

Стратегия позитивной эмоциональной нагрузки, где эмоциональный компонент доминирует над рациональным. Особенно показательны в этом отношении императивные и восклицательные конструкции: *«Партия За справедливость!»*. Графический знак восклицания переводит текстовое наименование в плоскость митингового лозунга, прямого призыва. Особым случаем скрытого воздействия выступает неофициальный, но активно употребляемый в массовой коммуникации вариант *«ЕдРо»* от *«Единая Россия»*. Прагматика этой формы многослойна: помимо компрессии, слоговое сокращение порождает игровой план восприятия, вызывая у носителя языка ассоциацию с просторечным «едро» (‘ядро, нечто крепкое, плотное’), создавая скрытые коннотации опоры и внутренней силы.

Сильным воздействующим потенциалом обладают названия *«Новые люди»* (обещание тотального обновления власти и общества) и метафорический символ *«Белая Русь»*, апеллирующий к светлому архетипическому образу Отчизны.

Стратегия дифференциации и таргетирования. Часть партий намеренно сужает свою потенциальную аудиторию, стремясь сыграть на особых интересах. Так, *«Партия пенсионеров за социальную справедливость»* и *«Республиканская партия труда и справедливости»* акцентируют внимание на конкретных социальных запросах. *«Белорусская аграрная партия»* и *«Белорусская социально-спортивная партия»* нацелены на профессиональные и досуговые сообщества. *«Казачья партия»*, *«Белорусская патриотическая партия»*, *«Белорусская партия «Зелёные»»* и *«Зелёная альтернатива»*, напротив, эксплуатируют субкультурную и экологическую повестку, создавая эффект «малого бренда» для мотивированной группы.

Стратегия территориальной идентификации в рассматриваемом

материале обладает заметной спецификой. В отличие от политических систем англоязычных стран, где сильны традиции регионализма и широко распространены названия партий с региональными маркерами (*Scottish National Party*, *Alaskan independence Party*), российские и белорусские политэргонимы в подавляющем большинстве ориентированы на общенациональный и государственный масштаб (*«Российская партия свободы и справедливости»*, «*Политическая партия «Демократическая партия России»»*, *«Белорусская патриотическая партия»*). Такие названия апеллируют ко всей стране в целом, а не к отдельному региону, что подчеркивает стремление к максимально широкой электоральной поддержке.

Персонализированная стратегия (по типу австралийских партий с именем лидера) в отобранном корпусе русскоязычных названий не зафиксирована, что свидетельствует о доминировании коллективистских принципов в позиционировании на постсоветском пространстве.

Как показало проведённое исследование, русскоязычные политэргонимы Беларуси и России, действующие с 1990 по 2025 год, являются классическим примером эргонимов, демонстрируя все свойственные данному разряду ономастической лексики особенности структуры [4, с. 84]. В них выделяются однословные, сложносокращённые и многообразные составные номинации, позволяющие в компактном наименовании передать развёрнутую информационную программу. Семиотическая модель образа партий выстраивается вокруг концептов единства, справедливости, патриотизма и социальной защиты, для чего целенаправленно используется лексика с яркой положительной семантикой. Прагматическая организация политэргонимов подчиняется задачам идеологического закрепления, инклюзивного охвата и создания долгосрочного эмоционального контакта с электоратом. Подобный принцип превращает наименование политической партии не просто в номенклатурную единицу, но в эффективный инструмент политического брендирования и символической борьбы в публичном пространстве России и Беларуси.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бондалетов, В.Д. Русская ономастика : учеб. Пособие для студентов / В.Д. Бондалетов. – М. : Просвещение, 1998. – 224 с.
2. Министерство юстиций РФ. Политические партии [Электронный ресурс]. URL: https://minjust.gov.ru/ru/pages/politicheskie-partii/ (Дата обращения: 10.05.2026).
3. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1988. – 210 с. 4. Супрун, В. И. Ономастическое поле русского языка и его художественно-эстетический потенциал / В. И. Супрун. – Волгоград : Перемена, 2000. – 172 с.
4. Суперанская, А.В. Общая теория имени собственного / А.В. Суперанская. – М. : Наука, 1973. – 366 с.
5. Центральная избирательная комиссия Республики Беларусь. Сведения о зарегистрированных политических партиях [Электронный ресурс]. – URL: https://rec.gov.by/ (Дата обращения: 10.05.2026).

Студенческое научное объединение
«Прагматика авторского текста»
Руководитель: Т.П. Ключенович

А. С. СУНЦОВА
Научный руководитель:
Н. П. Грицкевич, доцент кафедры иноязычного речевого общения к.п.н., доцент.

РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ РЕАЛИЙ И ОСОБЕННОСТИ ИХ УПОТРЕБЛЕНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХИЛИНГ-РОМАНЕ КОРЕЙСКОЙ ПИСАТЕЛЬНИЦЫ ХВАН ПОРЫМ «WELCOME TO THE HYUNAM-DONG BOOKSHOP»

Аннотация: в англоязычном хилинг-романе корейской писательницы Хван Порым «Welcome to the Hyunam-Dong Bookshop» национально-культурные реалии играют важную роль в создании атмосферы произведения. Они отражают быт, отношения между людьми, острые социальные проблемы Южной Кореи. В статье анализируются семь групп реалий: обращения, предметы быта, черты поведения (самоуничижительный юмор), социально-правовые понятия (клевета как уголовное преступление), медиа и массовая культура (реалити-шоу, книжные клубы), общественные проблемы (безработица, упадок брака, тихое увольнение), элементы других культур. Наличие реалий позволяют англоязычному читателю познакомиться с современным корейским обществом.
Ключевые слова: национально-культурные реалии; хилинг-роман; корейская культура.

В АНГЛОЯЗЫЧНОМ хилинг-романе корейской писательницы Хван Порым «Welcome to the Hyunam-Dong bookshop» [2] культурные реалии играют важную роль в построении текста и передаче смыслов. Они отражают разные стороны жизни: повседневный быт, отношения между людьми в зависимости от возраста и положения, особенности общения, привычки в еде, техническое оснащение домов, а также социальные проблемы [1; 3]. Национально-культурные реалии, представленные в романе, можно разделить на несколько групп.

Первая группа – обращения. В корейском языке они зависят от возраста, пола и родства. *Eonnie* (언니, ‘онни’) – слово, используемое девушками для обращения к старшей девушке или женщине. *Noona* (누나, ‘нуна’) – корейское обращение, которое младший брат использует к старшей сестре или к близкой подруге старше себя. *Ajumma* (아줌마, ‘аджумма’) – обращение к замужней женщине. *Imo* (이모 ‘имо’) – тетя по материнской линии.

“We’re not blood-related, so technically you shouldn’t call me imo. I don’t like being called noona either. Ajumma is even worse. This is the problem with our country. We have so many second-person pronouns, but none that’re appropriate for the two of us.”

“Jimi eonnie and I talked about it before, that you don’t talk to us much because we’re ajummas.”

Вторая группа – предметы и корейский быт. Например, айс-американо, корейские воны, электронные замки с паролем без ключей и привычка сидеть на полу.

“Many of the walk-in customers asked if they could stay for an author reading or a live band, so it was decided that with a purchase of a book or a beverage, anyone could join the event of the day by paying an additional 5,000 won on the spot.”

“Mincheol’s mother snorted with laughter. ‘One iced Americano.’”

“At the beeps of the passcode being punched on the keypad, the man looked away and turned back only at the click of the door.”

"Minjun sat on the floor in his rented room, his back leaning against the wall as he called his mum."

Третья группа – черты поведения. Корейцам свойствен самоуничижительный юмор, скромность, нежелание выделяться. В романе персонажи шутливо принижают себя, что отражает культурную норму не хвастаться и не привлекать лишнего внимания.

"Aigoo. Everyone in the neighbourhood was so happy to have our own bookshop. But they see this lady nailed to her chair looking like she has a screw loose, as if she belongs in the hospital instead! Who would dare come in?' Mincheol's mother exclaimed as she fished out a sparkly wallet from her equally flashy bag. 'Just one loose screw? Hey, that's not too bad,' Yeongju exclaimed."

Четвертая группа – социальные и правовые реалии. В условиях сохраняющегося влияния конфуцианства и решающей роли общественного мнения репутация человека в Южной Корее влияет на все его аспекты жизни. В связи с чем в стране существуют очень строгие законы о защите репутации. Запрещается публично порочить человека, даже если все сказанное является правдой. *Defamination* (사이버 모욕죄, 'клевета') и *damage to reputation* (명예훼손죄, 'ущерб репутации') являются уголовным преступлениями, и судебные разбирательства по клевете проводятся регулярно.

"The CEO's posts were peppered with jeers and snarky remarks, which increased as time passed. As if angered by the public reaction, he started calling for the blogger to take down his posts or he'd sue, carelessly tossing out words like 'defamation suit' and 'damage to reputation."

Пятая группа – медиа и массовая культура. В романе часто упоминаются популярные в Южной Корее шоу и бестселлеры. Например, *Youth Over Flowers* (꽃보다 청춘, 'Цветочная молодость') – популярное реалити-шоу о путешествиях.

"Her favourite among the Na PD programmes was Youth Over Flowers, in particular the episodes where the cast went to Africa and Australia."

Shoko's Smile by *Choi Eun-young* (쇼코의 미소) и *Too Bright Outside for Love by Kim Keum-hee* (너무 한낮의 연애) – популярные любовные романы.

"A few days ago, she'd started reading a story every night from each of the two short story collections: Too Bright Outside for Love and Shoko's Smile."

Популярными собраниями по интересам являются *book talks* (북토, 'книжные клубы'). На такие встречи организаторы или владельцы книжных магазинов и издательств приглашают знаменитых писателей.

"At the same time, she thought 'book talks hosted by the bookseller' could become the Hyunam-dong Bookshop niche."

"However, the authors she met during book talks were a lot more personable and ordinary than what she'd imagined."

Шестая группа – проблемы общества, которые являются причиной всех страданий персонажей романа.

Южная Корея считается не читающей нацией. В романе это связывается с недостатком времени и энергии. Работа и учеба поглощают, поэтому чтение книг для себя возможно лишь урывками.

"Some time back, I read this article claiming that half the adults in Korea don't even finish one book in a year. But when people don't read, you can't just call it a problem. It's not that straightforward. There're so many reasons: being busy, having no emotional bandwidth or time. It's because we're living in such a suffocating society."

В результате чего люди теряют способность к эмпатии. Общество разобщено, эмпатия избирательна и проявляется лишь в пределах групп, объединенных общими интересами и схожими взглядами.

".. If more people start to read, they'll be able to empathise with the pain of others and the world will become a better place sooner."

В Южной Корее наблюдается упадок института брака. Страна экономически быстро развивается, при этом все еще сохраняются устаревшие патриархальные традиции, что в первую очередь негативно отражается на семье. Молодое поколение отказывается от построения семьи и выступает против брака, выбирая личную свободу.

"Before meeting him, I was planning to stay single for life. What do people these days call it? Antimarriage? When I was a kid, I saw too many women – my mother, aunts, aunties outside of the family – suffering because of their marriages. They kept pounding their chests in regret, to the extent they bruised the skin over their hearts."

Отмечается проблема безработицы. В Южной Корее из-за высокой конкуренции очень сложно получить место в университете, поэтому корейцы часто уезжают обучаться за границей. Однако, даже диплом из престижного университета Кореи или любой другой страны не гарантирует трудоустройство.

"Throughout the four years, he maintained a steady GPA at 4.0. His résumé was coming together nicely, and he was confident he was doing well. However, he failed to get a job upon graduation. 'Does it make sense that we can't get a job? You. Me. What are we lacking?' Sungchul demanded as he knocked back a shot of soju at the drinking place near their university. Sungchul was his university classmate from the same faculty. They had met at the orientation camp and basically stuck together during the four years. 'It's not because we're lacking that we can't find a job.' Minjun's face darkened as he downed his shot too. 'So, what's the problem?' This was the question that Sungchul had asked him tens – no, hundreds – of times; the question that also plagued him constantly."

С детства людям в Южной Корее приходится без остановки учиться с утра до ночи, чтобы в будущем получить шанс найти работу.

"He wanted to rest. From the time he'd entered middle school till now, he had never felt well-rested."

"Everything I've done…Minjun spoke to the ceiling, and finished the sentence as a thought…is only for the purpose of getting a job."

Корейцы часто задаются вопросом смысла жизни и месте работы в ней.

"What is so great about work that sees society constantly trying to create more of it? Why, at the pinnacle of society's productive development, is there still thought to be a need for everybody to work for most of the time?"

"Yeah, what's so amazing about work that we obsess over having a job? What we should be worried about is not work, but whether we can feed ourselves."

"The Puritan work ethic has also influenced the way we think about work – placing work on a moral pedestal. Those who work are contributing members of society; skivers are useless. It's ridiculous that the idea of hard work as a way of gaining salvation survived centuries, crossing time and space to be passed on to people like me."

Традиционно, в Корее работник становится частью компании. Он идентифицирует себя с компанией и представляет ее, как и в рабочие часы, так и вне. От него ожидается максимальная отдача и полная преданность работе, а его самооценка и статус зависят от успехов и репутации работодателя. Кроме того, задерживаться после окончания рабочего дня является частью корпоративной культуры, негласным требованием. Как следствие, вся жизнь корейцев сводится к нескончаемому труду.

"Eonnie, I think you're what they call a 'company person'. Your whole identity and value are tied to the company, and you work as if you own the company. It says here that

businesses use words like 'team' and 'family' to make an employee a company person. It reminds me of how my brother-in-law was recently promoted to team lead, and I congratulated him heartily then. But now, I'm scared of the word 'team'. I wonder if he's also being made into a company person."

Quitting/silent quitting/quiet quitting (퇴사, 'тихое увольнение') – популярное по всему миру движение, направленное против культуры переработок. Сотрудник продолжает выполнять свои основные обязанности, но больше не прилагает огромных усилий, не работает сверхурочно и не проявляет особого энтузиазма. Это явление распространенно среди корейской молодежи.

"He passed the signed contract to her. 'Aren't you aware? Quitting is the trend among permanents now.'"

Седьмая группа – элементы других культур. Американская культура оказала огромное влияние на Южную Корею, следовательно, некоторые культурные реалии США также стали частью южнокорейской культуры. Например, американские социальные сети Youtube и Instagram широко используются корейцами ежедневно, несмотря на наличие местных аналогичных платформ.

"'Did they mention how they got to know of the bookshop?'– 'Through our Instagram.' – 'The bookshop's on Instagram?'"

"Even if he had nothing to do, he would be better off watching YouTube or something else, she thought."

В романе также встречаются некоторые реалии других мировых культур. Например, популярный в Корее альбом английской альтернативной рок-группы Keane «Hopes and Fears» и французский бестселлер «The Elegance of the Hedgehog» ('Элегантность ежика') Мюриель Барбери.

"With the last window firmly shut, she switched on the air-con and put on her favourite album – Keane's Hopes and Fears."

"Minjun slid the note back and flipped to the title. The Elegance of the Hedgehog. He tried to imagine a prickly hedgehog ambling elegantly."

В результате проведённого исследования было установлено, что национально-культурные реалии в романе помогают развивать сюжет, раскрывать характеры персонажей, обозначать место и время действия, а также выражать критику современного корейского общества. Через реалии отражается социальное устройство, повседневные привычки, законы и острые жизненные проблемы Южной Кореи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пак, М. Д. Социальные проблемы корейского общества сквозь призму современных художественных произведений / М. Д. Пак // Корееведение в России: направление и развитие. – 2023. – №4. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-problemy-koreyskogo-obschestva-skvoz-prizmu-sovremennyh-hudozhestvennyh-proizvedeniy (дата обращения: 26.05.2026).

2. Bo-reum, H. Welcome to the Hyunam-dong Bookshop : translated from Korean by Shanna Tan / H. Bo-reum. – USA : Bloomsbury Publishing, 2024. – 307 p.

3. Schoonhoven, J. C. 'Hell Joseon' – Tales from a South Korean Youth Trapped Between Past and Present : master's thesis / J. C. Schoonhoven ; supervisor E. Mobrand ; Lund University, Centre for East and South-East Asian Studies. – Lund, 2017. – URL: https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/publication/8923985 (дата обращения 26.05.2026).

Студенческое научное объединение
«Языковые единицы в различных типах дискурса»
Руководитель: Т. Н. Андреева

А. А. ГРИШАЕВА
Научный руководитель:
Т. Н. Андреева, доцент кафедры фонетики и грамматики английского языка к.ф.н., доцент.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация: в статье анализируются языковые средства, реализующие ключевые коммуникативные стратегии в современном англоязычном туристическом дискурсе. На материале путеводителей по Лондону и Канадзаве рассматриваются механизмы воздействия на потенциального туриста, включающие стратегии убеждения, аттракции и мягкого побуждения к действию. Исследование демонстрирует, что ведущую роль в реализации данных стратегий играют оценочная лексика, модальные глаголы и императивно-рекомендательные конструкции. Высокая частотность эмоционально-оценочных единиц и императивов подтверждает приоритет воздействующей функции над информативной.
Ключевые слова: туристический дискурс; коммуникативные стратегии; стратегия убеждения; стратегия аттракции; оценочная лексика; модальные глаголы; императив.

СОВРЕМЕННАЯ индустрия туризма характеризуется высокой степенью конкуренции, в связи с чем возрастает потребность в эффективных способах привлечения потенциальных туристов. Одним из ключевых инструментов воздействия на аудиторию становится туристический дискурс – особый тип институциональной коммуникации, нацеленный не просто на информирование, а на формирование положительного образа места и побуждение к действию. В связи с этим актуальным представляется исследование языковых средств, которые реализуют коммуникативные стратегии в текстах туристической направленности, в частности в путеводителях жанра «local's guide».

Как справедливо отмечает Н. В. Филатова, туристический дискурс представляет собой самостоятельный институциональный тип коммуникации, функционирующий в сфере туристического бизнеса и отличающийся ярко выраженной адресностью [1]. В отличие от простой передачи информации о достопримечательностях, данный дискурс нацелен на формирование у читателя положительного образа места и побуждение его к определённым действиям. Т. М. Завгородняя подчёркивает, что туристический дискурс взаимодействует с рекламным, деловым и бытовым дискурсами, что обусловливает его полифункциональную природу [2].

Достижение персуазивного эффекта становится возможным благодаря реализации комплекса коммуникативных стратегий – осознанно выбранных линий речевого поведения. В рамках туристического дискурса исследователи выделяют такие стратегии, как ***стратегия убеждения*** (формирование уверенности в привлекательности объекта), ***стратегия аттракции*** (создание эмоциональной привлекательности) и ***стратегия мягкого побуждения*** *к действию* (ненавязчивая рекомендация посетить те или иные места) [3; 4]. Каждая из этих стратегий находит своё выражение в специфическом наборе языковых средств.

Цель данной статьи – показать, какими языковыми средствами реализуются указанные коммуникативные стратегии в современном англоязычном туристическом дискурсе (на материале путеводителей жанра «local's guide»).

Материалом для анализа послужили путеводители «A Local's Guide to London for First Time Visitors» (путеводитель по Лондону) и «2 Days in Kanazawa Itinerary: Uncovering "Little Kyoto"» (путеводитель по японскому городу Канадзава) [5; 6]. В ходе анализа методом сплошной выборки в каждом тексте были выявлены языковые единицы, выражающие различные типы модальности и оценочности. Всего было проанализировано 120 языковых единиц. Данные проведённого анализа показывают распределение языковых средств по категориям: в путеводителе по Лондону оценочная лексика составила 19 единиц (31,7%); императивно-рекомендательные конструкции – 17 (28,3%); модальные наречия – 11 (18,3%); модальные глаголы – 9 (15,0%); вводные и авторские конструкции – 4 (6,7%). В путеводителе по Канадзаве наблюдается сходная иерархия: оценочная лексика – 18 единиц (30,0%); императивы и рекомендации – 18 (30,0%); модальные наречия – 12 (20,0%); модальные глаголы – 8 (13,3%); вводные конструкции – 4 (6,7%). Обобщая вышеизложенное, стоит отметить доминирование лексических средств оценки (в сумме 37 единиц, 30,8%) и императивных форм (35 единиц, 29,2%).

Стратегия убеждения (около 16% высказываний) реализуется с помощью средств эпистемической модальности. В путеводителе по Лондону доминирует модальный глагол will в прогностической функции (*these tips will help you have a more enjoyable experience* – ‘эти советы помогут вам получить более приятные впечатления’), тогда как в путеводителе по Канадзаве ведущую роль играют наречия уверенности (*definitely*, *absolutely*) и оборот sure to astonish («непременно поразит»).

Языковые средства, реализующие стратегию аттракции, составляют около 31% всех модально маркированных единиц. Данная стратегия базируется почти исключительно на эмоционально-оценочной лексике. В проанализированном материале отчётливо выделяются три функциональные подгруппы таких единиц. Общеоценочные прилагательные (*best*, *good*, enjoyable) создают общий положительный фон повествования. Эмоционально окрашенные лексемы (*stunning, amazing, beautiful, gorgeous*) формируют эстетическую привлекательность конкретных локаций – ср. *stunning views* (‘потрясающие виды’) и *amazing panoramic views* (‘удивительные панорамные виды’). Наконец, единицы, подчёркивающие аутентичность (*unique, authentic, genuine*), отвечают на запрос современного туриста в получении «настоящего» опыта: *authentic local experience* (‘подлинный местный опыт’). Ведущую роль в стратегии аттракции играет накопление оценочной лексики, которое превращает Лондон из географической точки в пространство желаемых эмоций.

Стратегия мягкого побуждения представлена примерно в 30% выявленных случаев и наиболее показательна для жанра путеводителя. Характерной особенностью данной стратегии является активное использование императивных форм, которые, однако, воспринимаются не как жёсткие приказы, а как дружеские инструкции. Прямые императивы (*Visit one of London's famous markets* – ‘посетите один из знаменитых рынков Лондона’, *Avoid the tube at rush hour* – ‘избегайте метро в час пик’) составляют 34 случая. Существенную роль в смягчении побуждения играет модальный глагол can «мочь», который в контексте туристического дискурса приобретает деонтический оттенок рекомендации, часто усиливаемый наречиями: *You can easily spend half a day here* (‘вы можете

легко провести здесь полдня'). Промежуточное положение занимает глагол *should*, предлагающий квалифицированный совет: *Book lovers should not miss the British Library* ('любителям книг не следует пропускать Британскую библиотеку'). В путеводителе по японскому городу спектр средств, выполняющих эту функцию, значительно шире. Помимо императивов (*Don't miss the Kenrokuen Garden* – 'не пропустите сад Кенрокуэн', *Take your time exploring the samurai district* – 'не спеша исследуйте район самураев', автор использует модальный глагол should для квалифицированного совета (*You should definitely try the local seafood* – 'вам непременно следует попробовать местные морепродукты', конструкции с need to (*You need to book your train tickets in advance* – 'вам нужно заранее забронировать билеты на поезд'), обороты *make sure to* (*Make sure to arrive early to avoid crowds* – 'обязательно прибудьте пораньше, чтобы избежать толп', вводные фразы, имитирующие личную рекомендацию (*I highly suggest starting your day at the Omicho Market* – 'я настоятельно советую начать день на рынке Омитё'), а также риторические вопросы, которые оставляют читателю иллюзию самостоятельного выбора: *You could just randomly hit the streets and follow your nose, but wouldn't it be great to remove some of the guesswork and get inside the mind of a local?* ('Вы могли бы просто наугад бродить по улицам, но не было бы здорово избавиться от неопределённости и увидеть город глазами местного жителя?'). В этом фрагменте риторический вопрос в сочетании с модальным глаголом could и вводной конструкцией *but wouldn't it be great* представляет собой один из наиболее эффективных способов реализации стратегии мягкого побуждения. Автор не предписывает поведения, но создаёт ощущение, что сам читатель приходит к необходимости последовать рекомендации.

Таким образом, сопоставление двух путеводителей подтверждает, что описанные языковые средства не являются случайными для отдельно взятого текста, а представляют собой устойчивую модель, воспроизводимую в рамках всего жанра «local's guide». Доминирование оценочной лексики и императивно-рекомендательных конструкций над чисто информативными элементами подтверждает приоритет воздействующей функции. Взаимодействие этих стратегий создаёт впечатление естественной коммуникации, при которой адресат воспринимает предложенный сценарий поведения как продукт собственного выбора. Полученные выводы могут найти практическое применение в курсах по лингвистике текста, межкультурной коммуникации, а также в области копирайтинга – там, где умение грамотно комбинировать стратегии убеждения, аттракции и побуждения становится ключом к созданию успешного туристического продукта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Филатова, Н. В. Туристический дискурс в ряду смежных дискурсов: гибридизация или полифония / Н. В. Филатова // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». – 2012. – Вып. 3. – С. 41–46.
2. Завгородняя, Т. М. Дискурсивное пространство французского туристического бизнеса / Т. М. Завгородняя // Вестник ПГЛУ. – 2009. – Вып. 4. – С. 1–4.
3. Пирогова, Ю. К. Стратегии коммуникативного воздействия в рекламе / Ю. К. Пирогова. – URL: http://www.dialog21.ru/materials/archive (дата обращения: 27.05.2026).
4. Тюленева, Н. А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг / Н. А. Тюленева. – URL: http://cognitiv.narod.ru/diss.html (дата обращения: 27.05.2026).
5. The Invisible Tourist. A Local's Guide to London for First Time Visitors. – URL: https://www.theinvisibletourist.com/locals-guide-to-london/ (дата обращения: 27.05.2026).
6. The Invisible Tourist. 2 Days in Kanazawa Itinerary: Uncovering "Little Kyoto". – URL: https://www.theinvisibletourist.com/2-days-in-kanazawa-itinerary/ (дата обращения: 28.05.2026).

В. А. ПЕЙСИС
Научный руководитель:
Т. Н. Андреева, доцент кафедры фонетики и грамматики английского языка к.ф.н., доцент.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА АКТУАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ СУБЪЕКТНОСТИ В ПЕСЕННОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация: целью данной статьи является выявление специфики языкового выражения дискурсивной категории субъектности в англоязычном песенном дискурсе на материале текстов песен Тейлор Свифт. В рамках исследования субъектность рассматривается как сложная когнитивно-коммуникативная категория. В ходе исследования было выявлено, что категория субъектности в песенном дискурсе актуализируется преимущественно посредством имплицитных языковых средств, что обусловлено жанровыми особенностями песни.

Ключевые слова: дискурс; песенный дискурс; категория субъектности; адресант; языковые средства актуализации субъектности; культурно-маркированная лексика.

НА СОВРЕМЕННОМ этапе лингвистических исследований, особый интерес к экстралингвистическим факторам коммуникации способствует созданию новых категорий дискурс-анализа, позволяющий более детально рассмотреть какой-либо отдельно взятый аспект. Так коммуникативно-релевантные характеристики участников коммуникации рассматриваются в рамках категории субъектности. Языковые маркеры категории субъектности подразделяются на эксплицитные (местоимения, номинации), а также имплицитные (метатекстовые средства, модальные средства, средства интерпретации, эмоционально-оценочная лексика, стилистические средства) [3]. Особое место занимают культурно-маркированные единицы, которые одновременно транслируют культурный код автора и активизируют фоновые знания получателя сообщения.

Песенный дискурс представляет собой особую форму креализованного текста, сочетающего в себе вербальный и музыкальный компоненты [2]. Жанровые особенности песни – ограниченный объем, ориентация на устное восприятие, чередование структурных элементов текста – оказывают значительное влияние на функционирование языковых средств актуализации категории субъектности.

Особой популярностью пользуются англоязычные песни, таким образом, в качестве **объекта** исследования выступают языковые средства актуализации категории субъектности в англоязычном песенном дискурсе. **Предметом** исследования являются особенности функционирования языковых средств актуализации категории субъектности в песенном дискурсе. **Целью** исследования является выявление функциональных характеристик языковых маркеров категории субъектности как маркеров раскрытия личности автора в англоязычном песенном дискурсе.

В настоящей работе были рассмотрены языковые средства реализации субкатегории адресанта. Исследование было проведено на **материале** текста 17 песен Тейлор Свифт из альбома “Folklore”. В результате анализа было выявлено 1112 примеров языковых средств актуализации субъектности. Количественные данные представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Языковые средства актуализации субкатегории адресанта

Категория	Количество единиц	**% от общего числа**
Эксплицитные средства		
Личные и притяжательные местоимения 1-го лица	334	**30,0%**

Имплицитные средства		
Метатекстовые средства	49	4,4%
Модальные средства	63	5,7%
Средства интерпретации	23	2,1%
Эмоционально-оценочная лексика	101	9,1%
Стилистические средства	500	45,0%
Культурно-маркированная лексика	42	3,8%
Итого:	**1112**	**100%**

Эксплицитные маркеры субкатегории адресанта в данном исследовании представлены различными средствами. Единичные наименования автора были выражены личными и притяжательными местоимениями 1-го лица единственного числа *I, me, my, mine* (***I*** *want you to know;* ***I****'m a mirrorball;* ***I****'m still trying everything to get you laughing at* ***me;*** ***My*** *only one*). Инклюзивные наименования, объединяющие в своей семантике субкатегории адресанта и адресата, были выражены личными местоимениями 1-го лица множественного числа *we, us* (***We*** *never painted by the numbers, baby, but* ***we*** *were making it count*). Эксплицитные маркеры субкатегории адресата в рассмотренном материале повышают степень воздействия текста на аудиторию, достигающегося за счет создания эффекта диалогизации и интимизации.

Метатекстовые средства направлены на установление логико-смысловых связей между частями текста, заложенных автором. В рассмотренном материале было выявлено несколько групп коннекторов: **союзы** (*And it's just around the corner, darlin',* ***'cause*** *it lives in me; All these people think love's for show,* ***but*** *I would die for you in secret; I never had the courage of my convictions* ***as long as*** *danger is near*), **наречия** (*Time, mystical time cutting me open,* ***then*** *healing me fine; I thought I saw you at the bus stop, I didn't* ***though****)*, а также **предлоги** (*I'm setting off, but not* ***without*** *my muse; And when I felt* ***like*** *I was an old cardigan*).

Модальные средства выступают средством представления фактической информации через призму ее возможности, вероятности, желательности с точки зрения автора. В проанализированном языковом материале были выявлены следующие средства передачи модальности: модальные глаголы и глаголы с модальным значением (*can, could, have to, must, will, would*), а также наречия (*maybe, obviously, really, quite*). В песне “Seven” автор передает детское восприятие неблагополучной семьи, ведя повествование от лица ребенка, который обращается к своему другу (*I think your house is haunted. Your dad is always mad and that* ***must be*** *why; And I think you* ***should*** *come live with me; And we* ***can*** *be pirates; Then you won't* ***have to*** *cry)*. Цепочка модальных глаголов способствует созданию многомерного образа сочувствующего ребенка, который пусть и не может до конца осознать происходящее, однако ощущает эмоциональную тональность ситуации и выражает все доступные способы решения проблемы.

В исследуемом материале средства интерпретации были выражены глаголами мыслительной деятельности *guess, know, think* (*I **guess** you never know, never know; I **thought** I saw you at the bus stop, I didn't though; When you are young, they assume you **know** nothing)*. Средства интерпретации позволяют рассматривать предоставляемую адресантом информацию как результат авторской интеллектуальной работы, а также наблюдать сам мыслительный процесс, демонстрируя степень глубины познаний автора

К эмоционально-оценочной лексике были отнесены единицы, принадлежащие к различным частям речи: имена существительные (*danger, darling, dear, divorcée, fear, feud, fool, grace,*), имена прилагательные (*alright, angry, bad, beaten, beautiful, best, brand new*), глаголы (*blow through, curse, defend, hate, like, love, offend*), наречия. (*beautiful, damn well, ferociously, for the better, still, very, well enough)*. В результате анализа было выявлено 102 лексических единицы, содержащих эмоционально-оценочный компонент значения, из которых прилагательные составили 48% (49 единиц), существительные – 25,5% (26 единиц), глаголы – 13,7% (14 единиц), наречия – 12,8% (13 единиц). Преобладание эмоционально-оценочных лексических единиц, выраженных прилагательными, во многом обусловлено форматом песенного текста, который имеет ограниченный объем и воспринимается аудиторией на слух.

Обилие стилистических средств во многом обусловлено спецификой жанра песенных текстов. Так, в виду ограниченного объема песенного текста, в среднем 300-400 слов, возрастает необходимость смысловой и эмоциональной плотности текста. Лексические средства позволяют заменить развернутое описание одним образом, а синтаксические средства устанавливают логическую взаимосвязь и расставляют смысловые акценты.

Наиболее многочисленной оказалась группа лексических стилистических средств (330 единиц). Были выявлены примеры аллюзии, гиперболы, игры слов, иронии, композиционной деформации, метафоры, метонимии, оксюморона, перифраза, сравнения, эпитета, зевгмы. Доминирующим тропом в исследуемом материале является метафора, позволяющая автору выражать свои мысли более красочно и оригинально, вызывая ассоциативные образы у слушателя. Так, автор описывает свою уязвимость, потребность в одобрении и готовность меняться, отождествляя себя с диско-шаром: “*I want you to know, I'm a **mirrorball**. I'll show you every version of yourself tonight … And when **I break, it's in a million pieces**… they watch **my shattered edges glisten***”.

В исследуемом материале количество **синтаксических стилистически средств** составило 170 единиц. Были выявлены примеры антитезы, апосиопезы, асиндетона, вопроса в повествовании, инверсии, климакса, литоты, параллелизма, парентезы, повтора, полисиндетона, риторического вопроса, эллипсиса. Доминирующим синтаксическим средством в проанализированном материале оказались параллельные конструкции (59 единиц). Серия параллельных конструкций используется в песне “Invisible string” устанавливает смысловую и эмоциональную связь между элементами, позволяя слушателю увидеть описываемую ситуацию через призму восприятия автора: “*Green was the color of the grass; Teal was the color of your shirt; Bad was the blood of the song in the cab; Bold was the waitress on our three-year trip*”.

По результатам исследования, лексические стилистические средства составили 66% (330 единиц),

синтаксические – 34% (170 единиц) из общего числа выявленных средств. Самой многочисленной группой среди лексических средств оказались метафоры – 140 единиц, что составляет 42% от всех лексических тропов и 28% всех стилистических средств. Это демонстрирует, что певица обращается к универсальным архетипическим образам (огонь, вода, зеркало, дом), опираясь на общекультурный опыт слушателей, что вызывает яркие ассоциации и сопереживание автору.

В исследуемом материале были отобраны 42 языковые единицы, имеющие национально-культурную семантику, и установлено 4 категории: этнографические реалии, реалии общественной жизни, ономастические реалии, ассоциативные реалии. Наиболее частотной группой культурно-маркированной лексики являются ономастические реалии (41% от всех выявленных примеров), что демонстрирует склонность певицы к использованию общеизвестных имен для передачи собственных идей и создания художественных образов. В группе ономастических реалий были выделены 3 подгруппы: антропонимы, названия и герои литературных и музыкальных произведений, топонимы [1].

Так, в тексте одной из песен упоминается *Rebekah Harkness* – известная американская светская львица, чей эксцентричный образ жизни вдохновил Тейлор Свифт на создание сюжета, который построен на параллелях между их жизнями. А в строчках "*Tried to change the ending*. ***Peter*** *losing* ***Wendy***" автор обращается к сюжету повести М. Барри «Питер Пен», используя имена главных героев. Автор проводит параллель между динамикой собственных отношений и сюжетом произведения, где Венди покидает волшебный мир Питера Пена, в котором они бы навсегда остались детьми, чтобы вернуться в реальный мир и повзрослеть. Сюжет песни "The Lakes" связан с поисками уединения, попытками скрыться от публичности хотя-бы на время. В строчках "*Take me to* ***the Lakes****, where all the poets went to die; Those* ***Windermere peaks*** *look like a perfect place to cry*" автор описывает Озерный край в Англии, куда в XIX веке приезжали за вдохновением и покоем поэты-романтики, и озеро Виндермир, находящееся в этом регионе.

Ономастические реалии обеспечивают передачу знаний, служат средством художественной выразительности, вызывают эмоциональный отклик у слушателя, способствуют поддержанию коммуникации между автором и слушателем, а также выступают средством выражения индивидуальности автора.

Преобладание имплицитных средств (70%) над эксплицитными (30%) демонстрирует, что субъектность в текстах песнях автора выражена не столько через прямую автореференцию, сколько через передачу собственного опыта через образные сюжеты. Доминирование стилистических средств, 45% от всех выявленных примеров, обусловлено необходимостью смысловой и эмоциональной компрессии в условиях ограниченного объема песенного текста, а также авторским стилем исполнительницы. Лексические средства составляют 66% от всех выявленных стилистических средств, что демонстрирует высокую степень образности текстов, которая является характерной чертой стиля автора.

ЛИТЕРАТУРА

1. Влахов, С. И. Непереводимое в переводе / С. И. Влахов, С. П. Флорин. – 4-е изд. – М. : Р. Валент, 2009. – 360 с.
2. Дуняшева, Л. Г. Песенный дискурс как объект изучения лингвокультурологии / Л. Г. Дуняшева // Актуальные проблемы романских языков и современные методики их преподавания : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (22–23 окт. 2015 г.). – Казань, 2015. – С. 190–197.
3. Карпилович, Т. П. Коммуникативные категории научного дискурса / Т. П. Карпилович. – М. : МГЛУ, 2018. – 160 с.

Ю. А. ТОЛМАЧЁВА
Научный руководитель:
Т. Н. Андреева, доцент кафедры фонетики и грамматики английского языка к.ф.н., доцент.

МУЛЬТИКУЛЬТУРНОСТЬ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА Г. МИНСКА

Аннотация: миграционные процессы в сочетании с механизмами глокализации оказывают существенное влияние на формирование эргонимии г. Минска. Проведённый анализ наименований заведений общественного питания, представляющих еврейскую, кавказскую и азиатскую кухни в городском пространстве Минска, показал, что наиболее заметными являются гибридные и историко-топонимические названия, отражающие процессы глокализации и апелляцию к культурно-географическим ассоциациям. Значительную роль также играют гастрономические и символические неймы, обеспечивающие прямую или ассоциативную идентификацию кухни. Пространственная концентрация этнически и культурно маркированных названий в центральных и туристических районах города свидетельствует о том, что эргонимы объектов сферы питания функционируют как важные элементы репрезентации исторической памяти и мультикультурности.
Ключевые слова: трофоним; культурный код; урбанистическое пространство; глокализация; номинативная стратегия.

НА УЛИЦАХ Минска трофонимы, названия заведений общественного питания, выступают не только средствами номинации, но и носителями культурной памяти, закрепляя в городском пространстве образы, традиции и исторические ассоциации. При этом особенность гастрономического пространства Минска заключается не только в сохранении и репрезентации собственных национально-культурных традиций, но и в открытости к другим культурам. Сочетание белорусских культурных кодов с элементами различных национальных традиций формирует образ Минска как мультикультурного города.

Цель работы — выявить национально-культурную специфику урбонимов объектов общественного питания, представляющих еврейскую, кавказскую и азиатскую кухни в городском пространстве Минска. Общий объём выборки неймов составил 50 единиц, что позволило выявить основные типы номинации и определить их количественное соотношение.

Актуальность исследования определяется постоянно изменяющимся языковым ландшафтом города, а также процессами **глокализации**. Данные процессы, обусловленные миграционными тенденциями, способствуют формированию многоязычной среды, в которой происходит постоянный контакт языков, сопровождающийся заимствованием, интерференцией и смешением языковых элементов. В гастрономической урбонимии это находит выражение в появлении гибридных и смешанных названий заведений общественного питания [1].

Двигаясь по улицам и закоулкам, взгляд неизбежно цепляется за вывески заведений общественного питания. Они различаются по языку, графике, структуре, степени мотивированности значения. Одни названия понятны сразу, другие требуют интерпретации. Именно на уровне первичного восприятия – начинается взаимодействие человека с неймом.

Однако первый этап не является исчерпывающим смыслового потенциала номинации. На следующем этапе происходит семантическая интерпретация: распознаются знакомые слова, выявляются ассоциации. В этом процессе важную роль играет фоновой

опыт воспринимающего (background): знание иностранных языков, культурных традиций, гастрономических реалий.

Далее обратимся к конкретным примерам, позволяющим проследить описанный процесс интерпретации на практике. Один из таких объектов – название «*Лехайм*» (ул. Железнодорожная 37), заведение общественного питания кошерной кухни.

Слово не соотносится напрямую с общеупотребительной лексикой, не содержит очевидных указаний на тип кухни или формат заведения, что затрудняет его мгновенную интерпретацию. При более внимательном анализе выявляется, что «*Лехайм*» восходит к ивритскому выражению lechaim (לחיים), традиционному тосту со значением «за жизнь». Таким образом, перед нами заимствованная номинация, функционирующая как самостоятельный эргоним и не требующая дополнительных структурных компонентов для идентификации.

В городском пространстве функционируют и другие модели наименований, в которых связь между названием и типом кухни выстраивается иначе – более или менее опосредованно. Так, переходя к следующему примеру – названию «*Cimes*» (ул. Карла Маркса, 17), – можно наблюдать, что основой служит конкретный элемент материальной культуры – название блюда.

Таким образом, в данном трофониме реализуется метонимическая модель номинации, при которой название блюда переносится на заведение общественного питания. Кроме того, важным является и дополнительный семантический слой, связанный с функционированием слова «цимес» в русском языке в переносном значении («суть», «самое лучшее»).

Заведений питания с израильской кухней в Минске отнюдь не много. Неймы таких местечек выполняют функцию актуализации культурной памяти, выступают как индикаторы глобализационных процессов, фиксируя взаимодействие культур, языков и гастрономических традиций в пространстве современного Минска.

Миграция выходцев из республик Закавказья в Минск активизировалась в советский период и значительно усилилась в 1990-е годы. В современной гастрономической урбонимии Беларуси показателен феномен **хинкален** — специализированных заведений общественного питания, ориентированных на грузинскую кухню. Распространение хинкален свидетельствует о процессах глокализации, при которых заимствованный гастрономический формат интегрируется в национальный городской контекст, становясь частью повседневной культуры и современной идентичности белорусских городов.

Продолжая движение по городскому пространству, можно заметить, что характер номинаций меняется: если в предыдущих примерах интерпретация строилась через менее очевидные культурные коды, то в случае с заведениями кавказской кухни связь между названием и гастрономической традицией зачастую оказывается более прямой.

Так, название «*Урарту*» (пр-т Победителей, 114), которое, на первый взгляд, не связано напрямую с гастрономией, представляет название древнего государства, ассоциируемого с территорией исторической Армении. В данном случае интерпретация строится по следующей модели: через апелляцию к исторической памяти и культурному наследию. Таким образом, перед нами историко-топонимический тип номинации.

Продолжая наблюдение, можно отметить и иной тип номинации – основанный на прецедентных текстах. Так, номинация «*Кавказская пленница*»

(ул. Некрасова, 11) отсылает к общеизвестному советскому фильму, закреплённому в культурной памяти нескольких поколений. В данном случае проходящий интерпретирует название через медиакультурный образ Кавказа, сформированный советским кинематографом. Так, номинация выполняет скорее эмоционально-ностальгическую функцию, создавая у посетителя определённое ожидание атмосферы.

Кавказские неймы мы преимущественно встречаем в Центральном районе, вблизи проспекта Независимости, Немиги, Раковского предместья: «*Тифлисъ», «Натврис Хе», «Grill Kebab*». Названия сохраняют национально маркированную лексику и топонимику.

С конца XX – начала XXI века в Минске усиливаются миграционные потоки из стран Восточной и Юго-Восточной Азии (Китай, Вьетнам, Корея, Япония), что связано с экономическим сотрудничеством, образовательной миграцией и развитием предпринимательства.

Продвигаясь дальше по городскому пространству, можно заметить, что характер номинаций вновь трансформируется. При этом важную роль играет не только вербальный, но и визуальный компонент: в городском пространстве Минска всё чаще появляются вывески, дополненные иероглифами, что маркирует принадлежность к азиатской культуре.

Название «*Суши Весла*» (пр-т Независимости, 78) представляет собой показательный пример гибридной и игровой номинации. Уже на этапе первичного восприятия фиксируется сочетание заимствованного гастрономического термина «суши» и русского слова «весла». Процесс интерпретации здесь строится через ассоциативное сопоставление: «весла» метафорически соотносятся с палочками для еды, что создаёт комический и запоминающийся образ.

В названии «*Юшан*» (ул. Кульман, 11) используется топонимическая модель номинации. Данный эргоним может интерпретироваться на нескольких уровнях. С одной стороны, он соотносится с географическим объектом (горой), что соответствует традиции использования природных образов в китайской культуре. С другой стороны, в гастрономическом контексте вызывает ассоциации с традицией китайской императорской кухни, что добавляет семантику престижности и аутентичности.

В китайской традиции номинации часто используют образы гор, рек и природных объектов, что отражает своеобразие национального мировосприятия.

Отдельного внимания заслуживают названия сервисов доставки еды, отражающие современную трансформацию гастрономического пространства города. Такие наименования, как «*WOK*» или «*Быстрый Ли*», обозначают не столько конкретный городской объект, сколько формат гастрономического сервиса, ориентированного на мобильность и дистанционное потребление.

Название «*Тадж*» (ул. Романовская Слобода, 26) представляет собой пример символической номинации, восходящей к одному из наиболее известных архитектурных объектов Индии – Тадж-Махалу. В данном случае гастрономическая идентичность формируется через культурный символ, обладающий высокой степенью узнаваемости. Номинация апеллирует к исторической памяти, эстетике и представлениям о богатстве и традициях индийской культуры.

Трофонимы индийской гастрономической традиции

концентрируются в Центральном районе, туристических зонах и районах с высокой коммерческой активностью.

Таким образом, современный гастрономический нейминг отражает не только изменения в организации городского пространства, но и трансформацию культурных механизмов репрезентации городской идентичности. В связи с этим представляется целесообразным рассмотреть основные типы культурно-обусловленных номинаций, функционирующих в гастрономическом пространстве Минска.

В результате анализа были выделены шесть основных типов трофонимов объектов национальной кухни других народов.

Значительную долю составляют гибридные трофонимы (≈20%), в которых сочетаются элементы различных языков и культур. К данной группе относятся такие названия, как *«Beten Gav. Israeli bistro», «Grill Kebab», «ХАЧАПУРИдзе»*.

Многочисленную группу составляют описательные и нейтральные неймы (≈13,3%). К ним относятся названия, не содержащие прямой отсылки к национальной кухне или культурной традиции, например: *«Мясо на углях», «Балкон», «Верба»*.

Гастрономически маркированные неймы, непосредственно связанные с тематикой еды и кулинарии, составляют около 16,7 % выборки. К ним относятся названия, основанные на конкретных блюдах или способах приготовления пищи: *«Ткемали», «Cimes», «WOK»*.

Значительную долю (≈20%) занимают историко-топонимические варианты, восходящие к географическим объектам или историческим реалиям: *«Эриван», «Тифлисъ», «Джомолунгма»*.

Символические трофонимы составляют около 16,7% и представлены названиями, апеллирующими к культурным символам и устойчивым образам: *«Панда», «Тадж», «Кавказская пленница»*.

Наименьшую долю составляют этикетно-культурные эргонимы (≈13,3%), основанные на формах обращения и коммуникативных традициях: *«Лехайм», «Гамарджоба», «Генацвале»*.

Проведённый анализ показывает, что урбонимы сферы питания, представляющих еврейскую, кавказскую и азиатскую кухни в г. Минске, характеризуются смешением различных номинативных стратегий. Существенная доля гибридных названий свидетельствует о влиянии глобализации, тогда как использование историко-топонимических и символических номинаций указывает на стремление сохранить культурную аутентичность. При этом репрезентация национальных кухонь других народов не вытесняет локальную культурную составляющую, а дополняет её в рамках единого гастрономического пространства города.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кожевников, Н.Н., Пашкевич, Н.Л. Глокализация: концепции, характерные черты, практические аспекты // Вестник СВФУ. – 2005. – № 3. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/glokalizatsiya-kontseptsii-harakternye-cherty-prakticheskie-aspekty. – Дата обращения: 28.05.2026.

Студенческое научное объединение
«Кино и кинолингвистика»
Руководитель: Д.Л. Тригубова

В. Т. БРУХАЦКАЯ
Научный руководитель:
Д. Л. Тригубова, доцент кафедры теории и практики английского языка к.ф.н.

ОЦЕНОЧНАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ И РУССКОЯЗЫЧНОЙ РЕЦЕНЗИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ (НА ПРИМЕРЕ ФИЛЬМОВ “SPOTLIGHT” И “MOONLIGHT”)

Аннотация: данная работа посвящена установлению особенностей реализации семантико-прагматической категории оценки в рецензиях на фильмы, получившие кинопремию «Оскар» в категории «Лучший фильм» в 2015–2016 гг. Выявлено, что оценочная лексика в англоязычных и русскоязычных кинорецензиях демонстрирует значительные сходства. Рецензии на двух языках демонстрируют повышенное содержание позитивной, эмоциональной и частной оценочной лексики.
Ключевые слова: кинорецензия; кинопремия; Оскар; оценка; оценочная лексика; классификация.

КИНЕМАТОГРАФ представляет собой значимый культурный феномен, функциональное значение которого выходит за рамки исключительно развлекательной среды. Данный тип искусства принимает активное участие в формировании общественного сознания, поскольку выполняет функцию зеркала, отражающего действующие ценностные ориентиры. Одновременно с этим кинематограф выступает в роли катализатора трансформаций указанных ценностей, что обусловливает его значимость в качестве инструмента диалога, просвещения и идеологического воздействия.

Развитие кинокритики стало естественным следствием растущего влияния кинематографа. Появление первых рецензий в 1907 г. зафиксировано в журнале Variety после премьеры фильма «Захватывающий медовый месяц», что ознаменовало начало профессионального осмысления киноискусства. Институт кинокритики стал зарождаться в 1912 г. после выхода первого игрового полнометражного фильма. Трансформация кинокритики, тематики кинорецензий и системы их публикации исторически совпадает с трансформацией киноиндустрии. Если первые рецензии были опубликованы в любых популярных журналах, то с течением времени и развитием киноискусства для кинокритики создавались отдельные разделы и самостоятельные издания. Также с кинорецензиями можно было ознакомиться по радио или на телевидении. В эпоху развития глобальной сети Интернет жанр кинорецензии масштабировался. Стали появляться новые сайты и онлайн-платформы о кинематографе, посвященные кинорецензированию [1, с. 15]. В настоящее время кинорецензии представляют собой углубленный анализ и оценку фильмов, составляя неотъемлемый компонент системы киноиндустрии. Данный компонент способствует ориентации зрителей в многообразии кинематографических произведений, а также обеспечивает диалог между создателями и аудиторией.

А. А. Тертычный определяет рецензию как аналитический жанр, представляющий собой критический отзыв о произведении. Кинорецензия как жанровая разновидность рецензии

занимает значимое место в современной журналистике и кинокритике [2]. По определению В. А. Ртищевой, данный тип представляет собой текст, в котором автор, как правило профессиональный критик, осуществляет анализ и оценку фильма, раскрывая его содержательные и формальные особенности. Основное значение кинорецензии заключается в том, чтобы ориентировать аудиторию в многообразии киноиндустрии, способствовать формированию эстетического вкуса и развивать способность к самостоятельной критической оценке произведений киноискусства [1, с. 16]. С. А. Медведев акцентирует вторичный характер рецензии, подчеркивая, что она создается на основе первичного явления [3, с. 7–10].

Значимость семантико-прагматической категории оценки для кинорецензий подчеркивается в работах многих исследователей. Так, Л. Н. Григорьева рассматривает оценочность как неотъемлемый элемент рецензии наряду с критичностью и междискурсивностью, которые делают ее ценным инструментом профессионального общения [4, с. 316]. А. Г. Башкатова отмечает, что «рецензенты выносят оценку, прежде всего, самому произведению, его форме, стилю, сюжету, затем идейному содержанию произведения и ценностным установкам автора» [5, с. 20]. В свою очередь С. А. Медведев подчеркивает, что для современной рецензии характерен даже больший, чем ранее, акцент на вынесение оценки, а также выражение реакции аудитории на то или иное художественное явление [6].

Оценочная лексика основывается на процессе оценки, который, по определению Н. Д. Арутюновой, представляет собой когнитивный процесс, посредством которого субъект устанавливает свою связь с объектом, определяя его значимость для собственного существования и функционирования [7]. Е. М. Вольф подчеркивает, что оценка может быть выражена как всем высказыванием в целом, так и отдельными словами или словосочетаниями [8]. С данной мыслью соглашаются Н. Г. Комиссарова и Д. Р. Якупова, утверждающие, что формирование оценочности в тексте и дискурсе обусловлено тесным взаимодействием разнообразных языковых средств, наделенных оценочным потенциалом [9].

В основу нашей работы положена классификация оценочной лексики Н. Д. Арутюновой. Первый критерий – аксиологическая интерпретация. В зависимости от того, является ли оценка положительной или отрицательной, выделяются два соответствующих типа. Второй критерий – соотношение объективного и субъективного факторов. Здесь оценка делится на рациональную и эмоциональную. Рациональная оценка опирается общепринятые нормы, тогда как эмоциональная представляет собой непосредственную реакцию на объект. Третий критерий – наличие или отсутствие дескриптивного компонента. По данному критерию различают общую и частную оценки. Общая оценка выражается простыми «хорошо» или «плохо», тогда как частная оценка включает в себя описание конкретного аспекта объекта: сенсорно-вкусовому, интеллектуальную, эстетическую, этическую, утилитарному, нормативному и другим [7].

Данное исследование посвящено выявлению специфики оценочной лексики в рецензиях профессиональных критиков Дональда Кларка (The Irish Times) и Станислава Зельвенского (АФИША Daily) на фильмы, завоевавшие кинопремию «Оскар» в номинации «Лучшний фильм»: “Spotlight” (2015, премия в 2016 г.) и “Moonlight” (2016, премия в 2017 г.).

При анализе двух полноразмерных рецензий на английском и русском языках на фильм “Spotlight” было выявлено, что общее количество оценочных лексем составляет 58 и 108. Видим существенное различие в количественной представленности оценочных лексем, что может быть обусловлено культурно-языковыми особенностями реализации оценочности.

Рассмотрение их частеречной принадлежности приводит к следующим результатам. В английской полноразмерной рецензии доминируют оценочные прилагательные (62%): *the slow, steady rigour* ‘медленная, неуклонная строгость’. Второй по количественной представленности группой являются оценочные имена существительные (29,3%): *the enemy of good film writing* ‘враг для хорошего сценария фильма’. Несколько распространены наречия: 5,2% (*firmly in his capable fists* ‘крепко в его умелых руках’). Глаголы выявлены точечно (3,5%): *the starry ensemble cannot be faulted* ‘звездный ансамбль невозможно критиковать’.

В русскоязычных полноразмерных рецензиях картина распределения выглядит следующим образом. В тексте также доминирующее положение занимают оценочные прилагательные и причастия, составляя 56,5%: *несгибаемых редакторов, ненадежных источников*. Имена существительные формируют вторую по объему группу с показателем 25% (*воссоздали историю скандала*). На долю оценочных наречий приходится 15,7% (*на фоне слегка переигрывающего Руффало*), в то время как оценочные глаголы, как и в английском тексте, представлены точечно – 2,8% (*Руффало начинает трагически таращить глаза*). Таким образом, в русскоязычных текстах отмечается большее количество оценочных наречий по сравнению с англоязычными.

С точки зрения аксиологической интерпретации выявлено, что положительная и отрицательная лексика в английском сегменте представлены практически равнозначно: 51,7% составляет положительная оценка (*one of the joys* ‘одна из радостей’) и 48,3% – отрицательная (*Takayanagi shoots in washed-out greys* ‘Такаянаги снимает в размытом сером цвете’). В русскоязычном наблюдается положительная тенденция: доля положительной оценки составляет 53,7% (*одну из самых уважаемых американских газет*), а отрицательной – 46,3% (*сокрытые преступления*). Соответственно, в обеих рецензиях зафиксировано равномерное распределение оценок.

Далее было проанализировано наличие в отобранной лексике эмотивного компонента. Согласно нашим наблюдениям, в английском тексте рецензии на фильм “Spotlight” 75,8% случаев составляет эмоциональная лексика (*journalists are still open to astonishment* ‘журналисты по-прежнему готовы удивляться’), тогда как 24,2% – рациональная (*it bears unavoidable comparison with All the President’s Men* ‘его неизбежно сравнивают с фильмом «Вся президентская рать»’). В русском тексте это соотношение выглядит следующим образом: 76% эмоциональной лексики (*замечательный Лив Шрайбер*) против 24% рациональной (*достоверно, насколько можно судить*). Полученные результаты свидетельствуют о сходстве оценочных моделей в англоязычном и русскоязычном текстах.

Анализ наличия или отсутствия дескриптивного компонента показал, что в английском тексте преобладает частная оценка – 77,6% (*Rachel McAdams is empathetic as Sacha Pfeiffer* ‘Рэйчел Макадамс чутка в роли Саши Пфайффер’), в то время как общая составляет 22,4% (*The script, by McCarthy and Josh Singer, is brilliant* ‘Сценарий,

написанный Маккарти и Джошем Сингером, великолепен'). В русских рецензиях показатели распределились схожим образом: доля частной оценки составила 83,4% (*от его многочисленных достоинств сводит скулы*), а общей – 16,6% (*чрезвычайно влиятельной*).

Рассмотрим далее оценочную лексику в рецензиях на кинокартину "Moonlight". В англоязычной рецензии обнаружено 86 оценочных лексем, в то время как в русскоязычном тексте выявлено 92 единицы.

Распределение выявленных лексем по частям речи указывает на следующее. В английском материале доминирующую позицию занимают прилагательные (40%): *the film is oppressive or depressing* 'фильм гнетущий или депрессивный'. Существительные представлены в 23,2% случаев: *a complex American hero* 'сложный американский герой'. Наречия составляют 18,8% (*Kevin's relatively humble career* 'относительно скромная карьера Кевина'), а глаголы – 18% случаев (*his mother sinks deeper into addiction* 'его мать все глубже тонет в зависимости').

В русскоязычной рецензии картина распределения выглядит следующим образом: ведущую позицию также занимают оценочные прилагательные и причастия, составляя 60,8% (*расхваленный фильм*). Оценочные имена существительные формируют вторую по объему группу с показателем 24% (*детский кошмар*). На долю оценочных наречий приходится 13% (*живется ему нелегко*), в то время как оценочные глаголы составляют всего 2,2% (*наверняка помешает «Лунному свету» получить главный «Оскар»*). Таким образом, в англоязычных рецензиях наблюдается большее количество оценочных глаголов по сравнению с текстами на русском языке.

С точки зрения характера оценки в английском тексте преобладает положительная лексика – 57%: *the result of a successful lunge* 'результат удачного выпада'. Отрицательная оценка составляет 43%: *it is about the particular challenges* 'речь идет о конкретных проблемах'. В русскоязычном материале распределение по знаку оценки составило 63% для положительных лексем (*фильм о чуде взаимопонимания*) и 37% (*убегает от хулиганов*) для отрицательных. Можем прийти к выводу, что в обеих типах текстов преобладает положительная оценочная лексика.

Эмоциональная лексика преобладает в английской рецензии на фильм "Moonlight" (78%), что указывает на чувственное восприятие фильма: *Barry Jenkins's transcendent second feature* 'второй выдающийся полнометражный фильм Барри Дженкинса'. Рациональная оценка присутствует в 22% случаев: *an intelligent fellow* 'умный парень'. В русском тексте доля эмоциональных единиц достигает 88% (*композиции порой захватывающей дух красоты*), тогда как на рациональные суждения приходится 12% (*малобюджетной и разговорной мелодрамой*). Приходим к выводу, что рецензии в целом демонстрируют схожие тенденции в отношении доминирования эмоциональной оценки, что может быть связано с выражением авторского субъективного мнения критика.

По наличию дескриптивного компонента в английском материале доминирует частная оценка (84,8%): *the informal social boundaries* 'неформальные социальные границы'. Общеоценочные характеристики составляют 15,2%: *a near-perfect film* 'почти идеальный фильм'. В русской рецензии показатели распределились схожим образом: доля частной оценки составила 83,6% (*деликатный, целомудренный тон*), а общей – 17,4% (*в третьей, лучшей части картины*).

На основе проведенного анализа нами было выявлено, что оценочная лексика в англоязычных и русскоязычных

кинорецензиях демонстрирует значительные сходства. Рецензии на двух языках демонстрируют повышенное содержание позитивной (53,7–63%) и эмоциональной оценочной лексики (76–88%), поскольку адресованы широкой аудитории и функционируют в массовом медиапространстве. Преобладание частной оценки в рецензиях (77–84%) свидетельствует о стремлении к детализированному описанию конкретных сцен и аспектов кинопроизведения. Выявлены также отдельные различия, обусловленные типологическими особенностями языков и традициями кинокритики. Англоязычные тексты характеризуются более сбалансированным распределением между частями речи, тогда как в русскоязычных рецензиях доминируют оценочные прилагательные и причастия (56,5–60,8%) благодаря продуктивному словообразованию. Англоязычные рецензии более склонны к использованию оценочных глаголов, русскоязычные – наречий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ртищева, В. А. Кинорецензия как жанр журналистики / В. А. Ртищева // Слово в науке. – 2022. – № 7. – С. 15–17.
2. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2014. – 351 с.
3. Медведев, С. А. Лингвотипологическое исследование жанра интернет-рецензии (на материале русскоязычного портала Проза.ру) : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.02.01 / Медведев Сергей Алексеевич ; Алтайск. гос. ун-т. – Омск, 2019. – 21 с.
4. Григорьева, Л. Н. Специфика и жанровое разнообразие текстов-рецензий / Л. Н. Григорьева // Немецкая филология в Санкт-Перербургском государственном универстите. – 2025. – №15. – С. 316–336.
5. Башкатова, А. Г. Литературная рецензия в контексте современных тенденций развития культуры : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.01.10 / Башкатова Анастасия Геннадьевна ; МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 2013. – 24 с.
6. Медведев, С. А. Интернет-рецензия в аспекте эволюции жанра рецензии / С. А. Медведев // Филология и лингвистика в современном обществе : материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, ноябрь 2014 г.). – М. : Буки-Веди, 2014. – С. 77–79.
7. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 911 с.
8. Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – М. : Наука, 1985. – 228 с.
9. Комиссарова, Н.Г. Оценочность в дискурсе СМИ / Н.Г. Комиссарова, Д.Р. Якупова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2018. – № 2-1. – С. 83–87.

С. А. КОЖЕДУБ
Научный руководитель:
Д. Л. Тригубова, доцент кафедры теории и практики английского языка к.ф.н.

ЛЕКСИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ КИНОАННОТАЦИЙ К ФИЛЬМАМ-УЧАСТНИКАМ МИНСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО КИНОФЕСТИВАЛЯ «ЛІСТАПАД»

Аннотация: статья посвящена выявлению принципов лексической организации киноаннотаций на материале фильмов-участников Минского международного кинофестиваля «Лістапад». На основе анализа 50 англоязычных киноаннотаций количественно и качественно описываются доминирующие тематические группы: «Человек», «Движение и перемещение», «Оценка и эмоциональное состояние», «Время и пространство», «Родство и семейные отношения» и другие. В рамках тематических групп определяются лексико-семантические группы.
Ключевые слова: киноаннотация; тематическая группа; лексико-семантическая группа; Минский международный кинофестиваль «Лістапад».

В НАСТОЯЩЕЕ время аннотация к фильму рассматривается как особый тип текста, сочетающий в себе черты информационной и воздействующей коммуникации. Е. В. Голованова определяет аннотацию к фильму как эвалюативный мультимодальный текст [1, с. 77-80]. При этом авторы отмечают, что роль киноаннотаций не ограничивается передачей фактов. Аннотация не просто сообщает сведения о фильме – год выхода, страну, жанр, режиссера, актеров, но и создает эмоциональный посыл, способный заинтересовать потенциального зрителя, «побудить адресата обратиться к первичному тексту» [2, с. 36].

Лексика является ключевым элементом языковой системы и выполняет существенную функцию при составлении любых текстов, в том числе киноаннотаций. Данная работа посвящена установлению лексической организации киноаннотаций к фильмам-участникам XXXI Минского международного кинофестиваля «Лістапад». Фактическим материалом нашего исследования стали 50 англоязычных киноаннотаций, размещенных в официальном каталоге указанного кинофестиваля. Выбор источника обусловлен статусом фестиваля как одной из ключевых культурных площадок Восточной Европы.

Как отмечает И. В. Арнольд, лексика представляет собой совокупность слов, каждое из которых является многогранным образованием, объединяющим фонетические, морфологические, семантические и стилистические признаки. Именно в силу такой многомерности лексикология не ограничивается одним-двумя принципами классификации, а использует систему разнообразных критериев, позволяющих структурировать словарный состав с разных точек зрения [3, с. 8].

Одним из ключевых способов семантической организации лексики является лексико-семантическая группа (ЛСГ). Свое определение ЛСГ предлагает М. А. Грушинская: «Лексико-семантическая группа – это объединение слов одной части речи с общим основным компонентом значения» [4, с. 156-158]. Схожим образом трактует данное понятие И. А. Худоба: «Лексико-семантическая группа определяется как группа слов, объединенная по их лексическим значениям с точки зрения однородности, однопорядковости или просто близости их значений» [5]. Еще одну точку зрения представляет О. В. Кольцова: «Лексико-семантическая группа – объединение двух

и более слов с общим семантическим «стержнем», принадлежащих к одной части речи» [6, с. 67].

Таким образом, любая лексико-семантическая группа обладает рядом общих лингвистических параметров. Слова, которые входят в одну лексико-семантическую группу (ЛСГ), объединяет смысл и частеречная общность.

Далее изучим такое понятие, как «тематическая группа». Для точного понимания термина проведем анализ нескольких определений. Ф. П. Филин рассматривает понятия «тематическая» и «лексико-семантическая» группы, определяя, что ЛСГ являются составными частями ТГ. Он утверждает, что в тематические группы могут входить как их основные части, так и лексико-семантические группы: «в рамках одной тематической группы существуют более мелкие, но тесно спаянные между собой лексико-семантические группы слов» [7, с. 93]. Схожим образом А. Л. Зеленецкий утверждает, что понятие ТГ является более широким, чем понятие ЛСГ; иными словами, ТГ включает в себя ЛСГ, в то время как обратного отношения не существует [8].

По результатам проведенного нами анализа 50 киноаннотаций можем сделать вывод, что их лексический состав далеко не случаен и подчиняется конкретным коммуникативным задачам.

Анализ показал, что абсолютное большинство лексики связано с людьми. Одушевленные лица составляют почти 17% от всех употреблений. В рамках ТГ «Человек» здесь четко выделяются лексико-семантические группы: профессии, возрастной диапазон, семейные роли и так далее. В силу того, что любой фильм имеет связь, прежде всего с историей о персонажах, зрителю необходимо быстро понять, кто главный герой, чем он занимается и почему за ним стоит следить. Авторы аннотаций также вводят имена, профессии, социальные роли. Яркими примерами является сферы деятельности персонажей, такие как, историки, певцы, музыканты, космонавты, водолазы. Подобное употребление нацелено на то, чтобы создать эмоциональную связь или вызвать любопытство. Например: *Adele, just over twenty, lives immersed in the nocturnal rhythm of a Babylonian Naples* ‘Адель, которой чуть больше двадцати, живет, погруженная в ночной ритм вавилонского Неаполя’(“The Last Beautiful Thing”); *She is an astronaut prepares for a flight into space, he is a diver descends into the depths* ‘Она – космонавт, готовящийся к полету в космос, он – драйвер, спускающийся на глубину’ (“Long Distance”). Ознакомившись с данными фрагментами аннотаций, читатель уже примерно представляет, чего ожидать от фильма и его персонажей.

Следующая категория лексики, которая часто встречается в киноаннотациях – выраженная глаголами ЛСГ движения и перемещения (около 14%). Глаголы движения создают энергию текста и одновременно экономят объем. Лексика движения создает ожидание развязки сюжета, способствует погружению читателя в сюжет. Например: *Luis is traveling through southern Morocco with his son* ‘Луис путешествует по югу Марокко со своим сыном’ (“Sirat”), *A wandering musician embarks on a journey to reconcile with an old friend…* ‘Странствующий музыкант отправляется в путешествие, чтобы помириться со старым другом…’ (“Ange”), *Descending into the scorched terrain…* ‘Спускаясь по выжженной местности…’ (“Sirat”).

Конкретные и общие неодушевленные предметы составляют 13,2%. Эту группу можно рассматривать как ТГ «Предметы и явления», внутри которой можем выделить две подгруппы: «Конкретные понятия» и ЛСГ «Абстрактные понятия». Конкретные предметы – пианино, урна, горшок,

воздушный шар, вилла часто становятся основными словами для формирования сюжета. В “The Piano” инструмент связывает отца и дочь *A sleepless girl sneaks out of bed late one night to see her dad bent over the piano, pouring his soul into the keys, she joins him* ‘Однажды поздно ночью девочка с бессонницей вылезает из постели и видит, как ее отец склоняется над пианино, вкладывая душу в клавиши, и она присоединяется к нему’. В “Cu Li Never Cries” урна с прахом способствует созданию истории возвращения: *Ms. Nguyen returns home after the death of her former husband. She has brought with her his urn and his pet, Cu Li, a pygmy slow loris* ‘Мисс Нгуен возвращается домой после смерти своего бывшего мужа. Она привезла с собой его урну и его питомца Ку Ли, карликового медлительного лори’. Общие абстрактные понятия вроде любви, памяти, дружбы, секрета обозначают главные темы фильма и нужны, чтобы задать тональность кинофильма, например: *He works in a specialized facility and is passionately in love with his coworker, Océane* ‘Он работает в специализированном учреждении и страстно влюблен в свою коллегу Океану’ (“My Everything”).

12,5% составляют отвлеченные признаки, то есть прилагательные и абстрактные существительные, которые выражают оценку и эмоциональный настрой. Это наиболее интересная и цепляющая часть аннотации, которая формирует ТГ «Оценка и эмоциональное состояние». Внутри ТГ выделяем ЛСГ оценочных прилагательных. Фильм нужно не только представить, но и продать, поэтому в тексте появляются слова вроде *captivating* ‘захватывающий’ (“A Fragile Flower”), *powerful* ‘мощный’ (“Ghamar Taj”), *unconditional* ‘безусловный’ (“A Fragile Flower”), *extraordinary* ‘необыкновенный’ (“Para Vivir. The Implacable Time of Pablo Milanes”). Они формируют высокие ожидания у зрителя, обещая эмоциональный сюжет или высокое качество фильма. При этом сама аннотация сохраняет внешнюю объективность, так как оценки не высказываются непосредственно от автора, а как бы следуют из описания ситуации.

Следующей группой лексики является ТГ «Процессы и действия», то есть глаголы в широком смысле, составляют почти 12%. В отличие от ЛСГ глаголов движения, эта тематическая группа включает также глаголы состояния, решения и так далее. Они нужны, чтобы рассказать, что происходит в фильме, но без полного раскрытия сюжета. Вместо пересказа всей сюжетной линии аннотация выбирает ключевые действия, которые создают завязку и конфликт. Например: *decides to stay* ‘решает остаться’ (“Guardian of the field”), *begins to help* ‘начинает помогать’ (“Planet 7693”), *will discover* ‘откроет для себя’ (“The Last Beautiful Thing”). Часто действие обрывается на полуслове, многоточие или риторический вопрос оставляют пространство для интриги: *Suddenly the boy starts to lose your color and live in an unhappy, colorless world...* ‘Внезапно мальчик начинает терять свой цвет и жить в несчастливом, бесцветном мире...’ (“The boy who erased kisses”); *What will be the punishment?* ‘Каким будет наказание?’ (“Paradise Buffet”).

Еще 10% приходится на ТГ «Время и пространство». Внутри нее выделяются две ЛСГ: топонимов / местонахождения и временных маркеров. Такая лексика помогает зрителю сразу определить эпоху, страну, так же показывает культурную принадлежность персонажа, обстоятельства в фильме. Аннотация может начинаться с указания хронотопа, например,: *In a near-future Tokyo where the threat of a catastrophic earthquake pervades daily life* ‘В Токио недалекого будущего, где угроза катастрофического

землетрясения пронизывает повседневную жизнь' ("Happy End"), *southern Morocco* 'южное Марокко' ("Sirat") или *Amazon rainforest* 'Тропические леса Амазонки' ("The Legend of the Hummingbird"), и у читателя возникает ощущение экзотики из-за того, что события разворачиваются в другом культурном контексте. Пространство часто становится не просто фоном, а активным участником сюжета. Герои могут быть в разных обстоятельствах, например: *descend into the scorched terrain* 'спускаться по выжженной местности...' ("Sirat"). Время также работает на создание напряжения: *several days and nights* 'несколько дней и ночей' ("Le Lac"), *ten years* 'десять лет' ("Ms. Hu's Garden") задают временные рамки для полного понимания зрителем особенностей фильма.

Лексика, относящаяся к ТГ «Родство и семейные отношения», встречается в 7,8% случаев. Из представленной тематической группы можно выделить ЛСГ терминов кровного родства. В аннотациях зачастую фигурируют отцы и дети, мужья и жены, матери и сыновья. Иногда родство выносится в описание героев: вместо имен пишут *mother* 'мать', *sister* 'сестра', *daughter* 'дочь', как в аннотации к фильму "My Home", где четыре женщины перечислены исключительно по их семейным ролям. Данное употребление оказывается эффективным, поскольку тема семьи понятна любой аудитории без дополнительных объяснений. Конфликт между матерью и сыном, разрыв между мужем и женой, забота о больном родителе – такие обстоятельства вызывают моментальный эмоциональный отклик.

Природные явления занимают чуть больше пяти процентов, формируя ТГ «Природа и ландшафт». Внутри группы выделяем ЛСГ стихий и природных явлений и ЛСГ природных объектов. Они появляются либо как красивый фон, описания места событий и для большего погружения читателя в образ картины: *life is perceivable in the rushing tide, in the blowing of the wind, in the drifting clouds, in the solitary cry of birds* 'жизнь ощущается в стремительном приливе, в дуновении ветра, в плывущих облаках, в одиноком крике птиц' ("Le Lac") , *Luis and Esteban are soon drawn into a primal landscape in which they must walk a tightrope between heaven and hell...* 'Вскоре Луис и Эстебан оказываются втянутыми в первобытный ландшафт, в котором им приходится ходить по натянутому канату между раем и адом...' ("Sirat"). В аннотации к фильму "The Legend of the Hummingbird" *A fire breaks out in the Amazon rainforest, and frightened animals leave their habitat to take refuge on the other bank* 'В тропических лесах Амазонки вспыхивает пожар, и испуганные животные покидают свою среду обитания, чтобы укрыться на другом берегу' пожар в амазонском лесу становится основой для сюжетной линии. В аннотации к "Happy End" *In a near-future Tokyo where the threat of a catastrophic earthquake pervades daily life, two rabble-rousing best friends are about to graduate high school* 'В Токио недалекого будущего, где угроза катастрофического землетрясения пронизывает повседневную жизнь, два лучших друга-скандалиста оканчивают среднюю школу' землетрясение как постоянная угроза формирует атмосферу тревоги.

ТГ «Животные» встречаются в 4% случаев. В данном случае можем выделить ЛСГ реальных животных и ЛСГ мифологических животных. Их роль двойная: в мультипликационных фильмах для детей животные являются полноценными героями. Например: *Polo, a small raccoon, is upset that he had to move from the city to the countryside with his mother, who now works as a doctor at a rural hospital* 'Маленький енот Поло расстроен тем, что ему пришлось переехать из города в сельскую местность вместе со

своей матерью, которая сейчас работает врачом в сельской больнице' ("Polo") – в данном случае мы относим енотов к ЛСГ реальных животных, хотя они и реализованы как человекоподобные герои. Аналогично к реальным животным относим лемура: *Irene, a girl allergic to everything, meets a baby lemur she calls Bem* 'Ирен, девочка с аллергией на все, встречает детеныша лемура, которого она называет Бем' ("Bem and Me"). В свою очередь в аннотации *Samson, a dragon bullied by the other inhabitants of Dragonville, is forced to enter Humanville* 'Самсон, дракон, над которым издеваются другие жители Драгонвилля, вынужден отправиться в Человековилль' ("Once Upon a Time in Dragonville") главного героя относим к ЛСГ мифологических животных. Данные фильмы вызывают симпатию у зрителей разных возрастов и позволяют говорить на серьезные темы, не используя прямых формулировок, которые могут быть сложны для восприятия в детском возрасте. С другой стороны, в более взрослых фильмах животные выступают как метафоры: *A story about a woman and a bird living inside her, their forced cohabitation is accompanied by physical pain* 'История о женщине и живущей внутри нее птице, их вынужденное сожительство сопровождается физической болью' ("The Bird From Within"). Птица, живущая внутри женщины, символизирует психическое расстройство. В другом примере огромный черный волк означает детскую травму: *The film tells the story about dealing with childhood's trauma in the form of a fairytale. A young woman always runs away from a big black wolf. Her grandmother's wise advice helps her deal with this problem* 'Фильм рассказывает историю о том, как справиться с детской травмой в форме сказки. Молодая женщина всегда убегает от большого черного волка. Мудрые советы бабушки помогают ей справиться с этой проблемой' ("A Day When the Snow Melts"). В обоих случаях животные помогают аннотации быть образной и запоминающейся и освещать различные темы через образы, доступные для понимания всех читателей / зрителей.

ТГ «Части тела» составили незначительный процент в нашем исследовании (2,5%). Они появляются только тогда, когда речь идет о физическом страдании, травме или о связи с телом: *One must delve deep into oneself and feel the heart-ripping that nature imposes...* 'Необходимо глубоко погрузиться в себя и почувствовать, как разрывается сердце от того, что навязывает природа...' ("Le Lac"). В данном примере автор стремится показать переживания героя через физическую боль.

Наименее распространенные ТГ стали «Флора» и «Вещества», составившие 1,2% и 1%, внутри них выделяются ЛСГ растений и ЛСГ еды и напитков. Они попадают в аннотацию, только если напрямую связаны с сюжетом и не могут быть заменены ничем другим. Цветок в "A Fragile Flower" является и названием, и символом хрупкости героини. Апельсины в "Orange Juice" представляют собой символ экономической темы и конфликта между традицией и индустриализацией. Чай в "Sulaimani" – культурная особенность и повод для воспоминаний о родине. Данные лексемы не были бы использованы, если бы от них можно было отказаться без потери смысла.

Таким образом, ЛСГ и ТГ выполняют важную задачу в текстах киноаннотаций. Данные понятия позволяют автору последовательно развивать тему, держать текст в рамках одной смысловой сферы, обеспечивают терминологическую точность и в случае необходимости – жанровую узнаваемость текста. Можно сделать вывод, что частота употребления лексики в киноаннотациях напрямую выражает их главную задачу: за короткое

время аннотации нужно установить эмоциональный контакт со зрителем, дать ему понять, о ком фильм и куда движется сюжет, заинтересовать или вызвать сочувствие, не раскрыв при этом слишком много деталей сюжета. Люди, их перемещения, оценки и действия составляют ядро текста, поскольку в них содержится основная мысль повествования. Все остальные категории, такие как, природа, животные, предметы, части тела и др., добавляются по мере необходимости.

ЛИТЕРАТУРА

1. Голованова, Е. В. Тип текста «аннотация к телефильмам»: на материале немецкой прессы : дис. … канд. филол. наук : 10.02.04 / Е. В. Голованова. – Хабаровск, 2003. – 237 с.
2. Блинова, М. П. Семантико-прагматические характеристики аннотации к кинофильму / М. П. Блинова, В. О. Луканина // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2019. – № 58. – С. 33–38.
3. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка : учебник / И. В. Арнольд. – 3-е изд., испр. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. – с.376
4. Грушинская, М. А. Понятие лексико-семантической группы и типология сем / М.А. Грушинская // Молодой ученый. – 2025. – № 33 (584). – С. 156–158.а
5. Худоба, И. А. Соотношение лексико-семантических и тематических групп лексики / И. А. Худоба // Альтернант–2015 : материалы Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, Гродно, 21–22 мая 2015 г. / Гроднен. гос. ун-т им. Я. Купалы ; редкол.: И. Э. Жарикова (гл. ред.) [и др.]. – Гродно : ГрГУ, 2015. – С. 276–279.
6. Кольцова, О. В. Лексико-семантическая группа как единица описания языковой картины мира / О. В. Кольцова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2010. – Т. 10, № 1. – С. 67–71.
7. Филин, Ф. П. Очерки по теории языкознания / Ф. П. Филин. – М. : Наука, 1982. – 336 с.
8. Зеленецкий, А. Л. Теория немецкого языкознания : учеб. пособие для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений / А. Л. Зеленецкий, О. В. Новожилова. – М. : Академия, 2003. – 400 с.

А. В. КОНОВОД
Научный руководитель:
Д. Л. Тригубова, доцент кафедры теории и практики английского языка к.ф.н.

«СЛОВО ГОДА» В КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ ТРАДИЦИ: ПРИНЦИПЫ ОТБОРА И ДОМИНИРУЮЩИЕ СФЕРЫ ВЛИЯНИЯ

Аннотация: статья посвящена выявлению закономерностей при выборе лексических единиц, выбранных «словом года» в китайском языке в период с 2011 по 2025 гг, а также определению их основных тематических направлений. Проанализировано 19 иероглифов-победителей, установлена их связь с ключевыми общественными событиями.
Ключевые слова: слово года; лексема; общественная сфера.

ЯЗЫК выполняет ключевую функцию в становлении социума, его культурных кодов и когнитивных установок. В силу этого исследование наиболее частотных лексических единиц дает возможность охарактеризовать жизнедеятельность нации в определенный временной промежуток, выявить значимые социальные ориентиры и обобщить результаты происходящих процессов. Проведение акции «слово года» нацелено на идентификацию лексических единиц, наиболее полно отражающих общественные настроения, важнейшие события и культурные векторы развития в мире. Данное мероприятие выступает наглядным индикатором политических и социальных вызовов, доминировавших в ушедшем году и активно обсуждавшихся в медийной среде. Иссерс О.С. в своей работе отмечает, что «слово года» можно рассматривать как индикатор социальных изменений, маркер меняющейся системы ценностей» [1]. Ю. И. Детинко и А. В. Тарасенко подчеркивают, что слова-победители напрямую связаны с событиями в жизни общества, отражая глобальные политические или социальные изменения и инновации. Таким образом, эти слова выступают как показатели происходящих событий и их важности в современном мире [2, с. 354]. Определение «слов года» ежегодно реализуется посредством разнообразных методологических подходов: через экспертную оценку, результаты опросов или анализ языковых данных. Последний метод учитывает частоту употребления в СМИ, использование слов и выражений в интернете и количество поисковых запросов. Данное исследование посвящено выявлению закономерностей при выборе единиц, ставших «словом года» в период с 2011 по 2025 гг. в китайском языке, и определению их основных тематических направлений.

Традиция выбирать «слово года» началась в Германии в 1971 г. по инициативе Общества немецкого языка. Первым победителем стало прилагательное aufmüpfig ‘непокорный, бунтующий’, которое в 70-е гг. активно использовалось в немецких СМИ для описания молодежных настроений. После некоторого перерыва акция была возобновлена в 1977 г. и с тех пор прочно укоренилась в обществе. В 90-х гг. эта идея была подхвачена другими странами, и сегодня подобные проекты успешно реализуются в США, Великобритании, России, Японии, а также в Китае [3]. На данный момент «слово года» – это ежегодная акция, проводимая словарями и лингвистическими сообществами по всему миру. Ее цель – определить лексическую единицу, которая обладает особой символической значимостью и наиболее полно отражает дух уходящего года. Это слово становится символом ключевых событий, трендов или явлений, характерных для определенного периода.

Для данного исследования интерес представляет акция «слово года» в Китае. Выбор иероглифов года проходит в

несколько этапов. Со второй половины ноября до 4 декабря всем желающим предоставляется возможность зайти на специальный сайт, где можно оставить свои пожелания. Затем из иероглифов, выбранных наибольшим числом пользователей сайта, отбирается десять знаков, и эксперты составляют к ним толкования. На финальном этапе данные десять иероглифов выставляются на голосование, и 21 декабря объявляется знак-победитель [4].

Согласно данным китайских средств массовой информации, результаты интернет-опроса 2011 г., собравшего около 2 миллионов респондентов, показали, что иероглифом года был выбран 控 ‘контроль’. Эксперты, проводившие исследование, считают такой выбор закономерным, учитывая активные меры, предпринятые правительством в уходящем году для контроля и стабилизации инфляционного давления.

«Словом 2012 года» в Китае выбрали 梦 ‘мечта’. «Китайская мечта» стала главной идеологемой, объединяющей общество и легитимирующей политику партии. Иероглиф 梦 символизирует воплощение китайской мечты, охватывающей как достижения в освоении космоса, спорта, технологий, присуждение Нобелевской премии деятелю национальной литературы, а также личные устремления граждан.

Китайский иероглиф 2013 года, выбранный в ходе онлайн-голосования, – 房 ‘дом’. Эксперты Пекинского университета лингвистики и культуры полагают, что выбор пользователей отражает период роста цен на недвижимость в стране. Таким образом, слово показывает озабоченность общества жилищным вопросом (недоступность жилья, рост цен на недвижимость) и традиционную ценность семьи в условиях быстрой урбанизации и социальных изменений.

Китайское слово года 2014 – 法 ‘закон’. После четвертого пленума ЦК КПК 18-го созыва в 2014 году, где была провозглашена стратегия «правового государства», слово 法 стало центральным, символизируя курс на верховенство закона и права.

В 2015 г. иероглифом года был выбран 廉, означающий ‘честность’. Этот выбор, как полагает газета China Daily, тесно связан с масштабной антикоррупционной кампанией, инициированной председателем КНР Си Цзиньпином.

В 2016 г. иероглифом года стал 规 ‘правило’. Этот выбор отражает как традиционные ценности, так и политическую повестку в Китае. С одной стороны, иероглиф 规 символизирует многовековые устои и нормы поведения, которые являются фундаментом нации. С другой стороны, он олицетворяет современные требования общества и государства.

В 2017 г. было выбрано несколько иероглифов. 享 ‘делиться’ был отмечен экспертами в качестве символа материального достатка, а 初心 ‘первоначальный замысел’ означает, что всегда нужно помнить о том, с чего начали и стремиться только вперед. Данные иероглифы стали популярны, поскольку они отразили двойственную природу китайского общества того периода. Иероглиф 享 ‘делиться’ стал символом материального прогресса, благосостояния и новых форм потребления, а иероглиф 初心 ‘первоначальный замысел’ выступил в роли духовного ориентира, напоминания о целях и принципах в стремительно меняющемся мире.

Интересным представляется выбор 2018 г., в котором было определено несколько иероглифов, которые можно назвать антонимами. Один из них, это иероглиф 奋, который означает ‘стремиться’. Эксперты полагают, что в условиях динамично меняющегося современного мира преодоление трудностей и движение к прогрессу воспринимаются как источник удовлетворения. Второй – 退 ‘отступать, выходить’. Среди ключевых событий 2018 г. следует отметить ряд значимых выходов из международных организаций и соглашений. Так, Соединенные Штаты Америки приняли решение покинуть ядерную сделку по Ирану, Совет по правам человека ООН и Всемирный почтовый союз. Не менее существенным стало решение Великобритании о выходе из Европейского союза, известное как “Brexit”. Кроме того, неожиданным шагом стало объявление Катара о выходе из Организации стран – экспортеров нефти (ОПЕК).

Слова 稳 ‘стабильный’ и 难 ‘трудный’ были признаны иероглифами 2019 года в Китае. Иероглиф «стабильность», означающий также «надежный» и «прочный», был признан главным иероглифом 2019 года благодаря устойчивому развитию Китая, который отметил свое 70-летие масштабным военным парадом, показавшим силу страны. А выбор иероглифа «трудный» эксперты объясняют тем, что 2019 год запомнился миру драматическими масштабными событиями: бесконечными отсрочками “Brexit”, торговыми конфликтами и мрачным видом сгоревшего Нотр-Дама.

По итогам ежегодного интернет-голосования, проведенного при содействии Государственного центра мониторинга и изучения лингвистических ресурсов КНР, 21 декабря были объявлены иероглифы, символизирующие уходящий 2020 г. Ими стали 民 ‘народ’ и 疫 ‘эпидемия’. В 2020 году граждане страны помогали друг другу, ведя совместную борьбу с Covid-19 и соблюдая соответствующие меры безопасности.

В 2021 г. по результатам интернет-опроса словом года стал иероглиф 难 ‘трудный’ в связи с пандемией и ее последствиями.

Согласно данным Центра мониторинга и изучения государственного языка, в 2022 г. ключевыми трендами китайских социальных сетей стали упоминания 稳 «стабильности», касающиеся экономической политики страны.

В 2023 г. главным словом уходящего года признан иероглиф 振, несущий смыслы «воодушевлять», «вдохновлять». Как отмечают эксперты, суть этого иероглифа раскрывается в способности человека сохранять верность своим идеалам перед лицом любых трудностей, продолжать двигаться вперед и испытывать радость от каждого пройденного шага на пути к прогрессу.

В 2024 г. в Китае аббревиатура AI ‘ИИ’ была признана словом года, что отражает глубокое проникновение искусственного интеллекта во все области человеческого бытия. Данное понятие стало олицетворением технологического прорыва, который одновременно открывает перед нами новые горизонты и предъявляет определенные требования. В этом году технологии машинного обучения стремительно интегрировались в социальную, экономическую и культурную сферы, провоцируя активные дискуссии и заставляя общество задуматься о последствиях этих изменений.

Символом года – 2025 выбран иероглиф 韧 ‘устойчивость’. В китайской лексике он символизирует умение сохранять структурную целостность и работоспособность в самых суровых испытаниях. Это понятие часто применяют для описания физических свойств материалов или твердости духа человека. На фоне экономических трансформаций, технологических вызовов и глобальной непредсказуемости 2025 года именно этот символ отражает китайское видение стратегии развития: не стремительный рывок, а упорное, долговечное и выносливое движение к цели.

Таким образом, было проанализировано 19 лексических единиц и выделено 5 доминирующих сфер. Преобладающее количество лексем было отнесено к социальной сфере, которая составила 32%, в сферу экономики вошло 24%, а в сферу политики – 20%. Исходя из этого можно сделать вывод, что китайская традиция выбора «слов года» демонстрирует ярко выраженную идеологическую направленность, устойчивую ориентацию на государственную идеологию и социальную гармонию (享 ‘делиться’ (2017), 稳 ‘стабильный’ (2019), 民 ‘народ’ (2020)). Это может быть связано с тем, что китайские иероглифы года работают как краткосрочные идеологические ориентиры: мотивируют население на достижение целей и поднимают общественное настроение, массово внедряясь в сознание социума.

Исследование слов года, определяемых ведущими словарными изданиями, имеет большое значение для понимания современных социокультурных процессов. Данные слова служат индикаторами общественных настроений, ключевых событий и актуальных тенденций. Для специалистов в области коммуникаций, маркетинга и политологии такой анализ предоставляет практический инструмент для выявления текущих трендов и прогнозирования общественных тенденций. Кроме того, исследование слов года помогает осмыслить язык как динамичную систему, реагирующую на изменения в общественной жизни.

ЛИТЕРАТУРА

1. Иссерс, О. С. В поисках общего словаря: дискурсивные практики новейшего времени через призму проектов «слово года» / О. С. Иссерс // Политическая лингвистика. – 2014. – № 4 (50). – С. 48–53.
2. Детинко, Ю. И. Акция “Word of the Year”: опыт корпусного исследования (на материале британского и американского слова года 2013 selfie) / Ю. И. Детинко, А. В. Тарасенко // МНКО. – 2019. – № 1 (74). – С. 353–356.
3. Wort des Jahres // Gesellschaft für deutsche Sprache. – URL: https://gfds.de/aktionen/wort-des-jahres/ (date of access: 18.05.2026).
4. В Китае назвали ‘иероглифы года’ // GenLing.ru: Общее языкознание. – URL: http://genling.ru/news/item/f00/s06/n0000688/index.shtml (дата доступа: 20.05.2026).

Е. А. КРЮЧКОВА
Научный руководитель:
Д. Л. Тригубова, доцент кафедры теории и практики английского языка к.ф.н.

ОНИМИЯ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЖЕЙ КОМЕДИЙ И ФИЛЬМОВ УЖАСОВ В СИНОПСИСАХ НА АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Аннотация: статья посвящена исследованию особенностей использования онимов в англоязычных и русскоязычных киноаннотациях к современным фильмам жанров комедия и ужасы. На материале 100 синопсисов американских и российских фильмов проводится анализ основных разновидностей онимов, используемых для представления персонажей. Рассматриваются антропонимы, топонимы, зоонимы и эргонимы, выявляются количественные и качественные различия в их функционировании в зависимости от языка аннотирования и жанровой принадлежности фильма. Результаты исследования позволяют сделать вывод о влиянии дискурсивных и жанровых факторов на выбор и использование онимов в киноаннотациях.
Ключевые слова: киноаннотация; оним; антропоним; зооним; эргоним; топоним; персонаж; жанр.

КИНОАННОТАЦИЯ представляет собой важный элемент кинодискурса, направленный на краткое представление содержания фильма. Это средство, с помощью которого зритель может получить первое представление о фильме, не погружаясь в его подробности. Как и в других областях, аннотация в кинематографе выполняет функцию краткого изложения содержания произведения, с добавлением либо критической оценки, либо рекламного характера [1, с. 242]

Поскольку киноаннотация фильма играет важную роль в передаче информации о персонажах, в нем неизбежно присутствуют онимы.

По мнению З. О. Овчинниковой, к онимам обычно относят имена собственные, которые обозначают объекты окружающей действительности [2]. Это могут быть антропонимы (имена людей), топонимы (названия географических объектов), этнонимы (названия народов и этносов), ойконимы (названия населенных пунктов), этниконы (названия жителей регионов), эргонимы (названия организаций, учреждений, предприятий) и зоонимы (клички животных) [3]. Такая классификация демонстрирует широкое распространение онимов в различных сферах жизнедеятельности человека.

Следует отметить, что онимия является универсальным языковым явлением, которое представляет слова, словосочетания или предложения, служащие для выделения именуемого им объекта среди других объектов, его индивидуализации и идентификации [3]. Данное определение подчеркивает основную функцию имени собственного – обозначение уникального объекта и его разграничение с другими единицами.

Целью нашего исследования является определение разновидностей онимов, используемых для представления персонажей фильмов в киноаннотациях. Материалом исследования послужили англоязычные и русскоязычные синопсисы к 100 современным американским и российским фильмам жанров ужасы и комедии, (по 50 фильмов каждого из жанров). Источником материала стала онлайн-база данных о кинофильмах imdb.com.

Проведенное исследование позволило установить, что общее количество онимов в исследуемых нами комедиях имеет лишь небольшое расхождение: 137 в американских комедиях (*Mike Lane* ‘Майк Лэйн’, *Peter* ‘Питер’, *Mrs. Phelps* ‘миссис Фелпс’) и 156 – в российских (*Данила*, *Ксюша Субботина*, *Россия*). Можем предположить, что это связано с

желанием несколько более подробно описать сюжет кинофильма, что способствует увеличению количества имен собственных.

Обращает на себя внимание тот факт, что в кинноанотациях содержатся различные виды антропонимов. Например, в англоязычных комедиях чаще встречаются полные сочетания имени и фамилии (*Scott Lang* ‘Скотт Лэнг’, *Danny Francesco* ‘Дэнни Франческо’, *Jane Foster* ‘Джейн Фостер’), титулы (*Professor Dovey* ‘Профессор Дови’, *Mrs. Harris* ‘Миссис Харрис’, *Captain Hook* ‘Капитан Крюк’) и псевдонимы (*Santa Claus* ‘Санта Клаус’). Русскоязычным комедиям в свою очередь больше характерно наличие имени (*Наташа*, *Ольга*, *Олег*), фамилии для обозначения семьи (*Беляковы*, *Гуреевы*, *Петровы*), сочетаний имени и отчества (*Марина Николаевна*, *Валентина Михайловна*) и прозвищ (*димонстр*, *гуляка*). На наш взгляд это связано с тем, что американские описания фильмов стремятся подчеркнуть социальный статус и индивидуальный образ героя, в то время как российские синопсисы отражают языковую особенность – использование отчества, которая способна отразить межличностные отношения и характер коммуникации.

Установлено, что комедиям, независимо от культурной принадлежности, свойственно наличие зоонимов: в американских синопсисах выявлено 4 имени собственных (*Ernest* ‘Эрнест’, *Bowser* ‘Боузер’, *Lyle* ‘Лайл’), в российских – 7 (*Кузя*, *Кеша*, *Геннадий*). Небольшое и почти равное количество зоонимов можно объяснить тем, что в подобном жанре животным не свойственно играть главную роль и поэтому они используются значительно реже.

Стоит отметить, что соотношение эргонимов в описании кинофильмов оказалось следующим: 4 в англоязычных комедиях (*CIA* ‘ЦРУ’, *NBA* ‘НБА’) и 2 – в русскоязычных (*Дом Офицеров*, *«Иванушки International»*). Мы предполагаем, что такое количество связано с тем, что наименования компаний встречается лишь при их непосредственной значимости для сюжета. В кратком описании фильма сюжет сильно обобщается, что сокращает частотность употребления эргонимов.

Количество топонимов, определяющих место нахождения персонажа, составляет 11 в американских комедиях (Brooklyn ‘Бруклин’, *Madrid* ‘Мадрид’, Florida ‘Флорида’, London ‘Лондон’) и целых 28 в российских комедиях (*Турция*, *Москва*, *Питер*, *Сочи*). Существенная разница может быть связана с тем, что англоязычные аннотации используют менее содержательное обозначение пространства, в то время как русскоязычные, например, нацелены передать более реальную картину повествования, включая тем самым большего описания географических мест.

Таким образом, результаты проведенного нами исследования позволяют заключить, что наименования персонажей в кратких описаниях американских и российских комедий различаются. В итоге рассмотрения данного вопроса выявлено, что общее количество онимов в представлении фильмов разного производства значительно не отличается. Однако заметна разница в использовании антропонимов: в англоязычных фильмах они чаще встречаются в виде имени и фамилии, титулов и псевдонимов, в то время как в русскоязычных они чаще представлены именем, именем и отчеством, прозвищем. Зоонимы и эргонимы составляют небольшое количественное расхождение в обоих языках, что обусловлено их меньшей значимостью для краткого представления сюжета. В русскоязычных синопсисах

более распространено наличие топонимов, что может свидетельствовать о желании локализовать события фильма. Следовательно, анализ позволил установить, что страна создания фильма и язык аннотирования способны в некоторой степени оказывать влияние на использование онимов в киноаннотациях.

На основе изучения синопсисов к фильмам ужасов установлено, что общее количество онимов в них значительно ниже, чем в аннотациях к комедиям: в американских аннотациях оно составило 49 (*Chuck* ‘Чак’, *Henry Adams* ‘Генри Адамс’), а в отношении российских фильмов ужасов – 43 (*Родион*, *Алексей*). Можем предположить, что как англоязычные, так и русскоязычные фильмы ужасов часто создают эффект обезличенности, где персонажи могут быть стереотипными и заменяемыми. Их индивидуальность играет меньшую роль по сравнению с общей атмосферой и развитием сюжета.

Насколько позволяет судить наш материал, в американских синопсисах можно встретить более детализированное именование персонажей: используются имена (*Victoria* ‘Виктория’), имя и фамилия (*Christopher Robin* ‘Кристофер Робин’) и псевдонимы (*WINDIGO* ‘Виндиго’). В российских киноописаних, напротив, антропонимы упрощены: в большинстве случаев персонажи представлены только именем (*Женя*, *Тимофей*) или прозвищем (*Хромая Вдова*, *Пиковая Дама*). Можем предположить, что англязычные киноаннотации ориентированы больше на персонализацию героя, чем на типизацию для создания общей атмосферы страха и загадочности, как в русскоязычных описаниях.

Выявлено, что американские фильмы ужасов содержат небольшое количество зоонимов (4), например: *Piglet* ‘Пятачок’, *Tigger* ‘Тигр’, в то время как в российских синопсисах они не выявлены. Такое соотношение можно объяснить тем, что русскоязычные киноаннотации больше концентрируются на человеке и сверхъестественных сущностях, тогда как англоязычные используют описания животных в качестве полноценных действующих персонажей.

Количество эргонимов, преимущественно указывающих на место работы персонажа, составляет лишь 1 американских фильмах ужасов (*Company* ‘Компания’). На наш взгляд, это связано с большей релевантностью отражения замкнутых пространств и таинственных, уединенных мест без обозначения конкретных организаций.

Что касается топонимов, в американских синопсисах установлено 5 случаев, тогда как в российских синопсисах – их 7. Приведем несколько примеров: *New York City* ‘Нью-Йорк’, *Kerala* ‘Керала’ (американские), *Якутия*, *Ленинградская область* (российские). Небольшое количественное различие можно объяснить тем, что русскоязычные киноаннотации в несколько большей степени стремятся передать конкретное место угрозы для усиления напряженности и страха.

Таким образом, проведенный анализ показал, что использование онимов в англоязычных и русскоязычных синопсисах имеет как общие, так и отличительные черты. В обоих языках наиболее распространенной категорией являются антропонимы, однако способы именования персонажей различаются. Для англоязычных синопсисов характерно более детализированное представление персонажей посредством сочетаний имени и фамилии, титулов и псевдонимов, тогда как в русскоязычных чаще используются личные имена, сочетания имени и отчества, а также прозвища. Различия наблюдаются и в употреблении зоонимов: в англоязычных синопсисах они представлены чаще и используются для обозначения

самостоятельных персонажей, тогда как в русскоязычных они представлены ограниченно. Кроме того, в русскоязычных синопсисах наблюдается более высокая частотность топонимов. Эргонимы в обоих языках являются сравнительно редкой категорией. Следовательно, результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что язык аннотирования и связанные с ним культурно-дискурсивные особенности оказывают влияние на выбор и функционирование онимов в текстах синопсисов.

Отметим также, что для киноаннотаций к фильмам жанров комедия и ужасы характерны различные наименования персонажей. В ходе исследования выявлено, что в синопсисах к комедиям количество онимов значительно превышает их количество в синопсисах к фильмам ужасов. Особенно заметна разница в использовании антропонимов: в комедийных фильмах они встречаются чаще, что связано с жанровой спецификой, требующей большего количества ярких и запоминающихся персонажей. Также в комедиях несколько больше топонимов, что может свидетельствовать о более насыщенной географической и социальной среде, в которой разворачиваются события. Зоонимы и эргонимы представлены в небольшом количестве в обоих жанрах, что может объясняться их меньшей значимостью для развития сюжета. Таким образом, анализ показал, что жанровая специфика оказывает влияние на выбор и использование онимов в синопсисах кинофильмов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимов, В.Е. Кинозаголовок, синопсис и слоган кинофильма как функционально-прагматические единицы кинотекста (на материале современного французского кинодискурса) / В.Е. Анисимов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – Т. 13, № 1. – С. 240–245.
2. Подольская, Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1978. – 198 с.
3. Овчинникова, З. О. Некоторые особенности употребления и функционирования онимов в сетевой коммуникации / З. О. Овчинникова // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. – 2025. – № 2 (22). – С. 207–215.

К. В. ЛЫНЬКО
Научный руководитель:
Д. Л. Тригубова, доцент кафедры теории и практики английского языка к.ф.н.

ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ДЕТСТВА УЧАСТНИЦ КОНКУРСА “MISS UNIVERSE – 2025”

Аннотация: статья посвящена выявлению и анализу языковых средств репрезентации детства на материале 120 биографических описаний участниц конкурса “Miss Universe – 2025”. Установлена частотность упоминания информации о детстве, выделены основные лексико-грамматические конструкции и тематические группы, релевантные для языковой репрезентации данного аспекта.
Ключевые слова: лингвистическая репрезентация; конкурс красоты; детство; лексико-грамматические средства; тематическая группа.

В СОВРЕМЕННОЙ лингвистике и дискурсивных исследованиях языковая репрезентация публичных личностей, политических деятелей и знаменитостей формирует не только индивидуальный имидж, но и определенные социальные стереотипы и ценностные ориентиры. Конкурсы красоты не являются исключением и становятся объектом исследования, позволяющим анализировать лексические единицы, используемые для репрезентации и самопредставления участниц. В данной работе мы уделим внимание репрезентации участниц конкурса “Miss Universe – 2025”.

Понятие репрезентации является ключевым для целого ряда наук – от философии и психологии до лингвистики и культурологии. Е. А. Сергиенко характеризует репрезентацию как «представленность себе», подчеркивая, что речь идет о внутренних структурах, которые складываются у человека на протяжении жизни и фиксируют его представления о мире [1, с. 265]. Л. А. Микешина определяет репрезентацию как процедуру, сочетающую моменты образности и конструирования, через которые субъект представляет не только объект, но и свое присутствие [2, с. 7]. Таким образом, лингвистическая репрезентация представляет собой процесс и результат кодирования социально значимой информации о человеке с помощью системы языковых средств, формирующих в сознании реципиента определенный образ.

Системный подход к исследованию лексического состава языка привел к возникновению теории семантического поля. Семантическое поле – это иерархическая структура множества языковых единиц, объединенных общим (инвариантным) значением и отражающих в языке определенную понятийную сферу; это лексическая категория высшего порядка, синтезирующая в себе частные категории (синонимию, антонимию и др.) [3, с. 8]. Внутри семантического поля выделяются более мелкие и структурированные объединения – лексико-семантические группы (ЛСГ). ЛСГ определяется как класс однозначных слов, имеющих общий интегральный семантический компонент и типовые дифференциальные компоненты, а также характеризующихся функциональной эквивалентностью и регулярной многозначностью [4, с. 175]. По определению Э. В. Кузнецовой, лексико-семантическая группа представляет собой «класс слов одной части речи, имеющих в своих значениях достаточно общий интегральный семантический компонент (компоненты) и типовые уточняющие дифференциальные компоненты» [5, с. 78–79].

Тематическая группа, в отличие от ЛСГ, объединяет лексические единицы на основе экстралингвистического признака,

то есть общности темы, ситуации, денотативной отнесенности или функционального назначения [6, с. 73]. Как отмечает И. В. Кременецкая, основой интеграции тематической группы служат связи предметов реального мира, являющиеся денотатами словесных знаков [7]. Ключевым звеном, иерархически организующим элементы семантического поля, тематической и лексико-семантической групп, является гиперо-гипонимия (или гипонимия). Гипонимия – одно из основных парадигматических отношений в семантическом поле – иерархическая организация его элементов, основанная на родо-видовых отношениях [8, с. 614].

Данное исследование посвящено языковой репрезентация детства участниц конкурса “Miss Universe – 2025”. Мисс Вселенная – ежегодный международный конкурс красоты, один из самых престижных конкурсов красоты в мире. Исследование выполнено на основе статьи одного из ведущих мировых порталов “Business Insider”, где представлена информация о всех 120 участницах конкурса. Данные о детстве участницы играют важную роль в создании полноценного образа, указывая на главные ценности, в которых формировалась их личность. В ходе исследования выявлено, что информация о детстве представлена у 53 конкурсанток из 120, что составило 44,2% от общего числа исследованных текстов.

По итогам анализа было определено, что глагол *was born* (родилась) употребляется чаще всего (34%). Данная конструкция в контексте биографических описаний выполняет ряд важных функций, выходящих за рамки простой констатации факта. Можно назвать следующие функции: указание на место и обстоятельства рождения, описание среды проживания, уточнение информации о семье девушки и т.д. Сама по себе конструкция *was born* нейтральна, но приобретает различные оттенки в сочетании с другими лексическими маркерами. *Onyinyechi Basil, 25, was born and raised in a small apartment by her father* ‘Оньинечи Базиль, 25 лет, родилась и выросла в маленькой квартире, воспитанная отцом’. *Hanin Al Qoreishy, 29, was born in Iraq, but her family moved to the US when she was 9 amid conflict in her home country* ‘Ханин Аль-Курейши, 29 лет, родилась в Ираке, но ее семья переехала в США, когда ей было 9 лет, из-за конфликта в ее родной стране’.

В отличие от нейтральной конструкции *was born*, конструкция *was raised* (была воспитана) несет большую эмоциональную и смысловую значимость. Данный глагол встречается с частотностью 11,3%. Например, *Raschel Paz, 25, was raised by her grandparents, although she believed them to be her parents* ‘Рашель Пас, 25 лет, была воспитана бабушкой и дедушкой, хотя считала их своими родителями’; *Mary Kuvakova, 19, was raised by her grandparents while her parents pursued careers abroad* ‘Мэри Кувакова, 19 лет, была воспитана бабушкой и дедушкой, пока ее родители строили карьеру за границей’. Таким образом, одна из важнейших функций пассивной конструкции *was raised* – указание на опекунов участницы, в роли которых, как видно из примеров, зачастую выступали не мать и отец, а другие родственники. В примере *Lyshanda Moyas, 27, was raised in a family where she learned the value of hard work* ‘Лайшанда Мойас, 27 лет, была воспитана в семье, где она узнала ценность тяжелого труда’ конструкция указывает на социальное происхождение участницы. Кроме того, *was raised* может использоваться для создания контраста между прошлым и ее нынешним участницы: *She was raised in a small apartment with limited resources. Today, she is a successful entrepreneur and philanthropist* ‘Она была воспитана в маленькой квартире с ограниченными

ресурсами. Сегодня она успешный предприниматель и филантроп'.

Третья по частоте встречаемости в описании конкурсанток – конструкция *spent her childhood* (провела свое детство), составившая 7,5%. Она также используется для описания места, где прошло детство девушки, и указания на тех, кто был рядом с ней в тот период. Например, *Annika Xue Sager, 25, spent her childhood in various places across Europe, Asia, and the Middle East with her mother, who is Singaporean Chinese, and her father, who is German* 'Анника Сюэ Сагер, 25 лет, провела детство в разных местах Европы, Азии и Ближнего Востока со своей матерью, китаянкой из Сингапура, и отцом, немцем'; *Maria Cunha, 22, spent her childhood in Luanda, Angola, where she was the youngest of nine siblings* 'Мария Кунья, 22 года, провела детство в Луанде, Ангола, где она была младшей из девяти братьев и сестер'. Остальные конструкции в биографиях участниц представлены точечно.

По итогам семантического анализа были выделены тематические группы. Группа *family/upbringing* составила 30%, что говорит о ключевой роли семьи в формировании личности каждой девушки. Например, *Gaby Guha, 26, was born in France, where her grandparents raised her after an accident left her father handicapped* 'Габи Гуха, 26 лет, родилась во Франции, где ее воспитали бабушка и дедушка после того, как в результате несчастного случая ее отец стал инвалидом'; *Myat Yadanar Soe, 27, was inspired by her parents' entrepreneurial efforts from a young age* 'Мьят Яданар Со, 27 лет, с юного возраста была вдохновлена предпринимательскими усилиями своих родителей'; *Naisae Yona, 28, states that she learned humility, kindness, and the value of hard work from her parents* 'Найсае Йона, 28 лет, говорит, что научилась смирению, доброте и ценности тяжелого труда у своих родителей'. Как видно из вышеперечисленных примеров, родители выступают в качестве ролевых моделей, у которых конкурсантки перенимают такие важные качества, как трудолюбие, доброта и ответственность. Родные и близкие также являются источником вдохновения и поддержки. Вторая группа, *geography* (26,3%), связана с местом рождения и взросления конкурсантки. Например, *Peggy Garabekian, 30, was born in Tehran, Iran, to an Armenian family* 'Пегги Гарабекян, 30 лет, родилась в Тегеране, Иран, в армянской семье'; *Nathalie Yasmin, 28, was born and raised in Amsterdam* 'Натали Ясмин, 28 лет, родилась и выросла в Амстердаме'. Благодаря географическим данным формируется понимание того, какие культурные и социальные факторы повлияли на становление личности конкурсантки. Третья по частотности тематическая группа – *relocation* (17,5%). Переезд в другую стану требует адаптации, что говорит о способности девушек приспосабливаться к новым условиям и справляться с возникшим трудностями. Например, *Maria Cunha, 22, moved to South Africa for school when she was 17* 'Мария Кунья, 22 года, переехала в Южную Африку для учебы, когда ей было 17 лет'; *Peggy Garabekian, 30, spent a few years living in India before moving to California* 'Пегги Гарабекян, 30 лет, провела несколько лет в Индии, прежде чем переехать в Калифорнию'.

Таким образом, детство дает представление о том, какие события, обстоятельства и люди сформировали характер и ценности конкурсантки. Данная информация является фундаментом в создании общего портрета девушки. Описание детства почти исключительно использует прошедшее время, что подчеркивает трансформацию и преодоление. Пассивный залог используется для описания обстоятельств, не зависящих от участницы, в то время как активный залог описывает ее собственные усилия по преодолению трудностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сергиенко, Е.А. Модель психического как новая исследовательская парадигма когнитивной психологии / Е.А. Сергиенко // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2015. – № 4. – С. 265–279.
2. Микешина, Л.А. Репрезентация: частный метод или фундаментальная операция познания? / Л.А. Микешина // Epistemology & Philosophy of Science. – 2007. – № 1. – С. 5–17.
3. Новиков, А.Л. Эскиз семантического поля / А.Л. Новиков // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2011. – № 2. – С. 7–17.
4. Никандрова, И.А. О соотношении понятий «Функционально-семантический класс слов» и «Лексико-семантическая группа» / И.А. Никандрова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2010. – № 3. – С. 173–177.
5. Кузнецова, Э.В. Лексикология русского языка : учеб. пособие / Э.В. Кузнецова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Высшая школа, 1989. – 216 с.
6. Грачева, Н.Г. Лексико-тематическая группа при изучении русского языка как иностранного / Н.Г. Грачева // Проблемы современного педагогического образования. – 2025. – № 87–3. – С. 71–74.
7. Кременецкая, И.В. Тематическая группа как парадигматическое объединение слов / И.В. Кременецкая // Lingua mobilis. – 2009. – № 3 (17). – С. 94–98.
8. Тимирханов, В.Р. Системно-семантические связи как показатель динамики развития терминологической лексики метаязыка юрислингвистики / В.Р. Тимирханов, Е.Л. Зиянгирова // Вестник Башкирского университета. – 2019. – № 3. – С. 612–617.

М. В. МОРОЗОВА
Научный руководитель:
Д. Л. Тригубова, доцент кафедры теории и практики английского языка к.ф.н.

НЕОЛОГИЗМЫ В САУНДТРЕКАХ ФИЛЬМА “WONKA” (2023): ЛИНГВОКРЕАТИВНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация: статья посвящена лингвокреативным особенностям саундтреков кинофильма-фэнтези “Wonka” (2023). Материалом исследования послужили тексты десяти оригинальных саундтреков на английском языке. Анализируются авторские неологизмы (суффиксальные образования, неологизмы-бленды, семантические и фонетические новообразования). Выявляются стилистические функции данных приемов: создание сказочной атмосферы, языковая игра, звукоподражание и ритмическая характеристика персонажей.
Ключевые слова: кинодискурс; саундтрек; Wonka; лингвокреативность; авторский неологизм; языковая игра.

В УСЛОВИЯХ возрастающего интереса к изучению языка кино анализ саундтреков как особого типа дискурса позволяет выявить стилистические приемы, отражающие авторскую интенцию и механизмы воздействия на зрителя. Музыкальное сопровождение в кино осуществляет не только художественную, но и коммуникативную функцию, передавая эмоциональные и смысловые акценты через текст песни.

Саундтрек к современному кинофильму представляет собой выбранное или созданное музыкальное сопровождение фильма, телесериала, видеоигры или других медиумов; саундтреки могут выпускаться в виде отдельных музыкальных альбомов и служат не только для создания психологического фона произведения, но и как средство продвижения медиапродукта [1]. В музыкальной фэнтези-комедии “Wonka” (2023) режиссера П. Кинга песенные номера не только выполняют нарративную функцию (продвижение сюжета, характеристика персонажей), но и демонстрируют богатый арсенал лингвокреативных средств. Под лингвокреативностью понимается творческая способность языковой личности создавать в ходе дискурсивной деятельности инновационные единицы из заложенных языковой системой средств по аналогии с существующими моделями или отступая от них, для передачи посредством языкового знака ментальных конструктов знания о реальной или конструируемой действительности [2, с. 17]. Настоящее исследование направлено на выявление и систематизацию данных средств, а также на определение их стилистических функций в контексте кинодискурса.

Под неологизмом в работе понимается «слово, значение слова или идиома, существующие в определенный период в определенной языковой сфере и не существовавшие в предшествующий период» [3, с. 159]. Данный подход, предполагающий использование временного, пространственного и видового конкретизаторов, позволяет фиксировать новизну как по отношению к общеязыковому узусу, так и по отношению к конкретному художественному миру. Такой ракурс является релевантным для анализа окказиональных (авторских) новообразований, которые создаются специально для выполнения экспрессивной или номинативной функции в рамках конкретного текста и могут не получать распространения за его пределами [4].

Материалом исследования послужили тексты десяти оригинальных саундтреков фильма “Wonka” (2023): “A Hatful of Dreams”, “You’ve Never Had Chocolate Like This”, “Scrub Scrub”, “Sweet Tooth”, “For a Moment”, “Oompa Loompa”, “A

World of Your Own", "Pure Imagination" и др. Общий объем проанализированного текстового материала составил порядка 1800 словоупотреблений, что является репрезентативным для выявления устойчивых лингвокреативных паттернов.

Анализ фактического материала позволил выделить четыре группы авторских неологизмов, различающихся по способу образования и характеру стилистического эффекта.

Первая группа – суффиксальные образования с уменьшительно-ласкательным суффиксом *-let*. В английском языке данный суффикс традиционно служит для образования существительных со значением малости (*booklet* 'книжечка', *piglet* 'поросенок', *leaflet* 'листовка'). В саундтреках фильма авторы сознательно присоединяют этот суффикс к лексемам, которые в норме его не принимают, создавая комичный, «детский» эффект. Наиболее яркий пример встречается в песне "You've Never Had Chocolate Like This", где Вилли Вонка поет: *makes your eyes pop out their sockelets* 'заставляет глаза выскочить из глазничек' (вместо стандартного *sockets* 'глазницы'). Чуть далее в той же песне фигурирует строка *put your hand into your pockelet* 'сунь руку в свой кармашек' (вместо *pocket* 'карман'). Уменьшительный суффикс смягчает звучание, придает ему наивность и сказочность, маркируя художественный мир фильма как пространство, где нарушаются не только физические, но и языковые законы. Стилистическая функция данного приема – создание атмосферы чуда и абсурда, характерной для прозы Роальда Даля.

Вторая группа – сложные неологизмы-бленды, образованные путем слияния двух основ. В песне "You've Never Had Chocolate Like This" картель шоколатье, осознавая угрозу, которую представляет для их бизнеса Вонка, в отчаянии восклицает: *We'll go bust! Choc-apocalypse!* 'Мы обанкротимся! Шоколапокалипсис!' Данное новообразование составлено из основ *chocolate* 'шоколад' и *apocalypse* 'апокалипсис'. Гиперболизированный характер неологизма создает комический эффект преувеличения: экономическая конкуренция со стороны одного изобретателя воспринимается торговцами как конец света. Смешение позволяет авторам в одной лексической единице совместить предметную область (шоколад) и катастрофическую оценку ситуации, что является экономичным и выразительным средством языковой игры.

В той же песне встречается вариант с уменьшительным суффиксом, встроенный в рифмующуюся пару: *Only Wonka's makes you rock around the clock-elet* 'Только шоколад Вонки заставит тебя танцевать круглосуточно-чно'. Здесь основа *clock* 'часы' получает суффикс *-elet* (фонетический вариант *-let)* исключительно ради сохранения рифмы с sockelets и pockelet. Данный пример демонстрирует высшую степень свободы авторов в обращении с языковым материалом, где звуковая организация текста (рифма и ритм) начинает диктовать словообразовательные процессы.

Третья группа – смысловые неологизмы (семантические новообразования), при которых форма слова остается неизменной, но ее семантика в контексте фильма существенно трансформируется. В песне "A World of Your Own" содержится строка: *Clouds are made of cotton candy* 'Облака сделаны из сладкой ваты'. Сами по себе лексемы *cloud* 'облако' и *cotton candy* 'сладкая вата' не являются новыми. Однако в рамках художественного мира фильма между ними устанавливается не отношение сравнения ('облака похожи на сладкую вату'), а отношение онтологического тождества ('облака состоят из сладкой ваты'). Данный прием представляет собой концептуальную метафору, которая становится реальностью: нарушаются категориальные границы между

физическим миром (метеорологические явления) и миром вкусовых ощущений (кондитерские изделия). Такое семантическое новообразование формирует магический реализм фильма, где любое воображение может материализоваться.

Четвертая группа – фонетические неологизмы, которые не имеют самостоятельной семантики и существуют исключительно как звуковой образ, ритмическая или мелодическая единица. Ярчайшим примером является имя Oompa-Loompa, созданное Роальдом Далем еще в повести “Чарли и шоколадная фабрика” (1964) и сохраненное в фильме 2023 года. Данное имя не имеет этимологии в английском языке, не переводится на другие языки и функционирует как чистый акустический сигнал. Оно построено на повторяющихся открытых слогах (Ум-па, Лу-ма-па), что создает ощущение ритмичного танца, подкрепленного рефреном *doompety-doo* ‘думпети-ду’. В песнях “Oompa Loompa” это имя повторяется десятки раз, выполняя не столько номинативную функцию (идентификация персонажа), сколько ритмообразующую: имя становится ударной партией, музыкальным инструментом. С лингвистической точки зрения, Oompa-Loompa интересно своей амплификацией – удвоением слоговой структуры, что характерно для детской поэзии, заклинательных формул и колыбельных песен. Оно легко запоминается, легко воспроизводится и работает как «пароль» для входа в мир Даля.

Авторские неологизмы в саундтреках фильма “Wonka” составляют около 0,7% от общего объема проанализированного материала (12 вхождений на 1800 словоупотреблений). Несмотря на малый количественный показатель, именно они являются самой яркой и уникальной стилистической чертой саундтреков, поскольку их высокая концентрация в ключевых песенных номерах (особенно в “You’ve Never Had Chocolate Like This”) создает эффект языкового изобилия и игры, ассоциирующийся с магическим характером шоколада Вонки.

Проведенный анализ позволяет сделать следующие выводы. Лингвокреативный потенциал саундтреков фильма “Wonka” реализуется на лексическом уровне в виде авторских неологизмов. Выделены четыре группы неологизмов: суффиксальные образования с *-let* (создают сказочную, «детскую» атмосферу), неологизмы-бленды (гиперболизация и комический эффект), семантические новообразования (концептуальные метафоры, становящиеся реальностью) и фонетические неологизмы (чистые звуковые образы, как Oompa-Loompa).

Перспективой дальнейшего изучения может стать сопоставительный анализ лингвокреативных средств в оригинальных англоязычных саундтреках и их дублированных / субтитрованных версиях на других языках (в том числе на русском), что позволит выявить стратегии передачи авторских неологизмов и фоностилистических приемов в условиях межъязыковой и межкультурной адаптации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Меркулов, С. Саундтрек как музыкальное дополнение, которое может становиться самостоятельным произведением (на примерах из фильмов и компьютерных игр) / С. Меркулов // Музыкальный альманах Томского государственного университета. – 2022. – № 14. – С. 102–110.
2. Кшеновская, У. Л. Когнитивно-дискурсивная сущность лингвокреативности / У. Л. Кшеновская // Евразийский гуманитарный журнал. 2020. – № 2. – С. 16–21.
3. Воробьева, И. А. Понятие «неологизм», классификация неологизмов в английском языке / И. А. Воробьева // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. – 2019. – № 3 (101). – С. 158–166.
4. Коровина, О. С. Теоретические основы изучения неологизмов. Понятие «неологизм» / О. С. Коровина, А. В. Критский // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 37. – С. 464–470.

П. А. РУСАК
Научный руководитель:
Д. Л. Тригубова, доцент кафедры теории и практики английского языка к.ф.н.

ЛЕКСИЧЕСКОЕ НАПОЛНЕНИЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И РУССКОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ

Аннотация: статья посвящена сопоставительному анализу лексических средств в англоязычных и русскоязычных рекламных слоганах косметических товаров. Выделены четыре тематические группы: лексика красоты и совершенства, чувственности и эмоций, заботы и здоровья, природы и натуральности. Выявлены общие черты (преобладание положительной оценочности, редкое использование степеней сравнения) и значимые различия: в английских слоганах доминируют прилагательные и экспрессивные единицы, акцент на рациональной аргументации и эффективности; в русских – абстрактные существительные, созерцательная эмоциональность, повышенное внимание к натуральности как самодостаточной ценности.
Ключевые слова: рекламный слоган; лексические средства; косметические товары; сопоставительный анализ; тематическая группа.

РЕКЛАМНЫЙ слоган представляет собой краткое, легко запоминающееся высказывание, аккумулирующее ключевую маркетинговую идею бренда. Согласно пониманию С. Ю. Карпенко и С. А. Аникиной, слоган определяется как «сжатая, ясная и легко воспринимаемая формулировка рекламной идеи, рекламный или агитационный лозунг, девиз» [1, с. 181]. Лексическое наполнение слогана во многом определяет его эффективность, поскольку именно слово формирует образ продукта, транслирует ценности бренда и создает эмоциональный отклик. Цель данной статьи – выявить сходства и различия в употреблении лексических средств в англоязычных и русскоязычных рекламных слоганах косметических товаров. Материалом исследования послужили 100 слоганов (по 50 на каждом языке), отобранных из открытых источников.

В теоретическом плане анализ лексического уровня организации слогана предполагает выделение тематических групп, отражающих ключевые маркетинговые стратегии. Тематическая группа понимается как совокупность слов разных частей речи, объединенных общей темой на основе экстралингвистических параметров [2, с. 119].

Анализ лексического уровня организации слоганов позволяет выделить несколько тематических групп, отражающих ключевые маркетинговые стратегии косметических брендов. Самой широко представленной выступает лексика с семантикой красоты, совершенства и идеального внешнего вида. В англоязычных слоганах эта группа представлена лексемами *flawless* ‘совершенство’ (*The new flawless* ‘Новое совершенство’ (“Estée Lauder”)), *great* ‘отличный’ (*Great Skin Can Be Created* ‘Отличная кожа может быть создана’ (“Clinique”)), *beautiful* ‘красивый’ (*Every woman can be beautiful* ‘Каждая женщина может быть красива’ (“Estée Lauder”)). В русскоязычных слоганах им соответствуют лексемы *сияние* (*Естественное сияние твоей кожи* (“Estrâde”)); *идеальный* (*Идеальный тональный для безупречной кожи под любым ракурсом* (“Influence Beauty”)), *безупречный* (там же), *красота* (*Подчеркиваем твою красоту* (“Divage”); *art&fact косметика – единство красоты и здоровья* (“art&fact”)). Данная лексика формирует устойчивую положительную оценочную модальность, апеллируя к ценностным представлениям потребителя об идеальной внешности. Как отмечает И. В. Арнольд, оценочный компонент

значения «неразрывно связан с предметно-логическим, уточняет и дополняет его», а слова с таким компонентом эксплицитно или имплицитно выражают одобрение [3, с. 156]. Показательно, что в слоганах косметических брендов оценочность носит почти исключительно положительный характер и направлена на создание образа продукта, способного приблизить потребителя к эстетическому идеалу.

Сопоставительный анализ показывает, что при общем стремлении к созданию положительной оценочности в англоязычных слоганах преобладают прилагательные (*flawless* ‘совершенство’, *great* ‘отличный’), характеризующие сам продукт или его эффект, тогда как в русскоязычных слоганах доминируют абстрактные существительные (сияние, красота), которые акцентируют состояние или качество как результат использования продукта. Это различие отражает разные модели воздействия: англоязычная реклама чаще апеллирует к конкретным атрибутивным характеристикам товара, а русскоязычная – к целостному эмоционально-эстетическому переживанию.

Вторую тематическую группу составляет лексика, репрезентирующая чувственность и эмоциональную сферу. По замечанию И. В. Арнольд, «эмоциональный компонент возникает на базе предметно-логического, но, раз возникнув, характеризуется тенденцией вытеснять предметно-логическое значение или значительно его модифицировать» [3, с. 154]. Именно такая трансформация наблюдается в приведенных примерах, где лексика эмоциональной сферы не столько информирует о свойствах товара, сколько создает у потребителя определенное настроение и формирует эмоциональную привязанность к бренду. В англоязычных слоганах чувственность выражается лексемами *love* ‘любовь’ (*Love Is On* ‘Любовь в действии’ (“Revlon”)), *drama* ‘драма’ (*Drama. Care. Our best mascara for length and volume* ‘Драма. Забота. Наша лучшая тушь для длины и объема’ (“Estée Lauder”)), *bold* ‘смелый’ (*Enjoy bold, defined, volumised, anti-clump lashes* ‘Наслаждайтесь смелыми, выразительными, объемными ресницами без комочков’ (“Maxfactor”)), *fever* ‘лихорадка’ (*Feel the lipstick fever!* ‘Почувствуй помадную лихорадку!’ (“Maxfactor”)). Слово *drama* ‘драма’ в косметическом контексте приобретает дополнительную коннотацию выразительности и яркой эффектности, а *fever* ‘лихорадка’ метафорически интенсифицирует желание обладать продуктом. В русскоязычных слоганах данная семантика эксплицируется через прилагательные *искренний*, *чувственный* (*Твой искренний и чувственный взгляд выдерживает любые погодные условия и эмоции!* (“TF Cosmetics”)), существительные *искушение* (*Искушение начинается с макияжа* (“Stellary”)), *любовь* (*Добавь в свой образ любви!* (“Lilo”)), глагол *наслаждайся* (*Наслаждайся собой, наслаждайся красотой!* (“Vivienne Sabo”)). Как видим из примеров, в русскоязычных слоганах эмоциональная лексика носит более «мягкий», созерцательный характер (*искушение, любовь, наслаждайся*), что соответствует стратегии вовлечения потребителя в мир чувственных переживаний. В англоязычных слоганах, напротив, используются более экспрессивные и даже гиперболизированные единицы (*drama* ‘драма’, *fever* ‘лихорадка’), которые призваны создать эффект эмоционального всплеска, драматизации. Это свидетельствует о том, что английская реклама косметики чаще ориентируется на яркость и интенсивность впечатления, тогда как русская – на глубину эмоциональной связи.

Третья группа включает лексику с семантикой заботы, ухода и здоровья. В англоязычных слоганах эта идея реализуется через единицы *care* ‘забота’

(*Drama. Care* ‘Драма. Забота’ (“Estée Lauder”)), *hydrates* ‘увлажняет’ (*Hydrates like a serum. Lasts like a stain* ‘Увлажняет как сыворотка. Держится как тинт’ (“L'Oréal”)), *skincare* ‘уход за кожей’ (*Makeup that works like skincare* ‘Макияж, который работает как уход за кожей’ (“Maybelline”)). В русскоязычных слоганах это лексемы *уход* (*Твой выход. Наш уход* (“VOIS”)), *защита* (*Biome под защитой* (“Natura SIBERICA”)), а также конструкции, апеллирующие к безопасности и натуральности (*безопасно, эффективно и стильно* (*Натуральная косметика – это безопасно, эффективно и стильно!* (“SMORODINA”), *без агрессивных косметологических услуг* (*Эффект ламинирования без агрессивных косметологических услуг* («Люксвизаж»)). Особую роль здесь играет обращение к авторитету специалистов и научной терминологии. Е. С. Евграфова отмечает, что «включение научных терминов в рекламный текст может двояко воздействовать на аудиторию»: с одной стороны, оно вызывает доверие к продукту как разработанному профессионалами, с другой – может создать трудности восприятия у неспециалиста [4, с. 113-114]. В проанализированных слоганах научная лексика употребляется точечно и, как правило, в составе коротких и понятных фраз, что минимизирует риск непонимания. Например, слоган “CeraVe” *Developed with Dermatologists* ‘Разработано совместно с дерматологами’ не перегружен терминами, но само упоминание дерматологов служит знаком качества и безопасности. Эта стратегия усиливает рациональный компонент оценочности, аргументируя выбор продукта его объективными преимуществами.

Сравнение данной группы показывает, что в англоязычных слоганах идея заботы неразрывно связана с рациональной аргументацией через научную легитимацию (упоминание дерматологов, технологических свойств). В русскоязычных слоганах же акцент на заботе и здоровье чаще сопровождается обращением к безопасности, что отражает повышенную значимость естественности в русском косметическом дискурсе.

Четвертая тематическая группа, смежная с предыдущей, – лексика с семантикой природы и натуральности. Как показывают исследования, в последние десятилетия потребители косметики демонстрируют «возросшую осознанность выбора», уделяя особое внимание «безопасности товара, его тестированию, компонентам, входящим в состав, экологичности» [5, с. 83], что закономерно отражается и в языке слоганов. В англоязычных слоганах данная группа выражена единицей *naturals* ‘натуральные’ (*High-performance naturals* ‘Высокоэффективная натуральная косметика’ (“Tarte Cosmetics”)). Прилагательное *high-performance* ‘высокоэффективная’ вступает в семантическое взаимодействие с существительным *naturals* ‘натуральные’, образуя оксюморонное сочетание, которое призвано снять противоречие между эффективностью и натуральностью в сознании потребителя. В русскоязычных слоганах данная группа реализована лексемами *природа* (*Вся сила живой природы* (“Levrana”)), *натуральный* (*Натуральная косметика – это безопасно, эффективно и стильно!* (“SMORODINA”)). При этом в русскоязычном дискурсе натуральность подается как самодостаточная ценность, почти мифологизированная (*сила живой природы*), тогда как в англоязычном она выступает как один из параметров, который необходимо согласовать с эффективностью, что отражает более прагматичный подход.

В англоязычных слоганах лексика заботы, ухода и здоровья составляет 36%, в русскоязычных – 32% (первое место в обоих случаях). Лексика красоты и совершенства встречается одинаково – по 28%. Основные различия: эмоционально-чувственная лексика в английских

слоганах – 28%, в русских – 18%; лексика природы и натуральности – 22% в русских и 8% в английских. Англоязычная реклама делает ставку на эмоции и рациональную заботу, русскоязычная – на естественность. Отставание русских слоганов по чувственности (на 10%) объясняется более сдержанным отношением к открытой телесности и страсти, предпочтением эстетизированной, «возвышенной» красоты.

Интересными для нас оказываются наблюдения О. В. Данчук о том, что только 6% проанализированных ею слоганов косметики и парфюмерии содержат степени сравнения прилагательных: «в основном компании предпочитают менее прямые способы номинации характеристик продукции – через прилагательные с положительной коннотацией (*luxurious* ‘роскошный’, *seductively* ‘соблазнительно’, *elegantly* ‘элегантно’, *glamorous* ‘эффектный’), повышающие эмоциональную заинтересованность потребителя» [5, с. 86]. В нашем материале степени сравнения также единичны (*best* ‘лучшая’ в слогане “Estée Lauder” *Our best mascara for length and volume* ‘Наша лучшая тушь для длины и объема’; *лучшее* в слогане “Faberlic” *Вдохновляешь на лучшее!*), что подтверждает данную тенденцию.

Проведенный сопоставительный анализ лексических средств англоязычных и русскоязычных рекламных слоганов косметических товаров показывает, что при общности основных тематических групп (красота, чувственность, забота, природа) стратегии их реализации существенно различаются. Английские слоганы тяготеют к прилагательным, характеризующим продукт, глаголам активного действия и рациональной аргументации через научную лексику, а также к гиперболизированной эмоциональности. Русскоязычные слоганы, напротив, предпочитают абстрактные существительные, передающие состояние-результат, лексику природы как самодостаточную ценность и глаголы, связанные с наслаждением и эмоциональным переживанием. Значительные различия зафиксированы в частотности: лексика чувственности вдвое активнее в английском корпусе (28% против 18%), тогда как лексика природы доминирует в русском (22% против 8%). Таким образом, англоязычная реклама косметики ориентирована на прагматику, действие и конкретные свойства, а русскоязычная – на эмоционально-эстетическое переживание, натуральность и глубину личного контакта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карпенко, С. Ю. Языковые особенности рекламных слоганов на примере производителей мобильных устройств / С. Ю. Карпенко, С. А. Аникина // Современное педагогическое образование, 2019. – №9. – С. 181–186.
2. Алефиренко, Л. Ф. Теория языка: введение в общее языкознание : учеб. пособие / Л. Ф. Алефиренко. – Волгоград: Перемена, 1981. – 342 с.
3. Арнольд, И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебник для вузов / И.В. Арнольд. – 13-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2016. – 384 с.
4. Евграфова, О. Г. Лингвистические средства привлечения внимания в англоязычных рекламных текстах / О. Г. Евграфова, А. М. Ишмурадова // Филологические науки. Вопросы теории и практики, 2016. – №8-1 (62). – С. 112–116.
5. Данчук, О. В. Стилистические особенности англоязычных рекламных слоганов (на примере рекламы косметики и бытовой химии) / О. В. Данчук // Вестник Вологодского государственного университета. Серия: исторические и филологические науки, 2025. – №2. – С. 82–86.

Д. М. СИДОРЕНКО
Научный руководитель:
Д. Л. Тригубова, доцент кафедры теории и практики английского языка к.ф.н.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ АДМИНИСТРАТИВНОГО ДЕПАРТАМЕНТА СЪЕМОЧНОЙ ГРУППЫ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ КИНОАННОТАЦИЯХ

Аннотация: статья посвящена выявлению и анализу языковых средств репрезентации представителей административного департамента съемочной группы на материале 100 англоязычных киноаннотаций к фильмам производства США 2016–2026 гг. Установлена частотность упоминания указанных представителей, выделены основные формулы их репрезентации, выявлены количественные и структурные различия между способами их представления.
Ключевые слова: кинодискурс; киноаннотация; малоформатный текст; съемочная группа; продюсер; исполнительный продюсер; творческий консультант; языковые средства.

НА СЕГОДНЯШНИЙ день киноиндустрия является одной из наиболее востребованных форм современного искусства, оказывая значительное влияние на жизнь человека. Занимая лидирующие позиции в индустрии развлечений, кино предлагает зрителю огромное разнообразие жанров и форм – от масштабных блокбастеров до документальных и любительских работ, благодаря чему удовлетворяются предпочтения самых разных слоев аудитории. Такая распространенность и доступность кинопродукции способствуют устойчивому росту интереса к различным аспектам ее функционирования. В частности, особое внимание исследователей привлекают малоформатные тексты, сопровождающие фильм на пути к зрителю, привлекающие внимание целевой аудитории. Согласно определению В. Е. Анисимова, малоформатные тексты кинодискурса – это функционально-прагматические единицы кинотекста, характеризующиеся краткостью и семантической сжатостью, предваряющие выход кинопроизведения в прокат и выполняющие прагматическую задачу привлечения целевой аудитории. Ключевыми разновидностями подобных текстов являются киноаннотация и киноанонс [1, с. 360]. В данной работе мы уделим внимание киноаннотациям.

Е. И. Шамурин характеризует аннотацию как краткие сведения о произведении печати, раскрывающие его содержание, направленность, ценность и назначение. По мнению исследователя, такие сведения составляются с целью углубить представление о произведении и помочь читателю в выборе необходимой литературы [2, с. 101].

Киноаннотация в свою очередь является подвидом аннотации. Киноаннотации кратко анонсируют жанр, содержание, тематику, особенности и достоинства фильма. Основной целью киноаннотации является продвижение фильма на кинорынке за счет воздействия на потенциального зрителя и сообщения ему ключевой информации о фильме, его жанре, сюжете и проблемной ситуации. [3, с. 483]. Ее суть – связное, хотя и предельно сжатое, изложение основной сюжетной линии, также не содержащее спойлеры. Киноаннотация также может содержать сведения о значимых создателях фильма.

Одним из ключевых элементов создания качественного аудиовизуального продукта является съемочная группа. Формирование такой группы требует сочетания множества факторов, начиная от таланта и опыта конкретных специалистов, и заканчивая экономической составляющей (бюджет фильма, распределение ресурсов и т.д.). В

производстве фильмов и сериалов съемочная группа играет важную роль. Она не только помогает режиссеру воплотить его видение на экране, но и обеспечивает качественную работу на всех этапах производства [4, с. 15]. Рассмотрим структуру и функции каждого отдела съемочной группы, чтобы лучше понять, каким образом эта команда воплощает идею в аудиовизуальный продукт.

Согласно классификации П. А. Алексеевой, съемочная группа состоит из множества департаментов, основными из которых являются следующие:

1. Режиссерский департамент.
2. Административный департамент.
3. Операторский департамент.
4. Художественный департамент.
5. Звуковой департамент.
6. Осветительный департамент.
7. Монтажный департамент.
8. Актерский департамент.

В каждом из них существуют профессии различного рода, от творческих до технических, и все они плотно связаны между собой. Один департамент зависим от другого, из-за чего некоторые профессии относятся к нескольким департаментам сразу [5, с. 148].

Настоящее исследование выявлению и анализу способов репрезентации представителей административного департамента съемочной группы в киноаннотациях к фильмам, произведенным в США за период с 2016 по 2026 гг. Материалом исследования послужили 100 киноаннотаций, взятых с официального сайта кинокомпании Warner Bros – одной из старейших и крупнейших киностудий Голливуда. Административный департамент в производстве отвечает за управление и координацию различных административных функций и операций в киноиндустрии. В данный департамент входят следующие должности:

1. Продюсер (Producer) – одна из самых ответственных должностей в киноиндустрии, объединяющая множество других специалистов на кинопроизводстве. Он осуществляет общее управление проектом на всех этапах его жизненного цикла: от разработки идеи до проката готового фильма. Продюсер является связующим звеном между творческой командой (режиссером, сценаристом) и финансовыми структурами (студией, инвесторами, дистрибьюторами) [6, с.122];

2. Исполнительный продюсер (Executive Producer) также не менее важен в процессе кинопроизводства. В отличие от продюсера, который вовлечен в повседневное управление проектом, исполнительный продюсер чаще всего выполняет такие функции, как: привлечение финансирование, обеспечение связи с киностудиями и т. д. [7, с. 103];

3. Творческий консультант (Creative Consultant) – это специалист, приглашенный для консультаций по специфическим вопросам, связанным с сюжетом, персонажами или сеттингом [7, с. 103].

Согласно результатам анализа, в киноаннотациях регулярно упоминаются продюсеры и исполнительные продюсеры. Продюсеры были упомянуты в 35 фильмах из 100, что составило 35% от общего числа исследованных текстов. Общее количество упоминаний также составило 35. Исполнительные продюсеры были упомянуты в 36 фильмах из 100, что составило 36% от общего числа. Общее количество упоминаний также составляет 36. Нами было выделено несколько основных формул для представления продюсеров.

Наиболее распространенной является формула *produced by [name]*, которая встретилась в 23 случаях (66% от всех упоминаний продюсера) и часто используется в середине предложения, например: *produced by Peter Safran, Wan*

and Rob Cowan ‘спродюсировано Питером Сафраном, Ваном и Робом Коуэном’ (“Aquaman And The Lost Kingdom”), *produced by Oprah Winfrey, Steven Spielberg, Scott Sanders and Quincy Jones* ‘спродюсировано Опрой Уинфри, Стивеном Спилбергом, Скоттом Сандерсом и Куинси Джонсом’ (“The Color Purple”).

Второй по популярности является формула *The film’s producers are [names]*. Примеры: *The film’s producers are Beau Flynn, Hiram Garcia, Dwayne Johnson and Dany Garcia* ‘Продюсерами фильма являются Бо Флинн, Хайрам Гарсия, Дуэйн Джонсон и Дэни Гарсия’ (“Black Adam”), *The film’s producers are Marc Toberoff, Dede Gardner, Jeremy Kleiner, Tommy Harper and Burton* ‘Продюсерами фильма являются Марк Тоберофф, Диди Гарднер, Джереми Кляйнер, Томми Харпер и Бертон’ (“BeetleJuice BeetleJuice”). Характерной особенностью является то, что перечисляются все продюсеры поименно, иногда с указанием их предыдущих работ: *The film’s producers are Luhrmann, Oscar winner Catherine Martin (“The Great Gatsby,” “Moulin Rouge!”), Gail Berman, Patrick McCormick and Schuyler Weiss* ‘Продюсерами фильма являются Лурманн, обладательница премии «Оскар» Кэтрин Мартин («Великий Гэтсби», «Мулен Руж!»), Гейл Берман, Патрик Маккормик и Шайлер Вайс’ (“Elvis”). Данная формула была найдена в 6 случаях (17%).

Третья формула – *[name] is/are producing*. Она встретилась в 4 случаях из 35 и составила 11%. Пример: *John Rickard and Zev Foreman are producing* ‘Джон Рикард и Зев Форман выступают продюсерами’ (“Blue Beetle”).

Для исполнительных продюсеров используются схожие формулы. Самой частотной в употреблении оказалась формула *executive producers are [names]*, которая встретилась нам в 15 случаях (42%). Пример: *The executive producers are Josh Grode, Herbert W. Gains, Jon Spaihts, Thomas Tull, Brian Herbert, Byron Merritt, Kim Herbert* ‘Исполнительными продюсерами являются Джош Гроуд, Герберт У. Гейнс, Джон Спэйтс, Томас Талл, Брайан Херберт, Байрон Мерритт, Ким Херберт’ (“Dune: Part Two”).

Вторая по популярности формула оказалась *[name] serving as executive producer*, найденная нами в 14 случаях, что составляет 39%. Приведем следующий пример: *Walter Hamada, Galen Vaisman and Garrett Grant serving as executive producers* ‘Уолтер Хамада, Гален Вайсман и Гарретт Грант выступают в качестве исполнительных продюсеров’ (“Blue Beetle”).

Третья формула встретилась нам в 6 случаях, что составило 17%. Это формула *[names] executive producing*. Примеры: *Toby Emmerich, Richard Brener, Dave Neustadter, Chris Pan, Walter Hamada, Adam Schlagman, Geoff Johns, Eric McLeod and Scott Sheldon executive producing* ‘Тоби Эммерих, Ричард Бренер, Дэйв Нойштадтер, Крис Пан, Уолтер Хамада, Адам Шлагман, Джефф Джонс, Эрик Маклауд и Скотт Шелдон выступают исполнительными продюсерами’ (“Black Adam”).

Креативный консультант был упомянут лишь раз, что составило 1% от общего числа фильмов: *Kevin J. Anderson serving as creative consultant* ‘Кевин Дж. Андерсон выступает в качестве креативного консультанта’ (“Dune: Part Two”).

Проведенный нами анализ позволяет сделать следующие выводы.

Продюсеры и исполнительные продюсеры регулярно упоминаются в киноаннотациях: продюсеры встречаются в 35% фильмов, исполнительные продюсеры – в 36% фильмов. Это свидетельствует о том, что административный департамент получает значительное внимание в аннотациях, так как имена продюсеров служат знаком качества кинофильмов.

Выявлено три основные формулы представления продюсеров. Наиболее частотной является конструкция *produced by [name]* (66%), отличающаяся лаконичностью. Второй по частотности стала формула *The film's producers are [names]* (17%), характеризующаяся развернутым перечислением продюсеров. Третья формула – *[name] is/are producing* (11%) – подчеркивает процессуальность продюсирования.

Для исполнительных продюсеров также выделены три формулы. Наиболее частотной оказалась конструкция *Executive producers are [names]* (42%). Второй по частотности стала формула *[name] serving as executive producer* (39%). Третья формула – *[names] executive producing* (17%) – является наиболее лаконичной.

Творческие консультанты упоминаются крайне редко (1% фильмов), что объясняется узкоспециализированным характером данной должности.

Таким образом, продюсеры и исполнительные продюсеры являются значимыми фигурами в киноаннотациях, чьи имена регулярно упоминаются с помощью устойчивых клишированных формул, отражающих их значимый статус в кинопроизводстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимов, В. Е. Интертекстуальность малоформатных текстов французского кинодискурса / В. Е. Анисимов // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2020. – №2. – С. 357–367.
2. Шамурин, Е.И. Методика составления аннотации / Е.И. Шамурин. – М.: Изд-во Всесоюзной книжной палаты, 1959. – С. 101–112.
3. Тригубова, Д.Л. Специфика использования стилистических средств в тэглайне как одном из типов киноаннотаций / Д.Л. Тригубова // Язык и межкультурная коммуникация: современные векторы развития : сборник научных статей по материалам II Международной научно-практической конференции, Пинск, март 2021 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: В.И. Дунай [и др.]. – Пинск : ПолесГУ, 2021. – Вып. 2. – С. 482–487.
4. Косинова, М. И. Теоретические и практические аспекты процесса формирования съемочной группы аудиовизуального проекта / М. И. Косинова, В. А. Миночкина // Телекинет. – 2024. – № 1/2 (26/27). – С. 14–20.
5. Алексеева, П. А. Ключевые особенности и направления продюсерской деятельности на этапе девелопмента проекта аудиовизуального произведения / П. А. Алексеева, В. М. Будилов, П. В. Данилов // Петербургский экономический журнал. – 2017. – № 2. – С. 146–154.
6. Косинова, М. И. Управление производством аудиовизуального продукта / М. И. Косинова. – М. : Русанс, 2023. – 311 с.
7. Васильев, В. Е. Кинорежиссура : учеб. пособие / В. Е. Васильев, А. А. Екатерининская. – СПб. : СПбГИКиТ, 2022. – 260 с.

А. П. СКАЧКО
Научный руководитель:
Д. Л. Тригубова, доцент кафедры теории и практики английского языка к.ф.н.

ОЦЕНОЧНАЯ ЛЕКСИКА КАК СРЕДСТВО ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРСОНАЖЕЙ В КИНОАННОТАЦИИ К СЕРИАЛУ

Аннотация: исследование посвящено специфике использования оценочной лексики как средства характеристики персонажей в киноаннотациях к сериалам. Анализ аннотаций к сериалу “Scrubs” показал, что оценочные единицы играют важную роль в формировании восприятия героев и их сюжетной значимости. В исследованном материале преобладает отрицательная оценка, тогда как положительная встречается значительно реже и преимущественно связана с нравственными качествами персонажей. Общая и частная оценка представлены примерно в равной степени, при этом эмоциональная оценка, передающая чувства и переживания героев, доминирует над рациональной, что позволяет киноаннотации в сжатой форме создавать выразительные образы персонажей и воздействовать на зрителя.
Ключевые слова: киноаннотация; оценочная лексика; персонажи.

В УСЛОВИЯХ изобилия медиапродукции ключевую роль в коммуникации между создателями фильма или сериала и потенциальной аудиторией играют разнообразные тексты, среди которых одним из основных источников информации о фильме является киноаннотация. Будучи кратким, емким и информативно насыщенным жанром, аннотация выполняет ряд важных функций: она не только информирует о содержании, но и формирует первоначальные ожидания и интерес зрителя. Киноаннотация выполняет функцию рекламного текста, который должен заинтересовать аудиторию и дать представление о фильме без раскрытия ключевых сюжетных поворотов [1]. Как правило, ограничиваясь несколькими предложениями, успешная киноаннотация должна лаконично охватить суть кинопроизведения, задать его ключевые характеристики, такие как жанр, общий настрой, характер развития сюжета и, что особенно важно, представить персонажей, через призму восприятия которых и разворачивается основное действие. При этом киноаннотация может представлять не только художественный фильм, но и сериал. В таком случае аннотация составляется к каждой серии сериала, передавая основную информацию о ее сюжетной линии.

Кинематограф предлагает зрителям разнообразие сюжетов, а вместе с ними и персонажей. В ходе просмотра фильма или сериала мы встречаем множество персонажей, каждый из которых выполняет свою уникальную функцию в нарративе. Отметим при этом, что исследования персонажей преимущественно осуществлялись на материале художественных произведений, а персонажи кино и особенно сериалов зачастую незаслуженно остаются за пределами исследовательского внимания, хоть и представляют, на наш взгляд, значительный интерес для исследователя.

Согласно определению В. Я. Проппа, главный герой – это персонаж, вокруг которого строится основное действие и который проходит через ключевые испытания сюжета. Иными словами, главный герой всегда находится в центре сюжета и повествования, участвует в основных конфликтах [цит. по: 2]. В фильмах и сериалах на него приходится наибольшее количество экранного времени. Помимо центрального героя, история наполняется второстепенными и эпизодическими фигурами.

Второстепенные персонажи играют непосредственную роль в сценарии и взаимодействуют с главным героем, но при этом не всегда оказывают влияние на развитие событий. Они создают «фон», который необходим для построения

основной сюжетной линии. По утверждению Ю. М. Лотмана, второстепенные герои служат для создания контекста и помогают раскрыть характеры главных персонажей, углубляя повествование. При этом второстепенный персонаж может влиять на решения главного героя, его ценности и мысли, у него может быть предыстория, проблемы и препятствия [3].

Целью нашего исследования стало выявление специфики оценочной характеристики второстепенных персонажей в киноаннотациях к англоязычным сериалам. Фактическим материалом исследования стали киноаннотации к сериалу Scrubs.

Сериал Scrubs (в русском переводе – «Клиника») – это американский комедийно-драматический медицинский ситком, созданный Биллом Лоуренсом. Сюжет вращается вокруг жизни сотрудников вымышленной больницы Sacred Heart, где главные герои – молодые врачи Dr. John Michael Dorian 'J.D.' и 'Dr Christopher Turk' – сталкиваются с профессиональными и личными трудностями, а также находят друзей и романтические отношения. Scrubs известен своим уникальным стилем повествования, юмором и трогательными моментами, которые сделали его культовым среди поклонников. Несмотря на принадлежность сериала к жанру комедии, наряду со смешными моментами в нем присутствуют и серьезные, драматические сцены. Сериал, имеющий 10 сезонов, получил множество номинаций и наград, включая 3 номинации на Золотой глобус, 17 номинаций на премию Эмми.

В рамках нашего исследования мы рассмотрели киноаннотации ко всем сериям первых 5 сезонов сериала. Указанные серии выпущены за период с 2001 по 2006 гг. Общий объем проанализированных киноаннотаций составил 117 текстов. Источником киноаннотаций стал ресурс "Rotten Tomatoes", где нами были отобраны 117 серий с 1 по 5 сезон. Основываясь на представленных в базе данных IMDB сведениях о суммарном количестве упоминаний каждого из персонажей в сериале, мы выделили главных и второстепенных героев.

Анализ языковых средств, используемых для репрезентации персонажей, показал, что особую роль в структуре киноаннотации играет оценочная лексика. Именно она, в условиях ограниченного объема текста, позволяет не только кратко охарактеризовать героя, но и сформировать определенное восприятие персонажа у зрителя. Как отмечает А. С. Стаценко, эмоционально-оценочная лексика обладает значительным прагматическим потенциалом и способна оказывать воздействие на адресата [4]. Благодаря этому подобные языковые средства приобретают особую значимость в киноаннотациях, поскольку позволяют в краткой форме создать выразительный образ персонажа и одновременно усилить воздействующий эффект текста.

В современной лингвистике оценочная лексика классифицируется по различным основаниям. Так, исследователи выделяют положительные и отрицательные оценочные единицы, а также общую и частную оценку. Общая оценка выражает недифференцированное отношение к объекту, тогда как частная связана с конкретным аспектом характеристики. Помимо этого, различаются эмоциональная и рациональная оценки. Эмоциональная оценка отражает чувства и переживания говорящего, а рациональная основывается на объективируемых признаках персонажа или ситуации. В медиатекстах данные типы оценки часто взаимодействуют друг с другом, обеспечивая одновременно информативность и прагматическое воздействие [5].

Анализ материала показывает, что оценочная лексика в киноаннотациях выполняет различную функцию в зависимости от статуса персонажа. В отношении главных героев оценочные

единицы преимущественно используются для передачи внутреннего состояния и эмоциональной динамики. Так, в аннотациях к сериалу Scrubs в отношении J.D. встречаются конструкции: *J.D. feels overwhelmed* «Джей Ди чувствует себя подавленным» (S2 Ep2), *J.D. is confused about his relationship* «Джей Ди запутался в своих отношениях» (S3 Ep5), *J.D. struggles to cope with responsibility* «Джей Ди пытается справиться с ответственностью» (S5 Ep12). В приведенных примерах оценка выражена через глагольные формы и предикативные конструкции, передающие процесс эмоционального переживания.

Кроме того, используются прилагательные, конкретизирующие эмоциональное состояние героя: *frustrated J.D.* «раздраженный Джей Ди» (S4 Ep19), *worried J.D.* «обеспокоенный Джей Ди» (S3 Ep2). Подобные единицы формируют образ эмоционально чувствительного и рефлексирующего персонажа. Важно отметить, что оценочная характеристика J.D. носит систематический характер, поскольку именно данный персонаж является повествовательным центром сериала. Через его восприятие зрителю передаются основные эмоциональные и сюжетные акценты.

В отношении других главных героев, таких как Turk или Dr. Cox, оценочная лексика используется значительно реже. Их характеристика строится преимущественно через действия и сюжетные функции, а не через описание внутреннего состояния. Отсутствие развернутой эмоциональной характеристики может свидетельствовать о восприятии данных персонажей как уже сформировавшихся личностей, не нуждающихся в дополнительной психологической конкретизации.

В описании второстепенных персонажей оценочная лексика, напротив, становится основным средством характеристики. Это связано с тем, что подобные персонажи появляются эпизодически и требуют быстрой индивидуализации. В киноаннотациях широко представлены конструкции с оценочными прилагательными: *a difficult patient* «сложный пациент» (S5 Ep14), *a nervous patient* «нервный пациент» (S3 Ep18), *a frightened patient* «испуганный пациент» (S3 Ep14), *an anxious young woman* «встревоженная молодая женщина» (S5 Ep7). В подобных случаях имя персонажа отсутствует, а вся характеристика строится на основе одного-двух выразительных признаков.

Особенно часто оценочная лексика связана с физическим или эмоциональным состоянием пациентов: *a dying patient* «умирающий пациент» (S1 Ep4), *a depressed patient* «пациент в депрессии» (S4 Ep9). Подобные единицы усиливают драматический компонент повествования и позволяют обозначить конфликтную ситуацию эпизода. Это особенно важно для медицинского сериала, где пациенты нередко становятся источником моральных дилемм и эмоциональных переживаний главных героев.

Анализ показал, что в исследуемом материале преобладают отрицательные оценочные единицы. К ним относятся *overwhelmed* «подавленный», *confused* «растерянный», *frustrated* «раздраженный», *desperate* «отчаянный», *nervous* «нервный», *frightened* «испуганный». Подобные лексемы формируют проблемную характеристику персонажей и усиливают конфликтность ситуации. Преобладание отрицательной оценки обусловлено жанровой спецификой сериала, сюжет которого строится вокруг кризисных ситуаций, профессиональных трудностей и эмоциональных переживаний.

Положительная оценка встречается значительно реже и чаще связана с нравственными качествами персонажей или их отношением к окружающим: *an altruistic stranger* «бескорыстный незнакомец» (S4 Ep23), *trustworthy guy* «надежный парень» (S4 Ep21), *his favorite patient* «его любимый пациент» (S5 Ep13), *the perfect date* «идеальное свидание» (S5 Ep24). Подобные единицы создают более

благоприятный эмоциональный фон и способствуют формированию положительного восприятия героя.

Кроме того, в киноаннотациях прослеживается разграничение общей и частной оценки. Общая оценка выражается через универсальные оценочные единицы, такие как *perfect* «идеальный» или *difficult* «сложный». Частная оценка касается конкретного аспекта характеристики персонажа. Например, в конструкции *a critically ill patient* «тяжелобольной пациент» оценка связана с физическим состоянием героя, а в выражении *divorce-weary Dr. Cox* «измученный разводом доктор Кокс» характеристика относится к эмоционально-психологической сфере.

В исследуемом материале также активно взаимодействуют эмоциональная и рациональная оценки. Эмоциональная оценка передает чувства и переживания персонажей: *heartbroken patient* «убитый горем пациент» (S4 Ep7), *worried J.D.* «обеспокоенный Джей Ди» (S3 Ep2). Рациональная оценка, напротив, основывается на объективируемых признаках персонажа: *underachieving brother* «неудачливый брат» (S5 Ep18), *obsessive-compulsive surgeon* «хирург с обсессивно-компульсивным расстройством» (S3 Ep12), *malpractice attorney with seemingly evil intentions* «адвокат по делам о врачебных ошибках с, казалось бы, недобрыми намерениями» (S4 Ep9).

В ряде случаев эмоциональная и рациональная оценки сочетаются друг с другом. Так, в конструкции *a patient with puzzling symptoms* «пациент с загадочными симптомами» рациональная характеристика медицинской ситуации одновременно создает эмоциональное напряжение и интригу. Аналогичным образом выражение *excruciating pain* «мучительная боль» сочетает объективное описание состояния с ярко выраженной эмоциональной окраской.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что оценочная лексика является одним из ключевых средств репрезентации персонажей в киноаннотациях к англоязычным сериалам. В отношении главных героев она используется преимущественно для передачи внутреннего состояния и психологической глубины, тогда как в характеристике второстепенных персонажей выполняет функцию их быстрой и емкой индивидуализации. Преобладание отрицательных оценочных единиц обусловлено драматической направленностью медицинского сериала и необходимостью создания конфликтных ситуаций, в то время как взаимодействие эмоциональной и рациональной оценки обеспечивает одновременно информативность и воздействующий потенциал киноаннотации, позволяя формировать у аудитории определенное восприятие персонажей и событий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Прасолова, О. Д. Интенциональная недосказанность в киноаннотации: прагматический аспект / О. Д. Прасолова, С. Ю. Паблина // Слово.ру: балтийский акцент. – 2025. – Т. 16, № 2. – С. 208–233.
2. Неклюдов, С. Ю. Владимир Пропп: от «морфологии» к «истории» (к 75-летию опубликования «Исторических корней волшебной сказки») / С. Ю. Неклюдов // Новый филологический вестник. – 2021. – № 2 (57). – С. 110-118.
3. Лотман, Ю. М. Структура художественного текста / Ю. М. Лотман. – М.: Искусство, 1970. – С. 118–125.
4. Стаценко, А. С. Иллокутивность эмоционально-оценочной лексики / А. С. Стаценко // Общество: социология, психология, педагогика. – 2011. – №1–2. – С.144–147
5. Терещенко А. В. Структурные модели фольклорных и исторических антропонимов: на материале русских народных сказок и архивных документов/ А. В. Терещенко // Вестник ТГПУ. – 2016. – №7 (172). – С. 101–104.

А. А. ЦЫКУНОВА
Научный руководитель:
Д. Л. Тригубова, доцент кафедры теории и практики английского языка к.ф.н.

МОДУЛЯЦИЯ И ЦЕЛОСТНОЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЕ КАК СПОСОБЫ ПРАГМАТИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ КИНОЗАГОЛОВКОВ

Аннотация: статья посвящена исследованию модуляции и целостного преобразования как способов прагматической адаптации англоязычных кинозаголовков при переводе на русский язык. Материалом исследования послужили 150 англоязычных кинозаголовков и их официальные русскоязычные версии, относящиеся к жанрам биографии, комедии и ужасов. Установлено, что более продуктивным способом прагматической адаптации является модуляция, тогда как целостное преобразование используется значительно реже. Анализ показал, что выбор переводческой стратегии зависит от жанровой специфики фильма и необходимости адаптации названия к ожиданиям целевой аудитории.
Ключевые слова: кинозаголовок; прагматическая адаптация; переводческие трансформации; модуляция; целостное преобразование.

КИНОЗАГОЛОВОК является важной прагматической единицей кинотекста, поскольку именно он формирует первое представление зрителя о фильме и оказывает влияние на его восприятие. В научной литературе для обозначения названий фильмов используются термины «кинозаголовок», «фильмоним» и «киноназвание». Несмотря на различия в акцентах, данные понятия могут рассматриваться как взаимозаменяемые, поскольку отражают различные аспекты одного явления – названия фильма как самостоятельной единицы кинотекста [4, с. 830–838]. Кинозаголовок выполняет одновременно информативную, рекламную и экспрессивную функции, способствует формированию зрительских ожиданий и нередко служит средством жанровой идентификации произведения [2, с. 82–85]. Благодаря этому название становится не только элементом художественной структуры фильма, но и важным инструментом его продвижения [1, с. 241].

Перевод кинозаголовков предполагает не только передачу содержания оригинала, но и сохранение его прагматического воздействия на целевую аудиторию. Для решения этой задачи переводчики используют различные переводческие трансформации, позволяющие адаптировать название к языковым и культурным особенностям принимающей среды. Среди таких трансформаций особое место занимают модуляция и целостное преобразование. Модуляция предполагает передачу значения через логически обусловленное смысловое развитие исходной единицы, тогда как целостное преобразование связано с созданием нового названия, передающего общий коммуникативный эффект оригинала без сохранения его структуры [3, с. 175–177]. Целостное преобразование представляет собой более радикальный способ адаптации, при котором исходное название передается не поэлементно, а как единое смысловое целое [5, с. 60–62].

Практический материал исследования составили 150 англоязычных кинозаголовков и их официальные русскоязычные версии, использующиеся в кинопрокате. В выборку вошли по 50 фильмов жанров биографии, комедии и ужасов, выпущенных в США в период 2022–2024 гг. Анализ показал, что среди способов прагматической адаптации кинозаголовков особое место занимают модуляция и целостное преобразование, позволяющие сохранить коммуникативный Практический материал исследования составили 150

англоязычных кинозаголовков и их официальные русскоязычные версии, использующиеся в кинопрокате. В выборку вошли по 50 фильмов жанров биографии, комедии и ужасов, выпущенных в США в период 2022–2024 гг. Анализ материала был направлен на выявление особенностей прагматической адаптации англоязычных кинозаголовков и определение роли модуляции и целостного преобразования в процессе их перевода.

Количественный анализ показал, что модуляция является одним из наиболее продуктивных способов прагматической адаптации кинозаголовков. Данный прием был зафиксирован в 26 из 150 рассмотренных случаев, что составляет 17,3 % общего корпуса. Использование модуляции связано с необходимостью передать содержание оригинального названия не через буквальное воспроизведение его компонентов, а посредством логически обусловленного смыслового развития, позволяющего сохранить коммуникативный и рекламный потенциал заголовка.

В жанре биографического кино модуляция выявлена в 9 из 50 кинозаголовков, что составляет 18 % выборки. Подобная частотность свидетельствует о стремлении переводчиков акцентировать внимание не столько на фактической стороне биографического повествования, сколько на личности героя и его наиболее значимых качествах. Так, в названии *Big George Foreman* ‘Джордж Форман: Несокрушимый’ определение *Big* получает интерпретацию через характеристику силы и стойкости главного героя. В переводе *The Fire Inside* ‘Как кремень’ метафорический образ внутреннего огня передается посредством устойчивого выражения, ассоциирующегося с твердостью характера. Аналогичным образом функционируют переводы *Origin* ‘Истоки’ и *Rise* ‘Восхождение’, где абстрактные понятия получают более конкретное и эмоционально окрашенное воплощение. Таким образом, модуляция в биографических фильмах позволяет усилить оценочный компонент названия и сделать основную идею фильма более доступной для восприятия целевой аудитории.

Наиболее высокая частотность модуляции наблюдается в жанре комедии, где данный прием используется в 12 из 50 случаев, что составляет 24 % выборки. Иными словами, практически каждый четвертый комедийный кинозаголовок в исследуемом материале переводится с применением смыслового развития. Это объясняется тем, что комедийные названия часто основаны на языковой игре, идиоматических выражениях и культурных ассоциациях, которые затрудняют буквальный перевод. Так, *Dream Scenario* ‘Герой наших снов’ представляет собой пример переосмысления исходной конструкции через акцентирование центрального персонажа. В переводе *Shotgun Wedding* ‘Моя пиратская свадьба’ происходит отказ от буквальной передачи идиомы в пользу более яркого и привлекательного образа. Аналогичная стратегия реализуется в названиях *Bullet Train* ‘Быстрее пули’ и *Hit Man* ‘Я не киллер’. В последнем случае отрицательная конструкция дополнительно усиливает интригу и выполняет аттрактивную функцию. Полученные данные позволяют утверждать, что в комедийном жанре модуляция выступает не только способом перевода, но и важным инструментом маркетинговой адаптации киноназвания.

В жанре ужасов модуляция выявлена в 5 из 50 заголовков, что составляет 10 % выборки. Несмотря на более низкий показатель по сравнению с биографическими и комедийными фильмами, данный прием выполняет здесь важную прагматическую функцию.

В частности, он позволяет усилить эмоциональное воздействие названия и сделать скрытый смысл оригинала более очевидным для зрителя. Показательным примером является *Bring Her Back* ‘Верни ее из мертвых’, где перевод раскрывает подразумеваемый сверхъестественный подтекст. В названии *Fresh* ‘Свежатинка’ нейтральное прилагательное заменяется разговорной лексемой с выраженными зловещими коннотациями. В свою очередь, *Bones and All* ‘Целиком и полностью’ демонстрирует замену буквального образа устойчивым выражением русского языка. К данной группе относятся также *Alien: Romulus* ‘Чужой: Ромул’ и *Don’t Move* ‘Замри’. Следовательно, в фильмах ужасов модуляция служит средством усиления напряженности и способствует более четкому обозначению жанровой принадлежности фильма.

Значительно реже в исследуемом материале используется целостное преобразование. Данный способ был выявлен в 7 из 150 кинозаголовков, что составляет 4,7 % общего корпуса. Невысокая частотность объясняется тем, что целостное преобразование предполагает существенное переосмысление оригинального названия и фактически создание новой номинативной единицы. Однако в отдельных случаях именно такой подход позволяет достичь максимального прагматического эффекта.

В жанре биографического кино целостное преобразование зафиксировано лишь в 1 из 50 случаев, что составляет 2 % выборки. Единственным примером является *Lee* ‘Великая’. В данном случае имя собственное заменяется оценочной характеристикой, благодаря чему внимание зрителя переносится с конкретной личности на ее историческую и культурную значимость. Подобная трансформация позволяет сформировать определенное восприятие фильма еще до его просмотра.

В жанре комедии целостное преобразование выявлено в 3 из 50 заголовков, что составляет 6 % выборки. Так, название *A Man Called Otto* получает перевод ‘Мой ужасный сосед’, где нейтральная номинация персонажа заменяется характеристикой его взаимоотношений с окружающими. Перевод *Good Luck to You, Leo Grande* как ‘Любовь по вызову’ ориентирован на раскрытие центральной сюжетной темы и повышение информативности названия. В свою очередь, *Hustle* ‘Прорваться в НБА’ демонстрирует переход от абстрактного понятия к конкретному описанию спортивного контекста фильма. Во всех случаях наблюдается стремление сделать название более понятным и привлекательным для массовой аудитории.

В жанре ужасов целостное преобразование также представлено 3 случаями из 50, что соответствует 6 % выборки. К данной группе относятся *Bagman* ‘Синистер. Семейное проклятие’, *Longlegs* ‘Собиратель душ’ и *Strange Darling* ‘Сталкер’. Во всех трех случаях происходит значительное переосмысление исходных названий. При переводе акцент переносится на создание яркого жанрового образа, способного вызвать у зрителя ощущение тревоги, опасности и психологического напряжения. В результате новые названия оказываются более эффективными с точки зрения рекламного воздействия и жанровой маркированности.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что модуляция используется почти в четыре раза чаще, чем целостное преобразование (17,3 % против 4,7 %). Наибольшая частотность модуляции зафиксирована в комедийном жанре (24 %), тогда как целостное преобразование наиболее активно применяется в комедиях и фильмах

ужасов (по 6 %). Это позволяет сделать вывод о том, что выбор переводческой стратегии определяется не только языковыми особенностями оригинального названия, но и жанровой спецификой фильма, а также необходимостью сохранения его коммуникативного и маркетингового потенциала в условиях русскоязычного кинопроката.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимов, В. Е. Кинозаголовок, синопсис и слоган кинофильма как функционально-прагматические единицы кинотекста (на материале современного французского кинодискурса) / В. Е. Анисимов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2020. – Т. 13, вып. 1. – С. 240–245.
2. Вомперский, В. П. К изучению синтаксической структуры газетного заголовка / В. П. Вомперский // Искусство публицистики: проблемы теории и мастерства : тез. докл. респ. науч. конф.-семинара / Союз журналистов Казахстана, КазГУ им. С. М. Кирова. – Алма-Ата : Искусство публицистики, 1966. – С. 82-85.
3. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 253 с.
4. Панкратова, С. А. Диалогическая природа локализованных киноназваний / С. А. Панкратова // СибСкрипт. – 2019. – № 3 (79). – С. 830–838.
5. Рецкер, Я. И. Теория перевода и переводческая практика : очерки лингвистической теории перевода / Я. И. Рецкер. – М. : Международные отношения, 1974. – 216 с.

Студенческое научное объединение
«Национально-культурный компонент в тексте и языке»
Руководитель: В. Т. Иватович-Бабич

А. В. ЖУК
Научный руководитель:
В. Т. Иватович-Бабич, доцент кафедры славянских языков, к.ф.н., доцент.

СИСТЕМА СОВРЕМЕННЫХ ПАРАЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Аннотация: в данной статье приводится сравнение традиционных паралингвистических средств и их функций с паралингвистическими средствами, присущими современной интернет-коммуникации.
Ключевые слова: интернет-коммуникация; паралингвистические средства; параграфемные средства; эмотиконы; эмодзи.

ИНТЕРНЕТ-коммуникация или, используя более конкретный термин, коммуникация осуществляемая посредством цифровых технологий (digital mediated communication [0]) — это новая форма коммуникации, наряду с ранее существующими устной, письменной и визуальной.

Отличают этот вид коммуникации от устной речи отложенная реакция собеседника (не в момент произнесения высказывания, а после), использование аналогов паралингвистических средств в речи (смайлики, пунктуационные знаки, повторы букв, выделение шрифта и т.д.), возможность участвовать в нескольких беседах одновременно.

Паралингвистические средства могут служить источником информации о говорящем (или пишущем), поскольку зачастую отражают его социальные, возрастные черты и особенности характера.

В устной и письменной речи применяются различные паралингвистические средства. Коммуникацию, где собеседники находятся в непосредственной близости друг от друга или наблюдают друг друга по видеосвязи, характеризуют *кинетические* паралингвистические средства (мимика, жестикуляция), речь, выраженная устно в непосредственном общении или по аудиозаписи, содержит *фонационные* средства (громкость, распределение пауз и т.п.), а речь, выраженную письменно, дополняют *графические* средства (шрифт/написание знаков, изображения, специальные символы и т.д.).

По отношению к вербальной стороне устного высказывания паралингвистические средства выполняют 3 функции:

1) вносят дополнительную информацию (например, позитивный вербальный текст может сопровождаться фонационными характеристиками со значением отрицательного отношения);

2) заменяют пропущенный вербальный компонент («Будешь есть пирог?» – отрицательный жест);

3) комбинируются с вербальными средствами, передавая тот же смысл («Посмотри на эту витрину» + указательный жест) [2].

Жесты являются составляющей словесной речи, так как любой жест можно заменить словом, но далеко не всё может быть достоверно выражено жестом, например, абстрактные понятия. Тем не менее, жесты составляют значительную часть невербальной коммуникации в реальном общении, и среди них можно выделить типы с разными функциями. В своей статье Е К. Лисариди и Б Н. Нурмухамбетова выделяют следующие типы жестов [3]:

1) Жесты-эмблемы, которые заменяют собой слова. Например,

движения головы, обозначающие «да» или «нет». В их использовании в международном общении требуется соблюдать осторожность, так как их значение не всегда совпадает в разных культурах.

2) Жесты-иллюстрации дополняют смысл вербального компонента речи. В них входят жесты, дополняющие понятия движениями, которые с ними ассоциируются, например, скрещенные руки при отказе. От жестов-эмблем их отличает в первую очередь ненамеренность и, возможно, неосознанность их использования.

3) Ритмические жесты помогают подчеркнуть логическое ударение и интонационные группы предложения.

4) Механические жесты, аналоги «слов-паразитов», проявляются неосознанно и могут вызывать раздражение у собеседников, например, привычка теребить мочку уха или трепать концы волос при разговоре.

В интернет-коммуникации можно выделить невербальные элементы с аналогичными функциями. В функции жеста-эмблемы для выражения согласия используется эмодзи «палец вверх», «красное сердце» или другой эмодзи обладающий положительной эмоциональной окраской, или «палец вниз» или другой негативно-окрашенный эмодзи для выражения несогласия или протеста. Пример такого коммуникативного акта с использованием эмодзи-реакции можно увидеть на Рисунке 1.

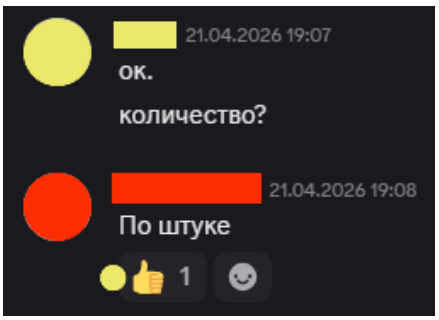


Рис. 1. Утвердительный жест-эмблема

Аналогом жеста-иллюстрации могут стать эмодзи с изображением жестов, присущим конкретным типам речевых актов, например, эмодзи «человек, пожимающий плечами» при неопределённом ответе, как изображено на Рисунке 2.

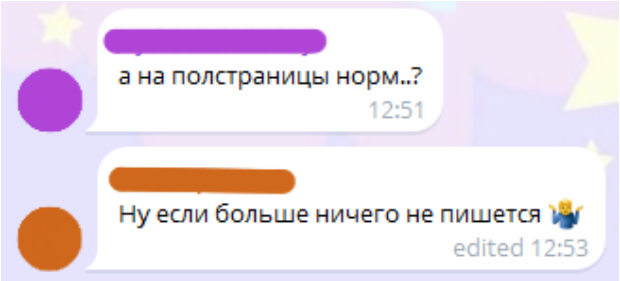


Рис. 2. Жест-иллюстрация неопределённости

Как аналог ритмических жестов может рассматриваться приём при котором автор сообщения вставляет эмодзи, как правило «хлопающие руки», между каждым словом предложения для того чтобы привлечь особое внимание к его содержанию. Пример такого сообщения можно увидеть на Рисунке 3.

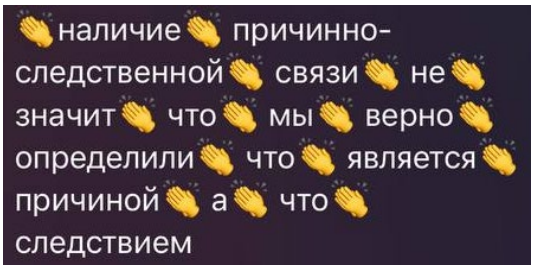


Рис. 3. Ритмическая акцентуация текста

Аналогом «вредной привычки» можно считать злоупотребление многоточиями, которое присуще некоторым пользователям (рис. 4), или авторские способы использования знаков препинания, например, удвоение запятых (рис. 5).

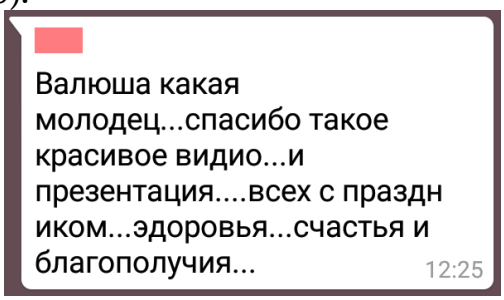


Рис. 4. Злоупотребление многоточиями

Описание

Целый,,чистый,,Высота-37 см,,Ширина-29 см,,Забирать в р-не метро Пушкинская,,Звонить

Рис. 5. Удвоение запятых

В письменной речи традиционными паралингвистическими средствами являются графическая сегментации текста и его расположение на носителе, шрифт и цвет текста, типографские знаки, цифры, средства иконического языка (рисунки, картинки, таблицы, схемы и др.), необычное написание и нестандартная расстановка пунктуационных знаков и т. д. [4]. Такие средства активно используются в интернет-среде для дополнения вербальных сообщений дополнительными семантическими и экспрессивными оттенками.

Паралингвистические средства, относящиеся к письменной форме речи, можно называть параграфемными. А. Г. Баранов, Л. Б. Паршин предлагают различать три группы параграфемных средств: синграфемные средства (художественно-стилистическое варьирование пунктуационных знаков), супраграфемные средства (шрифтовое варьирование), топографемные средства (плоскостное варьирование текста) [5].

В интернет-коммуникации эти средства применяются аналогичным образом. Пример использования синграфемных средств можно увидеть на рисунке 6, пример использования супраграфемных средств – на рисунке 7 и топографемных средств на рисунке 8.

drollandumbp
14 марта
Читать

Почему некоторые взрослые женщины..... Начинают..... Писать вот так..... Забывая о точках..... И запятых..... Приправляя все загадочной недосказанностью.....

Рис. 6. Варьирование пунктуационных знаков

Feb 4
tumblr angels do not support ICE btw ◻◻

Feb 19
tumblr demons don't support ICE either

Mar 19
tumblr fallen angels DOES not support ICE too

Apr 2
vampires DO NOT SUPPORT ICE

Apr 2
Vultures ***DO NOT*** support ice.

Рис. 7. Шрифтовое варьирование связанное с выбранным фантастическим образом пользователя

[*Перевод*: ангелы на тамблере не поддерживают иммиграционную полицию (эмодзи «розовое сердце») (эмодзи «крыло») // демоны на тамблере тоже не поддерживают иммиграционную полицию (эмодзи «искры») // падшие ангелы на тамблере ТОЖЕ не поддерживают иммиграционную полицию // ***вампиры НЕ ПОДДЕРЖИВАЮТ ИММИГРАЦИОННУЮ ПОЛИЦИЮ*** // Стервятники ***НЕ ПОДДЕРЖИВАЮТ*** иммиграционную полицию.]

Елизавета Шевелёва
вчера в 11:58 AM Ответить 28

Ксения Колесатова
В этом доме мы любим и ценим
Милых животных, из значков на компьютере
вчера в 12:55 PM Ответить 15

Рис. 8. Плоскостное варьирование текста внутри ASCII-картинки

Е.Е. Анисимова [4] разделяет паралингвистические средства по степени «привязанности» к вербальной составляющей текста, где наиболее тесно взаимодействующие с текстом средства включают в себя, например, орфографические изменения слов, а наименее связанными являются пространственная и цветовая аранжировка текста.

Интернет-тексты обладают разными видами визуальной презентации, некоторые из которых являются жанрообразующими. Встречаются микрожанры интернет-текстов, определяющиеся через особое форматирование со стороны пользователя, например, «бугурт», который в работе К.Д. Зайдес определяется как небольшая история, написанная в верхнем регистре, где каждая строчка разделяется знаком «@» [6]. Пример такого текста можно увидеть на Рисунке 9.

СЛУЧАЙНО ПРОВЕЛ РУКОЙ В ОКРЕСТНОСТИ
СУШИЛКИ ДЛЯ РУК
@
ЗАПУСТИЛАСЬ МГНОВЕННО И ЧАС
ОБДУВАЛА ПУСТОТУ ПОД СОБОЙ
@
СУНУЛ МОКРЫЕ РУКИ ПОД СУШИЛКУ
@
МГНОВЕННО ЗАГЛОХЛА
@
ГЛОХНЕТ КАЖДЫЕ 2 СЕКУНДЫ ПОКА ТЫ
ПЫТАЕШЬСЯ ВЫСУШИТЬ РУКИ
@
ДОВЕДЯ РУКИ ДО ПРИЕМЛЕМОГО
СОСТОЯНИЯ, ИДЕШЬ К ДВЕРИ
@
ЕХИДНАЯ СУШИЛКА ПРОДОЛЖАЕТ ГУДЕТЬ
ТЕБЕ ВСЛЕД

Рис. 9. Текст в жанре «бугурт»

Е.Е. Анисимова выделяет ряд функций паралингвистических средств в письменной речи: эмотивная, символическая, сатирическая, характерологическая и эвфемистическая[4]. Мы приведём их описания вместе с примерами применения параграфемных средств в интернет-коммуникации для достижения аналогичного эффекта:

• Эмотивная – способность воздействовать на эмоции адресата. например, использование шрифтов для создания у читателя определённого впечатления о пользователе (рис. 10);

Рис. 10. Осуществление эмотивной функции через шрифтовое варьирование

[*Перевод*: vivi: *п-привет всем…ам, я о-очень, мм.. стеснительная.. тут так много людей…* (эмодзи «умоляющее лицо») (эмодзи «бутылочка») (эмодзи «тюльпан») (эмодзи «искры») // **jungfoof: я тебя защищу**.]

• Символическая – способность выражать абстрактные понятия или ассоциироваться с ними. Например, на Рисунке 11 зелёный цвет шрифта обозначает желательный результат, а красный – нежелательный;

Рис. 11. Осуществление символической функции с помощью цвета текста

[*Перевод*: вы знали, что можете повысить качество своей кесадильи, если добавите приправу? // вы знали, что можете понизить качество своей кесадильи, если начнете писать пост на тамблер пока она готовится и она сгорит?]

• Сатирическая – способность самостоятельно или в комплексе с вербальными средствами создавать юмористический эффект. Например, на

рисунке 12 юмористический эффект создаётся при помощи использования эмодзи;

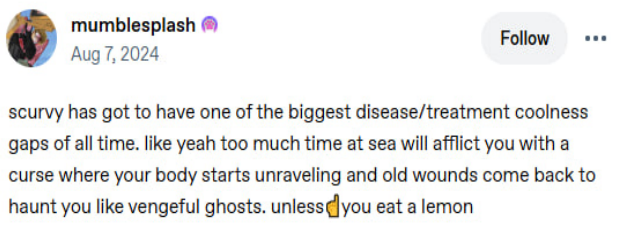


Рис. 12. Применение сатирической функции [*Перевод*: у цинги, наверное, самый большой разрыв крутости между болезнью и лечением. типа, если ты слишком много времени проведёшь в море, тебя настигнет проклятие, твоё тело начнёт распадаться на части, а старые раны вернутся как мстительные привидения. но только если (эмодзи «указательный палец вверх») не съесть лимон]

• Характерологическая функция – способность вызвать у адресата ассоциации с временным периодом, ассоциации социального или национального характера. Например, на Рисунке 13 можно увидеть, как сообщение о возвращении популярности старого сервиса прослушивания музыки сопровождается устаревшим дизайном эмотикона «улыбка» с сайта «Одноклассники», так как и сайт «Зайцев.нет», и этот дизайн эмотикона были в активном употреблении в 2010-х годах;

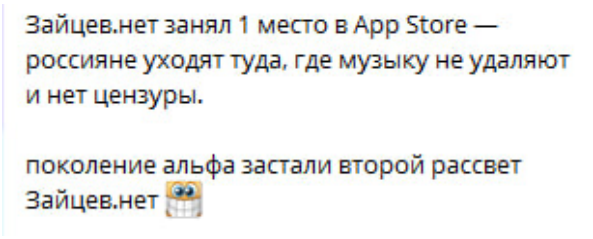


Рис. 13. Ассоциация с временным периодом через устаревший эмотикон

• Эвфемистическая – передаёт информацию, которая не может быть вербализована. Например, на Рисунке 14 автор использует эмодзи «виноград» [англ. ‘grape’] чтобы обойти алгоритмы сайта, которые урезают пользователям просмотры за использование слов,

связанных с чувствительными темами.

Рис. 14. Использование эвфемистической функции

[*Перевод*: Почему люди на полном серьёзе фетишизируют {изнасилование} / С человечеством всё настолько плохо?]

Таким образом, система паралингвистических средств интернет-коммуникации включает как традиционные паралингвистические средства в полном объёме, так и характерные только для неё параграфемные средства, такие как различные типы эмотиконов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Crystal D. Internet Linguistics: A Student Guide (1st ed.). / D. Crystal // Routhledge [Electronic resource]. – London, 2011. – Mode of access : https://doi.org/10.4324/9780203830901/. – Date of access : 17.05.2026.
2. ПАРАЛИНГВИСТИКА / Т. Николаева // Большая российская энциклопедия. Электронная версия (2017) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://old.bigenc.ru/linguistics/text/2706859. – Дата доступа : 13.05.2026.
3. Лисариди, Е., Нурмухамбетова, Б. Взаимосвязь вербальной и невербальной коммуникации / Е. Лисариди, Б. Нурмухамбетова // Вестник КазНМУ [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyaz-verbalnoy-i-neverbalnoy-kommunikatsii. – Дата доступа : 01.05.2026.
4. Анисимова, Е. Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) / Е. Е. Анисимова // Вопросы языкознания. – 1992. – № 1. – С. 71–78.
5. Баранов А. Н., Паршин П. Б., 1989. Воздействующий потенциал варьирования в сфере мета-графемики // Проблемы эффективности речевой коммуникации : сб. науч.-аналит. обзоров. М. : ИНИОН. 115 с.
6. Зайдес К.Д. Об одном новом слове русскоязычной интернет-коммуникации: опыт лексикографического описания // Коммуникативные исследования. 2016. №2 (8). – Режим доступа : https://cyberleninka.ru/article/n/ob-odnom-novom-slove-russkoyazychnoy-internet-kommunikatsii-opyt-leksikograficheskogo-opisaniya – Дата доступа : 18.04.2026.

А. С. ЮРАСОВА
Научный руководитель:
В. Т. Иватович-Бабич, доцент кафедры славянских языков, к.ф.н., доцент.

КОНФЛИКТОГЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ БЕЛОРУССКОГО, РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)

Аннотация: в данной статье приведены результаты анализа ряда контекстов на соответствие их требованиям для признания оскорбительными, унижающими честь и достоинство, с учетом конфликтогенного потенциала использованной гендерно маркированной лексики.
Ключевые слова: конфликтогенность; гендерно маркированной лексика; инвективная лексика; обсценная лексика; нецензурная лексика; оскорбление; унижение чести и достоинства.

ПОД КОНФЛИКТОГЕННОСТЬЮ понимается свойство речевой единицы вызывать, усиливать или поддерживать коммуникативный конфликт. С целью выявления конфликтогенного потенциала были рассмотрены контексты на трех языках. Контексты на русском языке были взяты из Национального корпуса русского языка (далее – НКРЯ), а именно из газетного корпуса и корпуса социальных сетей. Контексты на белорусском языке – из Национального корпуса белорусского языка (далее – НКБЯ), преимущественно из корпуса веб-ресурсов, однако, чтобы сделать выборки более сопоставимыми, были добавлены контексты из основного корпуса. Контексты на английском языке – из корпуса News on the Web (далее – NOW). Таким образом, речь идет о преимущественно публицистическом жанре анализируемых текстов.

Необходимо отличать оскорбление в юридическом понимании от бытового оскорбления. Первое определяется как «*умаление чести и достоинства лица, выраженное в неприличной форме*» [0, с.3] и подлежит правовому регулированию. Для признания высказывания оскорбительным с точки зрения закона необходимо, чтобы был соблюден ряд критериев, из которых далее перечислены те, решения по которым выносятся лингвистом. Как уже было упомянуто, высказывание должно иметь неприличную форму, под которой понимается исключительно нецензурная лексика. Сообщение сведений должно совершаться публично с целью распространения информации, а не выражения отношения. Необходимо, чтобы о лице сообщались негативные сведения, прямо или контекстуально. В тексте должны присутствовать маркеры отнесенности информации к конкретному лицу; сведения должны носить фактологический характер, быть порочащими и характеризовать адресата целиком, а не его отдельный поступок. Если на уровне высказывания есть выраженный умысел на оскорбление, лингвист указывает и на него.

В русском языке к нецензурной лексике относятся пять слов и их производные [0, с.18]. Точного списка корней, признаваемых нецензурными, в белорусском и английском языках нет, что несколько затрудняет квалификацию контекстов. Для решения этой проблемы были проанализированы пометы в словарных статьях конфликтогенных лексем, выделенных в контекстах, для разграничения стилистической принадлежности англоязычных единиц использовался также Offensive Language Guidelines, официальный внутренний документ британского телевизионного канала ITV, содержащий рекомендации по использованию ненормативной лексики.

Белорусскоязычные слова были помечены как *грубыя*, *лаянкавыя*, *размоўныя* или вовсе не имели помет, что можно сопоставить со сниженными, бранными, разговорными и литературными лексемами в русском языке. Таким образом, среди отобранных белорусскоязычных контекстов не было тех, которые могли бы быть квалифицированы как оскорбительные.

Среди англоязычных лексем были приравнены к нецензурной лексике *fuck*, *cunt* и их формы, поскольку данные лексемы были выделены в группу наиболее оскорбительных лексем в Offensive Language Guidelines [2, с.3] и были помечены как *obscene* (‘содержащий или являющийся языком, считающимся табу в вежливом общении’ [Merriam-Webster]).

Необходимо отметить, что в англоязычных странах иная правовая система, и приводимая в данной работе квалификация англоязычных контекстов проводится согласно законодательствам России и Беларуси и носит иллюстративный характер.

Среди отобранного материала 5 русскоязычных и 5 англоязычных контекстов содержат нецензурную лексику, и, следовательно, потенциально могут быть оскорбительными в юридическом понимании. Из них 2 содержат порочащие сведения, однако в одном нецензурная лексика используется для выражения отношения («*Какая-то п**** ведёт свою группу, и выложила мои фотографии туда, назвав их своими*» [НКРЯ]), а в другом – для характеристики поступка, а не личности в целом («*Bitch, you f***ed my assistant, now suck my dick.*» [NOW]). В трех контекст недостаточен для того, чтобы определить, используются ли спорные слова как средство выражения отношения или распространения сведений: например, «*… referring to her as "cunt, " "bitch," "whore" and "street trash"*» [NOW]. Остальные выражают субъективную публичную отрицательную оценку. Отдельно стоит прокомментировать неприличную форму высказывания в одном из контекстов, где она свидетельствует скорее о невысокой уроне культуры речи пишущего: «*Поугорал засмеялся послал на х** и закрыл дверь. Поверещала м**** в подъезде сорвала глотку и съе****»* [НКРЯ].

Для признания высказывания унижающим честь и достоинство необходимо соблюдение тех же критериев, что и для констатации признаков оскорбления, за исключением неприличной формы. Для анализа было отобрано 23 русскоязычных, 15 белорусскоязычных и 26 англоязычных контекстов. Из них 3, 2 и 11 контекстов соответственно содержат порочащие сведения, например, обвинение в противозаконном и аморальном поведении (*мать-педофил*, *распусніца, pathological liar*). Также сюда могут относится контексты, содержащие порочащие сведения в модификаторе (*расистская сука*) или выражающие их посредством эвфемизмов (*loose woman*).

Принадлежность ряда контекстов к этой группе спорна и зависит от толкования: если истолковывать порочащие сведения как информацию исключительно о поступках [0, с.12], некоторые высказывания не будут считаться порочащими (например, содержащие слова *бездельница*, *лентяйка* и *эгоистка*), и будут истолковываться, например, как выражение субъективной оценки. 13 высказываний не могут быть однозначно квалифицированы из-за узкого контекста, не позволяющего установить, отвечают ли они всем критериям, например, «*Яна бессаромная распусніца, Ларык. Патаскуха!*» [НКБЯ].

24 контекста содержат субъективную публичную оценку и потому не являются унижающими честь и достоинство. Отдельно необходимо обратить внимание

на группу контекстов из этой категории, содержащих инвективную лексику, такую как *тварь*, *сцерва*, *bitch* и тому подобное. Хотя использование данных лексем в адрес человека на бытовом уровне воспринимается как оскорбление, оно не является таковым в юридическом понимании, как не является и унижением чести и достоинства, поскольку используется в переносном значении для выражения личного негативного отношения говорящего к адресату.

Следующий контекст не может стать основанием для возбуждения дела об унижении чести и достоинства, так как он не отнесен к конкретному лицу, а является обобщающей характеристикой, выражает мнение и не содержит порочащих сведений: «*Я категорически недовольна поведением на дороге многих дамочек*» [НКРЯ].

В одном из текстов содержится обвинение в нарушении закона (*забойца*), что позволяет квалифицировать его как унижающий честь и достоинство. Однако интерес представляет использование в прямом значении лексем *чараўніца* и *ведзьма*, поскольку неясно, является ли это осуждаемой обществом деятельностью или нет: «*Суседка абвінаваціла мяне ў тым, што я нібыта навяла на яе псоту, і з-за гэтага яна хварэе. Яшчэ прыгадала, што пяць гадоў назад здохла ў яе карова — таксама па маёй віне. Штурхнула мяне і злосна закрычала: «Не падыходзь да мяне ніколі, забойца, чараўніца!» Аказалася, пра псоту ад мяне ёй сказала варажбітка. У мяне мільганула думка, што суседка проста з'ехала з глузду, але калі яе муж падключыўся: маўляў, «мы ўсё ведаем, а хто наклаў мне ў машыну іголак?», я зразумела, што гэта не жарт, а цяжкае абвінавачванне*» [НКБЯ].

Обратим внимание на следующий контекст, поскольку в нем используется синтаксическая конструкция, делающая обвинение в неэтичном поведении имплицитным: «*I ain't saying she's a gold digger, but she ain't messing with no broke... dudes... either*» [NOW]. Необходимо отметить, что имплицитные утверждения могут быть объектом судебного разбирательства в том случае, если они достаточно легко и однозначно эксплицируются.

Один из контекстов содержит оценку внешнего вида женщины, что не является порочащими сведениями, если понимать последние как информацию о поступке [0, с.12], однако используемая превосходная форма сравнения делает высказывание ближе к утверждению о факте, чем к мнению: «*She became the victim of cyberbullying in her younger days, after a YouTube video depicted her as " the world's ugliest woman."*» [NOW].

Таким образом, необходимо разграничивать юридическое оскорбление, унижение чести и достоинства и бытовое. Так, несмотря на то, что все рассмотренные контексты являются потенциально конфликтогенными, только часть из них может стать предметом судебного разбирательства. Особенно часто встречается субъективная публичная негативная оценка, которая может задевать чувства адресата, однако не является оскорблением с точки зрения закона.

Тематически больше всего в отобранных контекстах представлены бранные лексемы, у которых коннотативный элемент преобладает над денотативным (*сволочь*, *сцерва*, *bitch* и прочие) – 29% конфликтогенных единиц, из них 68% представлено единицами номинативного типа. Вторая по частоте группа составляет лексемы, описывающие сексуальную жизнь женщин – 20% единиц, из которых 89% – номинативные. За ними идет группа, содержащая оценку интеллектуальных способностей – 10%, из них 43% – номинативные единицы. Наибольшее

количество единиц-модификаторов отмечается в группах, оценивающих профессиональную непригодность (*бездарная*, *таямнічая (кіраўніца)*, *incompetent*) – 86%, моральные качества (например, *злобная*, *эгаістычная*, *wicked*) – 83%, психическую неуравновешенность (*безумная*, *delusional*) – 75%.

Если не считать группу, в которой представлены бранные лексемы, у которых коннотативный элемент преобладает над денотативным, в отобранных контекстах на всех языках превалирует характеристика половой жизни женщины. Наиболее частотная единица номинативного характера в русскоязычных контекстах – *сука*, в белорусскоязычных – *распусніца* и *дурніца*, в англоязычных – *bitch*; наиболее частотные модификаторы – *некомпетентная* и *тупая* (рус.), *дурная* (бел.), *fucking* (англ.). Чаще всего встречаются с модификатором в русскоязычном тексте лексемы *п**** и *сука*, в белорусскоязычном – *сцерва* и *баба*, в англоязычном – *woman* и *bitch*.

В целом следует отметить, что проблемы, с которыми может сталкиваться специалист в процессе проведения лингвистической экспертизы, включают отсутствие четкого разграничения стилистической принадлежности лексики, в частности, отсутствие перечня нецензурной лексики в белорусском и английском языках, а также недостаточность имеющегося контекста для точного установления значения лексем, использование эвфемизмов и имплицитная форма сообщения сведений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Выявление признаков унижения чести, достоинства, умаления деловой репутации и оскорбления в лингвистической экспертизе текста / Стернин И.А. [и др.]. – Ярославль, 2013. – 35 с.
2. Offensive language Guidelines : March 2024 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://tinyurl.com/46epkfu9. – 5 с. – Дата доступа: 18.04.2026.

Студенческое научное объединение
«Востоковедение»
Руководитель: Т.И.Кевлюк

П. Ю. ПИСАХОВИЧ
Научный руководитель:
Е. В. Тихоненко, доцент кафедры славянских языков к.ф.н., доцент.

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ АРАБСКОГО ЯЗЫКА В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация: в статье анализируются лингвопрагматические механизмы арабского языка, определяющие эффективность деловой коммуникации. Рассмотрены диглоссия и регистровое переключение между литературным стандартом и диалектами, феномен смешанной формы ESA, стратегии эвфемизации и косвенности, религиозно-маркированные формулы уклонения, клишированные этикетные обороты, структура делового письма и графическая адаптация. Показано, что выбор регистра и формулы влияет на исход переговоров, а успешная коммуникация требует не только переводческой, но и лингвокультурной компетенции.
Ключевые слова: арабский язык; деловая коммуникация; лингвопрагматика; диглоссия; регистровое переключение; современный стандартный арабский язык (MSA); разговорный арабский язык образованного населения (ESA); высококонтекстная культура; религиозно-маркированная лексика; эвфемизация; речевой этикет; арабское деловое письмо; межкультурная компетенция.

АРАБСКИЙ язык в сфере делового общения демонстрирует ряд структурных и функциональных особенностей, обусловленных его внутренней стратификацией, принадлежностью культуры к высококонтекстному типу и тесной связью языковых форм с религиозно-правовой традицией. Эффективность межкультурного взаимодействия в арабоязычной среде напрямую зависит от понимания этих лингвистических механизмов, часто выходящих за пределы переводческой компетенции.

Ключевой характеристикой арабского языка является диглоссия – функциональное распределение между стандартным литературным языком (Modern Standard Arabic, MSA) и территориальными диалектами (египетский, марокканский, левантийский и др.). В деловой коммуникации это различие имеет четкую жанровую привязку. Литературный арабский язык закреплён прежде всего за письменными жанрами: тексты контрактов, юридическая документация, официальная корреспонденция и финансовая отчётность строятся исключительно на его лексико-грамматической базе. Высокий престиж MSA в этой сфере объясняется не только его наддиалектной универсальностью, гарантирующей взаимопонимание между носителями различных диалектов на всём пространстве арабского мира, но и его сакральным статусом языка Корана, который придаёт документу дополнительную авторитетность в глазах участников сделки. [2]

Вместе с тем в устной коммуникации, особенно на этапе установления личного контакта и в неформальной части переговоров, допустимым и коммуникативно целесообразным становится переключения на местный диалект. С лингвистической точки зрения здесь действует механизм регистрового переключения. Выбор MSA маркирует формальность, социальную дистанцию и официальный характер взаимодействия, тогда как переход на диалект выполняет

преимущественно фатическую функцию, сигнализируя о готовности к сокращению дистанции и переходу к более доверительному общению. Лексический минимум диалекта, охватывающий приветственные формулы, стандартные вопросы о здоровье и делах семьи, а также благопожелания, выступает в роли прагматического маркера инклюзивности, демонстрирующего уважение к личности и культуре собеседника.

Отдельного внимания заслуживает наметившаяся в последние годы тенденция к активному использованию в деловой среде смешанной формы арабского языка. В исследовательской литературе данная смешанная языковая разновидность получила терминологическое обозначение – «разговорный арабский язык образованного населения» (Educated Spoken Arabic, далее – ESA). Согласно работам лингвистов, ESA представляет собой языковую форму, функционирующую в речи арабов, получивших образование на уровне средней школы, колледжа или университета. Исследователи определяют ее как гибридное образование, в котором совмещаются элементы литературного арабского языка (профессиональная и специальная лексика и отдельные аспекты нормативного синтаксиса) с характерными чертами разговорного арабского языка, включая устранение падежных окончаний, использование фонетических преобразований и включение семантических и синтаксических черт конкретных территориальных диалектов. Данная языковая разновидность всё активнее проникает в жанры, ранее обслуживавшиеся исключительно литературным стандартом: устные презентации, корпоративные тренинги и рекламные сообщения. При этом вопрос о функционировании ESA остается открытым. [5]

Умение распознавать и корректно интерпретировать регистровые переходы имеет принципиальное значение для специалиста, работающего в арабоязычной деловой среде. Так, употребление нормативных падежных окончаний в неформальной беседе зачастую интерпретируется носителями языка как маркер высокомерия, тогда как проникновение диалектизмов в текст контракта может сигнализировать о непрофессионализме и неуважении к правовой процедуре. Таким образом, языковая стратификация в деловом контексте выступает как гибкий инструмент регулирования отношений: выбор регистра способен напрямую повлиять на динамику и исход переговорного процесса.

На лексико-прагматическом уровне специфика арабского делового дискурса проявляется в высокой степени эвфемизации и косвенности, что напрямую коррелирует с его принадлежностью к высококонтекстному типу культуры. [4] В условиях, когда значительная часть смысла выводится из ситуации и общего контекста, а не выражается вербально, наблюдается системное избегание прямых формулировок, особенно в зонах коммуникативного риска – при выражении отказа, критики или предъявлении претензий. Вместо прямого выражения отрицательного решения арабский деловой этикет предписывает использование разнообразных перифраз, в организации которых ключевую роль часто играют устойчивые фразеологизмы, восходящие к религиозному дискурсу. Наиболее показательной в этом отношении является формула إن شاء الله ‘если Бог пожелает’, которая в деловом контексте функционирует как стратегия вежливости, позволяющая смягчить категоричность отказа, но одновременно служащая целям уклонения от прямых обязательств. Для неподготовленного

участника переговоров, интерпретирующего данную формулу буквально, она звучит как обещание или подтверждение намерений, тогда как в действительности она может представлять собой маркер уклонения от принятия обязательств в рамках стратегии сохранения лица. [1]

Лексический состав арабской деловой коммуникации содержит значительный пласт формульной лексики, восходящей к исламской этической традиции. Включение религиозных формул, таких как *الحمد لله* ‘Слава Богу’ или *ما شاء الله* ‘на то была воля Бога’, в официальную переписку и переговорные сессии служит прагматическим механизмом, задающим этические границы взаимодействия. В деловой переписке широко применяются клишированные обороты, обладающие специфической прагматикой: например, вступительная фраза *تشرفنا باستلام كتابك* ‘мы имели честь получить ваше письмо’ или финальная формула *تقبلوا فائق الاحترام والتقدير* ‘примите уверения в высочайшем уважении’. Эти конструкции маркируют статусные отношения и поддерживают канал формальной коммуникации. Разрыв с данной этикетной традицией допустим лишь при условии длительных партнёрских отношений и обоюдного согласия сторон на понижение регистра общения. [3]

На уровне построения текста особого внимания заслуживает структурная организация арабского делового письма, уходящая корнями в классическую арабскую риторику. Если в западной традиции принято сразу переходить к сути сообщения, то арабский документ имеет иную специфику. Обычно он открывается развёрнутой вступительной частью, включающей религиозную формулу и благопожелания (например, *السلام عليكم ورحمة الله وبركاته* ‘Мир Вам, милость Аллаха и Его благословение’), после чего следует выражение уважения адресату, и только затем автор переходит к изложению собственно делового вопроса. Подобная структура реализует стратегию постепенного введения информации: это позволяет снизить коммуникативное давление на получателя и создать благоприятный эмоциональный фон, что особенно важно при взаимодействии с представителями высококонтекстных культур.

Наконец, важным, хотя часто и недооцениваемым фактором успеха деловой коммуникации выступают графические и типографические особенности арабского языка. Арабское письмо имеет направление справа налево и отличается изменением начертания буквы в зависимости от её позиции в слове (начальная, срединная, конечная или изолированная). Эти особенности требуют тщательного подхода к подготовке визуальных материалов. Если презентации, рекламные макеты или формы договоров, созданные по шаблонам латинской графики, используются без адаптации к нормам арабского письма, это воспринимается носителями языка как нарушение делового этикета. Подобное упущение сигнализирует либо о недостаточной компетентности, либо о культурном пренебрежении. [3]

Таким образом, проведённый анализ показывает, что специфика арабского языка в деловой коммуникации проявляется на нескольких взаимосвязанных уровнях: на уровне функционального распределения языковых средств (диглоссия и переключение регистров), на лексико-прагматическом уровне (эвфемизация, косвенные речевые акты, религиозно-маркированная лексика и клишированные обороты), на уровне структурной организации текста и на уровне визуального оформления. Совокупность этих факторов позволяет утверждать, что успешная работа в арабоязычной деловой среде требует от специалиста не просто

языковой подготовки в привычном смысле, но и глубокой культурной осведомлённости – умения распознавать и корректно интерпретировать скрытые смыслы, передаваемые через выбор регистра, синтаксической конструкции, этикетной формулы или графического решения. Без учёта этой многоуровневой системы лингвистическое обеспечение делового взаимодействия остаётся фрагментарным, что повышает риск коммуникативного сбоя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Матвеенко, В.Э. Национально-культурные особенности вербальных и невербальных средств аргументации в арабском официально-деловом стиле общения / В.Э. Матвеенко // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. – 2012. – С. 85-90.
2. Мерай, М. И. Языковая ситуация в арабском мире: язык междиалектного общения / М. И. Мерай, Ф. Кацияннис // MacrosociolinguisticsandMinorityLanguages. – 2024. – Т. 2, № 1. – С. 66–86. – DOI: 10.22363/2312-797X-2024-2-1-66-86.
3. Сухов, Н.В. Особенности деловой коммуникации в арабских странах: рекомендации для российских бизнесменов / Н.В. Сухов // Азия и Африка сегодня. – 2025. – № 10. – С. 40–50. – DOI: 10.31857/S0321507525100055.
4. Теория высоко- и низкоконтекстуальных культур Э. Холла [Электронный ресурс] / Образовательный портал «Справочник». – 2025. – Режим доступа: https://spravochnick.ru/kulturologiya/teoriya_vysoko_i_nizkokontekstualnyh_kultur_e_holla/. – Дата доступа: 30.04.2026.
5. Promadi, K. Educated spoken Arabic: A new alternative for future teaching Arabic as a foreign language / K. Promadi // Journal of Education and Social Sciences. – 2016. – Vol. 4, Issue 1. – P. 26-32.

А. А. САЧКО
Научный руководитель:
Е. В. Тихоненко, доцент кафедры славянских языков к.ф.н., доцент.

СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА РУССКОЙ НАЦИОНАЛЬНО-МАРКИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ НА ТУРЕЦКИЙ ЯЗЫК (НА ПРИМЕРЕ МУЛЬТСЕРИАЛА «МАША И МЕДВЕДЬ»)

Аннотация: статья посвящена анализу стратегий перевода русскоязычной лексики с национально-культурным компонентом на турецкий язык в официальном дубляже мультсериала «Маша и Медведь». На материале 12 серий выявлены основные переводческие решения: функциональный эквивалент, культурная адаптация, калькирование. Показано, что эмоциональные восклицания и бытовые реалии адаптируются успешно, тогда как пословицы и фразеологизмы в названиях серий часто заменяются нейтральными вариантами, что ведёт к частичной потере культурного колорита. Предлагаются альтернативные варианты перевода с использованием турецких паремий.
Ключевые слова: перевод детского контента; национально-культурный компонент; дубляж; русско-турецкие межкультурные коммуникации; фразеологизмы.

В СОВРЕМЕННОМ медиапространстве мультфильмы выступают не только развлекательным, но и культурно-транслирующим каналом. Процесс дубляжа, при котором анимационный продукт переносится из одной лингвокультурной среды в другую, требует от переводчика решения сложной задачи: сохранения юмора, характеров героев и национально-культурной специфики оригинала.

Российский мультсериал «Маша и Медведь», с 2009 года успешно транслирующийся в Турции под названием «Maşa ile Koca Ayı», является ярким примером такого межкультурного переноса. Однако русские пословицы, фразеологизмы, эмоциональные восклицания и реалии быта требуют особой адаптации.

Актуальность исследования обусловлена глобализацией медийного контента и необходимостью изучения механизмов межкультурной адаптации. Выявление закономерностей перевода культурно-специфической лексики позволяет усовершенствовать практику дубляжа детского контента.

Цель работы – выявить особенности передачи русскоязычной лексики с национально-культурным компонентом на турецкий язык в дубляже мультсериала «Маша и Медведь». В соответствии с целью поставлены следующие задачи: выделить ключевые единицы с национально-культурным компонентом; проанализировать стратегии их перевода в официальном дубляже; оценить эффективность переводческих решений и предложить альтернативы.

Объектом исследования выступает российский анимационный сериал «Маша и Медведь» и его официальный турецкий дубляж, предметом – русскоязычная лексика с национально-культурным компонентом и способы её передачи на турецкий язык.

Материалом послужили скрипты 12 серий разных сезонов, в том числе «День варенья», «Лыжню!», «Сладкая жизнь», «Праздник на льду», «Первый раз в первый класс», «С волками жить», «Маша + Каша», «Следы невиданных зверей» и другие. Анализировались оригинальные русские реплики и их официальный турецкий дубляж.

Проведённый анализ показал, что переводчики преимущественно используют стратегии функционального эквивалента, культурной адаптации и калькирования.

Названия серий «Маша и Медведь» часто строятся на русских пословицах, что создаёт значительные переводческие

трудности. Например, серия «С волками жить» в турецком дубляже получила название *Kurtlarla Eğlenceli Bir Gün* ‘Весёлый день с волками’. Переводчики отказались от прямой передачи пословицы в пользу нейтрального и привлекательного для детей названия. Альтернативным вариантом могла бы стать турецкая пословица *Kurtla gezen ulumayı öğrenir* ‘Кто гуляет с волком, тот научится выть’, которая полностью передаёт смысл влияния окружения.

Аналогичная ситуация наблюдается в серии «Красота – страшная сила», переведённой как *Tehlikeli Güzellik* ‘Опасная красота’. Этот вариант достаточно удачен, однако турецкие пословицы *Güzellik başa beladır* ‘Красота – беда для головы’ или *Yürek yakan güzellik* ‘Красота, сжигающая сердце’ могли бы лучше передать ироничный и сильный оттенок оригинала.

Серия «Первый раз в первый класс» получила название *Okulun İlk Günü* ‘Первый день школы’. Хотя перевод понятен, более эмоциональным и культурно близким вариантом могло бы стать турецкое выражение *İlk göz ağrısı* ‘Первая боль в глазу’, которое используется для обозначения всего самого первого и дорогого сердцу.

Маша является главным источником эмоциональной лексики в сериале. Переводчики стремились сохранить её энергию, непосредственность и детский характер.

Такие восклицания, как «Ух ты!», «Ой!», «Ага!», «Эгегей!», были переведены соответственно как *Vay canına!* ‘Ничего себе!, *Olamaz!* ‘Не может быть!’, *Evet, işte bu!* ‘Вот это да!’, *Hey hey hey!* ‘Хей-хей-хей!’. Эти варианты можно признать удачными: турецкие эквиваленты хорошо передают восторг, удивление и радость. Особенно хорошо звучит *Vay canına!* для ‘Ух ты!’ и *Hey hey hey!* для ‘Эгегей!’. Эмоциональная сила в целом сохранена.

Смешанные результаты получены при передаче эмоционально-окрашенных фраз «Чё, крокодил?!», «Лыжню!», которые переведены как *Ne? Bir timsah mı?* ‘Что, крокодил?’, *Dikkat et* ‘Осторожно’. Первая фраза передана точно и смешно, хоть и оттенок жаргона немного утерян. Однако «Лыжню!» переведено слишком нейтрально (*Dikkat et* ‘Осторожно’). Более динамичные варианты вроде *Yol ver!* ‘Дорогу!’ или *Açılın!* ‘Расступитесь!’ лучше передали бы командный и энергичный характер Маши.

Особого внимания заслуживает перевод фраз «Пять минут – полёт нормальный!» и «Земля в иллюминаторе...», которые в турецком дубляже звучат как *Tüm sistemler hazır, kalkış başarılı* ‘Все системы готовы, запуск успешен’ и *Houston bir sorunumuz var* ‘Хьюстон, у нас проблемы’. Это очень удачное решение: переводчики сохранили ритм, космическую тематику и даже добавили известную во всём мире отсылку к фразе «Хьюстон, у нас проблемы». Такие решения эффективно работают для турецкой аудитории.

Перевод реалий, связанных с едой, также демонстрирует определённые закономерности. Русское слово «каша» передаётся как *lapa* ‘каша, похлебка’ или *yulaf lapası* ‘овсяная каша’. По смыслу перевод достаточно точен, так как *lapa* обозначает густую вязкую массу. Однако в русской культуре «каша» является символом домашнего уюта и заботы, тогда как турецкий вариант звучит более нейтрально и менее тепло. Таким образом, культурный оттенок частично утрачивается.

Название серии «Маша + Каша» переведено как *Felaketin Tarihi* ‘История катастрофы’. Переводчики выбрали яркое, драматичное название, чтобы подчеркнуть комизм ситуации. Это удачный ход для привлечения внимания детей, хотя оригинальное название более игривое и содержит игру слов.

Фраза Маши «Ох и заварила я кашу» в дубляже звучит как *Oo ne bitmez bir yemekmiş bu böyle* ‘Оо, какая это бесконечная еда’. Перевод передаёт удивление и масштаб «бедствия», но теряет идиоматичность русской фразы. В русском языке «заварить кашу» означает «устроить неприятность», тогда как в турецком варианте акцент сделан только на количестве еды.

Слово «пирожки» переведено как *börek* или *poğaça*. Оба варианта представляют собой традиционную турецкую выпечку с начинкой, поэтому турецкие дети легко представляют себе то, что печёт Маша. Это хорошая адаптация для понимания, однако опять же происходит потеря оригинального культурного контекста.

Полученные результаты показывают, что при переводе детского анимационного контента приоритет часто отдаётся понятности и динамике, а не сохранению культурной специфики. Эмоциональные восклицания, являющиеся важной частью образа Маши, передаются наиболее успешно – вероятно, потому, что междометия обладают высокой степенью межкультурной универсальности.

Напротив, паремии и идиоматические выражения систематически нейтрализуются. Это объяснимо с прагматической точки зрения: турецкий ребёнок, не знакомый с русским фольклором, может не понять прямой перевод. Однако, как показывают предложенные альтернативы, турецкий язык располагает собственными паремиями, которые могли бы передать как смысл, так и ироническую или поучительную тональность оригинала. Отказ от них представляет собой упущенную возможность обогатить перевод культурно-специфическим, но при этом доступным для реципиента элементом.

Перевод реалий питания демонстрирует компромиссную стратегию: замена русского концепта на функционально аналогичный турецкий делает текст понятным, но стирает этнокультурные маркеры. В целом дубляж сохраняет юмор, динамику и характер главных героев, что и объясняет высокую популярность сериала в Турции.

Проведённый анализ показал, что перевод русскоязычной лексики с национально-культурным компонентом на турецкий язык в дубляже мультсериала «Маша и Медведь» в целом выполнен успешно. Переводчики активно используют стратегии функционального эквивалента и культурной адаптации. Эмоциональные восклицания Маши в большинстве случаев переданы живо и естественно. Бытовые реалии и названия еды удачно адаптированы под турецкие аналоги, что делает текст близким и понятным турецкому ребёнку.

Вместе с тем, в ряде случаев наблюдаются потери культурного колорита. Особенно это заметно при переводе русских пословиц и названий серий, где вместо оригинальных фразеологизмов часто используются более нейтральные или упрощённые варианты. Также иногда теряется специфический русский оттенок. Более глубокое использование турецких пословиц и фразеологизмов могло бы сделать перевод ещё ярче и культурно богаче.

Практическая ценность исследования заключается в возможности использования его результатов в курсах теории и практики перевода, на занятиях по лингвокультурологии и межкультурной коммуникации, при подготовке дубляжа российских анимационных продуктов для турецкоязычной аудитории, а также в качестве материала для сравнительного анализа стратегий перевода детского контента.

ЛИТЕРАТУРА

1. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002.
2. Красных, В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология. – М.: Гнозис, 2002.
3. Дейк Т.А. ван. Дискурс и власть. – М.: Либроком, 2013.
4. Новожилова, А.А. Проблемы перевода культурно-специфической лексики в анимационных фильмах // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. – 2020. – № 2. – С. 78–89.
5. Gürbüz İ. Çeviri ve Kültürlerarası İletişim: Maşa ile Koca Ayı Örneği // İstanbul Üniversitesi Çeviribilim Dergisi. – 2021. – Sayı 14. – S. 45–60.

Студенческое научное объединение
«Письменный перевод разножанровых текстов»
Руководитель: Е. Г. Карапетова

А. Н. ВАШУКЕВИЧ
Научный руководитель:
Е. Г. Карапетова, заведующий кафедрой теории и практики перевода к.ф.н., доцент.

КУЛЬТУРНО-СПЕЦИФИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРОЗЕ: КЛАССИФИКАЦИЯ И ПЕРЕВОД (НА ПРИМЕРЕ РОМАНА «КРЁСТНЫЙ ОТЕЦ» МАРИО ПЬЮЗО)

Аннотация: в статье рассматриваются особенности классификации и перевода реалий в англоязычной художественной прозе на материале романа «Крёстный отец». В ходе анализа было выделено 282 лексические единицы, из которых 256 составляют англоязычные реалии, а 26 – итальянизмы. Особое внимание уделяется реалиям итало-американского криминального сообщества и иноязычным вкраплениям как носителям национально-культурной информации. В работе анализируются переводческие стратегии, используемые в русскоязычных переводах романа: калькирование, транслитерация, адаптация, модуляция, описательный перевод и опущение. Проведённое исследование показывает, что комплексный подход к классификации позволяет более полно выявить тематическое и национально-культурное разнообразие реалий романа, а выбор переводческой стратегии зависит от семантики, функции и культурной специфики реалии в художественном тексте.
Ключевые слова: реалия; лингвострановедение; переводоведение; итальянизмы; национально-культурный компонент; «Крёстный отец»; переводческие трансформации; англоязычная художественная проза.

ОСОБОЕ внимание в исследованиях в области лингвострановедения уделяется языковым единицам, содержащим национально-культурный компонент: понятия, идеи и реалии, отражающие специфику исторического, социального и культурного развития общества.

Согласно определению Г. Д. Томахина, лингвострановедение представляет собой направление языкознания, изучающее языковые единицы с ярко выраженной национально-культурной семантикой. В этом контексте особую значимость приобретают реалии, которые выступают не только элементами языка, но и носителями культурной и экстралингвистической информации.

В ходе исследования целесообразно опираться на комплексный подход в классификации реалий, учитывающий их тематическую принадлежность, культурно-историческую специфику и переводческую значимость, что позволяет наиболее полно проанализировать функционирование реалий в англоязычной художественной прозе.

В настоящем исследовании особое внимание уделяется разграничению англоязычных реалий и иноязычных вкраплений, представленных в тексте романа «Крестный отец» Марио Пьюзо. В связи с этим классификация лексического материала осуществлялась разграничительно: отдельно рассматривались англоязычные реалии, отражающие культурно-историческую и социальную специфику англоязычного общества, и отдельно – иноязычные вкрапления, прежде всего итальянизмы, функционирующие в тексте как маркеры этнокультурной принадлежности персонажей и специфики итало-американской среды.

В ходе исследования было отобрано 282 лексические единицы, из которых 256 составляют англоязычные реалии, а 26 – иноязычные вкрапления. Указанные

лексические единицы были классифицированы на основе семантического фактора – на основе их значения.

Среди англоязычных реалий особое место занимают **этнографические** единицы, отражающие бытовую и культурную специфику американского общества: *ravioli* ‘равиоли (традиционные итальянские макаронные изделия)’, *martini* ‘мартини’, *C note* ‘сленговый термин, обозначающий стодолларовую купюру США’, *Macy’s* ‘Универмаг «Мейсис»’, *Crap* ‘азартная игра в кости’, *Speakeasy* ‘спикизи (подпольные бары, на территории которых во время Сухого закона в США осуществлялась незаконная продажа алкоголя)’.

В тексте широко представлены **общественно-политические** реалии США (*State Department* ‘Государственный департамент США’, *Mexican divorce* ‘мексиканский развод (развод, оформленный в судах Мексики с целью обхождения длительных процедур в судах США)’, *Assistant district attorney* ‘помощник окружного прокурора США’, *draft board* ‘призывная комиссия системы воинской повинности для отдельных граждан в США’).

Кроме того, значительное место в художественном мире произведения занимают реалии **системы образования** (*Dartmouth College* ‘Да́ртмутский колледж’, *CCNY* ‘Колледж университета города Нью-Йорк’, *West Point* ‘обиходное название Военной академии США, расположенной в Вест-Пойнте’), **театра и кино** (*Technicolor movie* ‘фильм, созданный с использованием технологии «Техниколор»’, *Capitol* ‘Кэпитол (крупный кинотеатр и концертный зал, располагавшийся на Бродвее в Нью-Йорке)’, *Nickelodeon* ‘тип ранних дешевых кинотеатров в США в начале XX века’), а также многочисленные топонимы (*Hell’s Kitchen* ‘Адская кухня (район в Манхэттене)’, *Mulberry Street* ‘Малберри-стрит (улица в Нижнем Манхэттене)’, *Broadway* ‘Бродвей’, *Corleone* ‘Корлеоне (город на Сицилии)’, формирующие пространственный и культурный фон произведения.

Особый интерес представляют реалии, связанные с **итало-американским криминальным сообществом**, поскольку именно они формируют художественный мир произведения. В исследовании проводится анализ таких единиц, как *Family* ‘мафиозная семья’, *Five Families* ‘пять крупнейших кланов итало-американской мафии в США’, *Moustache Pete* ‘дон старой школы (уничижительное выражение, которое применяют к сицилийцам первого поколения, приехавшим в США)’, *Black Hand* ‘форма вымогательства со стороны мафии’, *button man* ‘член мафиозной семьи, готовый выполнить любой приказ’, *Chicago Mafia* ‘чикагская мафия’, *underboss* ‘правая рука босса мафии’ и другие. Эти реалии отражают иерархию, нормы поведения и систему ценностей в мире мафии, а их перевод требует не только языковой, но и культурной адаптации.

Отдельно были рассмотрены **итальянизмы**, функционирующие в тексте как маркеры этнокультурной принадлежности персонажей. Среди них можно выделить **криминальные термины** (*consigliori* ‘правая рука босса мафии, советник «Семьи»’, *caporegime* ‘глава подразделения мафиозной семьи’, *omertà* ‘кодекс молчания’), **этнографические реалии** (*grappa* ‘граппа (алкогольный напиток)’, *tarantella* ‘тарантелла (народный итальянский танец)’, *taralles* ‘таралли (традиционная итальянская выпечка)’, **формы речевого этикета** (*paisan* ‘земляк’, *grazie* ‘спасибо’, *padrone* ‘хозяин, покровитель, также – патрон итальянских иммигрантов в США), а также **экспрессивно окрашенную лексику** (*gavone*

‘невоспитанный человек’, *disgrazia* ‘несчастье, беда’). Использование подобных единиц способствует созданию национального колорита и усиливает аутентичность художественного мира романа.

В отличие от традиционных классификаций, в настоящем исследовании реалии итало-американского криминального сообщества были выделены в самостоятельную тематическую группу. Это обусловлено тем, что мафиозная структура и система отношений внутри неё играют ключевую роль в романе и требуют отдельного лексико-семантического анализа.

Кроме того, в рамках анализа англоязычных реалий отдельно были выделены **военные реалии** (*Purple Heart* ‘Пурпурное сердце (военная медаль США)’, *Distinguished Service Cross* ‘крест «За выдающиеся заслуги»’) и **реалии спорта** (boccie ‘боччe (итальянская народная игра с мячом)’), которые в традиционных классификациях зачастую рассматриваются как составные элементы общественно-политических или социально-культурных реалий. Выделение данных групп в самостоятельные категории позволило более точно отразить тематическое разнообразие реалий в романе и обеспечить более детализированный лексико-семантический анализ исследуемого материала.

Таким образом, проведённое исследование подтверждает, что реалии являются важнейшими носителями национально-культурной информации и играют значительную роль в художественном тексте. Комплексный подход к их классификации позволяет более полно раскрыть специфику англоязычной художественной прозы и создаёт основу для дальнейшего изучения переводческих стратегий передачи реалий и иноязычных вкраплений.

Выявление и классификация реалий, представленных в романе Марио Пьюзо «Крёстный отец», создают основу для дальнейшего анализа способов их передачи в переводе. Поскольку реалии являются носителями национально-культурной информации и отражают специфику художественного мира произведения, особый интерес представляет исследование переводческих стратегий, используемых для сохранения их семантики, стилистической функции и культурного колорита в русскоязычных переводах романа.

Наибольший интерес, на наш взгляд, представляют реалии, относящиеся к итало-американскому криминальному сообществу, как ключевому элементу художественного мира романа. В исследовании сопоставляются переводы, выполненные М. И. Кан (1990 г.), С. Сычевой и И. Забелиным (совместный перевод, 1991 г.), И. Мансуровым (2002 г.), а также Молчановым (2024 г.).

Анализ реалии *Five Families* показывает различие в подходах переводчиков. Например, Кан использует описательный перевод (‘пять самых могущественных семейных кланов Нью-Йорка’), Сычева и Забелин – калькирование (‘пять нью-йоркских семей’) и адаптацию (‘Большая пятерка’), Мансуров сохраняет кальку с элементами конкретизации. Наиболее точным является перевод Молчанова – ‘Пять Семей’ с примечанием, позволяющим сохранить культурный контекст.

Сложности перевода ярко проявляются при передаче реалии *Moustache Pete*. Кан использует частеречную замену («отстал от жизни») и адаптацию («старая гвардия»), что ведет к утрате образности. Сычева и Забелин

также прибегают к частеречной замене и описательному переводу («придерживаться старых традиций»), а Мансуров предлагает вариант «старые зазнайки», усиливая экспрессивность, но смещая значение в сторону личностной характеристики. Наиболее удачным представляется решение Молчанова – «усатый Пит» с примечанием, позволяющим передать культурный подтекст.

При переводе реалии *Black Hand*, Кан дополняет его конкретизацией (‘банда «Черная рука»’), у Сычевой и Забелина в одном случае наблюдается замена (‘наглец’), а у Мансурова – опущение. Молчанов последовательно использует калькирование, при этом значение раскрывается авторским пояснением в тексте.

Различия в способах передачи особенно ярко проявляются при анализе переводов выражения *make one’s bones*, означающего ‘пройти боевое крещение и доказать принадлежность к мафиозному миру’. Кан использует модуляцию (‘показал, на что способен’), Сычева и Забелин – функциональный аналог (‘боевое крещение’), Мансуров – калькирование (‘сделал кости’). Наиболее точным представляется вариант Молчанова – ‘пройти боевое крещение’, сохраняющий семантику и контекстуальное значение выражения.

Особую трудность представляет реалия *button man*. Кан использует адаптацию (‘шестерка’), Сычева и Забелин – конкретизацию (‘телохранитель’), Мансуров – жаргонный аналог (‘гарпун’). Молчанов прибегает к эвфемистическому описанию (‘люди, которые решают вопросы’). Представляется возможным предложить вариант ‘член Семьи, готовый выполнить любой приказ’, который при наличии примечания более полно передает специфику данной реалии.

Идиоматическое выражение *go to the mattresses*, означающее ‘переход к открытому противостоянию между мафиоными семьями’, у Кан и Мансурова передается калькированием (‘залечь на тюфяки’, ‘отправиться на матрацы’), что сохраняет образность. Сычева и Забелин (‘лежачее положение’) и Молчанов (‘обустроить лежбище’) используют адаптацию, делая выражение понятнее, но ослабляя его метафоричность. Однако значение реалии дополнительно раскрывается авторским контекстом.

Реалия *soldier*, обозначающая ‘самого младшего члена мафиозного клана’, передается с потерями. Кан использует форму ‘солдатики’, снижая статус персонажа, Сычева, Забелин и Мансуров в ряде случаев опускают единицу, а Молчанов предлагает функциональный аналог ‘бойцы’, не полностью отражающий специфику мафиозной иерархии. В качестве возможного варианта перевода представляется возможным рассмотреть ‘рядовой мафии’, что позволяет сохранить иерархическую специфику реалии.

В тексте романа широко представлены итальянизмы, отражающие структуру и ценности мафиозного мира. В переводе М. И. Кан последовательно сохраняется оригинальная форма итальянизмов (‘consigliori’, ‘omertà’, ‘infamita’), что передает культурный колорит, но может затруднять понимание. Другие переводчики чаще используют транскрипцию (‘консильери’, ‘омерта’), адаптацию и описательный перевод (‘советник’, ‘позорное дело’), делая текст более доступным.

Реалии, связанные с иерархией мафии, также демонстрируют различие подходов. Кан сохраняет оригинальные формы (*caporegime*, *capo-mafioso*), тогда как

другие переводчики чаще используют транслитерацию (‘капореджиме’, ‘мафиозо’) или адаптацию (‘командир’, ‘главарь мафии’).

В ходе проведенного исследования установлено, что перевод реалий в романе Марио Пьюзо «Крестный отец» представляет собой сложную задачу, требующую учета культурной и семантической специфики. Анализ показал, что переводчики используют калькирование, транслитерацию, адаптацию, модуляцию, описательный перевод и опущение, а выбор стратегии зависит от контекста и функции реалии в тексте.

ЛИТЕРАТУРА

1. Puzo, M. The Godfather / M. Puzo. – London : Arrow Books, 2009. – 602 p.
2. Томахин, Г. Д. Реалии – американизмы. Пособие по страноведению: учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. – М. : Высш. школа, 1988 – 239 с.

В. В. САДЫКОВА
Научный руководитель:
Е. Г. Карапетова, заведующий кафедрой теории и практики перевода к.ф.н., доцент.

СТРУКТУРА ТЕРМИНОСИСТЕМЫ «АРХИТЕКТУРА»: ЗАВИСИМОСТЬ ЛЕКСИЧЕСКОГО СОСТАВА ОТ КОММУНИКАТИВНЫХ ЦЕЛЕЙ АВТОРА

Аннотация: в статье поднимается вопрос влияния дискурсивной задачи текста на выбор языковых средств. Гипотеза исследования основана на положении функциональной лингвистики о том, что семантика текста и его коммуникативная задача диктуют выбор терминологических средств автором.
Ключевые слова: реалия; архитектура; переводоведение; национально-культурный компонент; переводческие трансформации.

Исследование, лежащее в основе данной статьи, строится на гипотезе о том, что структура англоязычной терминосистемы «Архитектура» не является статичной; она трансформируется в зависимости от коммуникативных целей автора и историко-культурного контекста описываемого объекта. Данное предположение базируется на фундаментальном принципе функциональной лингвистики: семантика текста и его конкретная коммуникативная задача напрямую определяют набор терминов, выбираемых автором для употребления. Лексический состав текста не является случайным; он адаптируется под цели, которые ставит перед собой исследователь.

Объектом исследования выступает терминосистема архитектуры современного английского языка.

Цель работы заключалась в проведении сравнительного анализа способов словообразования и семантического наполнения архитектурной лексики и выявлении того, как дискурсивные задачи текста влияют на выбор языковых средств.

Для достижения поставленной цели ставятся следующие **задачи**:

1) формирование терминологической выборки: извлечение и систематизация узкоспециализированных терминов из текстов статей журналов *Architecture and Engineering* и *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*;

2) классификация терминов по способу образования: распределение терминов на группы: заимствования, словосложение, аффиксация и словосочетания;

3) количественный анализ: статистический анализ доли каждого способа словообразования для выявления доминирующих моделей в научном типе дискурса;

4) семантико-структурный анализ: исследование степени мотивированности значения термина его формой и выявление взаимосвязи между способом словообразования и функциональной нагрузкой лексемы (эстетической либо конструктивной).

В ходе исследования использовались следующие методы: метод сплошной выборки для извлечения терминологических единиц из текстов, компонентный анализ для определения способа образования каждого термина, статистический метод для подсчета частотности и процентного соотношения разных типов словообразования, контекстуальный анализ для выявления функций терминов и общеупотребительной лексики в тексте.

Архитектурная терминосистема английского языка характеризуется высокой степенью интеграции иноязычных элементов, что обусловлено историческим развитием европейской строительной традиции. Ядро данной системы составляют термины, обозначающие

устойчивые архитектурные формы и элементы классической архитектуры. Ключевой особенностью является ее неоднородность.

Исторически английская архитектурная лексика формировалась за счет заимствований из романских языков – латыни, французского и итальянского, что было напрямую связано с распространением античных и ренессансных традиций в Европе. Такие базовые понятия, как *façade*, *pediment*, *frieze* или *pilasters*, требуют от носителя языка либо специальной подготовки, либо понимания этимологии, так как их внутренняя форма для современного англоговорящего читателя остается «закрытой».

Второй важной чертой является функциональная дифференциация способов словообразования. В то время как заимствования чаще называют эстетические категории и декоративные элементы, новые или функционально-описательные понятия в современном английском языке стремятся к прозрачности, которая достигается путем словосложения . Термины вроде *dripstone*, *arched windows* или *monumental staircase* наглядно демонстрируют эту тенденцию: их значение легко декодируется через сумму смыслов составляющих их основ.

Первым этапом исследования стал отбор лексики, представляющей современный архитектурный дискурс. Материалом для анализа послужили статьи из научных журналов *Architecture and Engineering* и *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*.

Процесс формирования корпуса осуществлялся методом сплошной выборки с последующей фильтрацией единиц по критериям терминологичности. Из четырёх ключевых статей было извлечено 97 специализированных терминов, состав которых варьируется в зависимости от дискурсивной задачи каждого текста (список использованных статей приведен в списке литературы):

1. Статья №1 – 20 терминов [1].
2. Статья №2 – 20 терминов [2].
3. Статья №3 – 31 термин [3].
4. Статья №4 – 26 терминов [4].

Отобранные единицы были подвергнуты двухуровневой классификации для выявления семантико-функциональных и структурных характеристик.

В ходе семантико-функциональной классификации термины систематизированы по их функциональному назначению в тексте:

- *дескриптивные* термины описывают внешний облик и декор (*façade “фасад”, pilasters “пилястры”, dentils “дентикулы”, crenellation “мерлоны”, ogival pediments “стрельчатые фронтоны”*); - *конструктивные* термины обозначают структурные элементы здания (*integrity “целостность”, dome “купол”, gable roof “двускатная крыша”, brickwork “кирпичная кладка”*);

- *оценочно-экспертные* термины используются для аргументации ценности объекта (*spatial identity “пространственная идентичность”, degree of preservation “степень сохранности”, authenticity “аутентичность”*);

- *культурно-специфичные* термины сигнализируют о влиянии иных традиций (*preslica “преслица”, stupa “ступа”, suburgan “субурган”, Dharma wheel “колесо Дхармы”*).

Таким образом, сформированная выборка не является случайным набором лексем, а выступает упорядоченной системой, которая отражает разные уровни архитектурного знания от базовой терминологической формы до сложных междисциплинарных понятий.

На следующем этапе все отобранные термины были распределены по группам в зависимости от способа их образования: заимствования (borrowings), словосложение (compounding), аффиксация (affixation), устойчивые словосочетания (phrases).

Для реализации второй задачи исследования был проведен структурный анализ, позволивший классифицировать отобранную терминологию по четырем основным способам словообразования.

Заимствование (Borrowing)

Заимствования составляют ядро терминосистемы во всех проанализированных статьях (их доля варьируется от 50% до 71% в зависимости от текста). В эту группу входят лексемы латинского, французского и итальянского происхождения, обозначающие устойчивые архитектурные формы и элементы классической архитектуры: эстетические доминанты: *façad pediment "фронтон", pilasters, cornice "карниз"* ; культовые элементы: *apse "апсида", cupola "купол", iconostasis "иконостас", narthex "иконостас"* .

Лингвистическая особенность этой группы – «закрытая» внутренняя форма, требующая от читателя знания этимологии.

Словосложение (Compounding)

Словосложение является хорошим способом для создания функционально-конструктивных терминов. В проанализированных материалах их доля варьируется от 4% до 31%. Основная черта таких терминов – семантическая прозрачность. Ср.: пространственно-конструктивные обозначения: *bell tower "колокольня", gable roof, arched windows "арочные окна"* .

Данные единицы точно фиксируют форму, расположение или тип элемента, выступая базовыми дескрипторами в описательных частях статей. Как правило, это модели Noun + Noun или Participle + Noun, где первый компонент уточняет характеристику второго.

Словосложение, например, используется для именования инженерно-функциональных деталей: *dripstone "слезник", subwalls "подпорные стены"*. В таких терминах первый компонент обычно указывает на функцию, действие или местоположение, а второй – на материал или конструктивный узел. Это обеспечивает максимальную точность технического описания при минимальной терминологической нагрузке.

Использование сложных слов позволяет авторам описывать технические детали, делая их понятными для аудитории, занимающейся междисциплинарными изысканиями.

Аффиксация (Affixation)

Несмотря на относительно невысокий количественный показатель (от 3% до 19%), аффиксация играет ключевую роль в категоризации и периодизации архитектурных явлений. Основными инструментами здесь выступают суффиксы:

- формирование стилей (-ism): *constructivism "конструктивизм", eclecticism "эклектизм" , historicism "историзм";*

- создание абстрактных категорий (-ity, -ation): *authenticity "аутентичность", rustication "рустовка"*.

Такие термины позволяют автору переходить от описания внешнего облика к формулированию экспертных оценок и идеологических концепций.

Терминологические словосочетания (Phrases)

Данная группа наиболее активно представлена в статьях, посвященных культурному наследию и региональным особенностям (до 29% в статьях о Сибири). Словосочетания позволяют давать комплексные характеристики объектам:

- региональные феномены: *Siberian baroque "Сибирское барокко", Naryshkin baroque "Нарышкинское барокко"*;

- экспертные оценки: *spatial identity, monumental staircase "парадная лестница"*.

- материально-техническая база: *log church "бревенчатая церковь", ornamental brickwork "декоративная кирпичная кладка"*.

Третьим этапом исследования стал статистический анализ доли каждого способа словообразования, который

позволил выявить доминирующие лингвистические модели в различных типах архитектурного дискурса.

Анализ подтвердил, что выбор структурной модели не является случайным, а жестко детерминирован коммуникативной задачей автора.

Основные количественные закономерности:

1. Эстетическое описание (Статья №1, Львов)

Характеризуется абсолютным доминированием заимствований (71%). Для описания декора и визуального облика автор использует устоявшуюся терминологию романского происхождения (*façade, pediment, pilasters*), которая обеспечивает точную и общепринятую номинацию классических архитектурных форм.

2. Экспертная оценка (Статья №2, Никшич)

Демонстрирует резкий рост доли терминологических словосочетаний (47%) и словосложений. Необходимость формулировать реставрационные критерии и описывать инженерные особенности (*subwalls, degree of preservation*) требует гибких, многокомпонентных конструкций, способных передавать сложные оценочные и технические смыслы.

3. Культурный трансфер (Статья №3, Сибирь)

Выявляет высокую долю сложных словосочетаний (29%) и уникальных культурно-маркированных заимствований. Для доказательства восточного влияния автор вводит гибридные конструкции (*Siberian baroque, Dharma wheel*) и локальные маркеры (*stupa, suburgan*), которые сохраняют смысловые нюансы, недоступные стандартным европейским терминам.

4. Историческая периодизация (Статья №4, Урал)

Показывает значительное увеличение доли аффиксации (19%). При анализе широкого хронологического диапазона автор активно использует суффиксальные образования (*constructivism, eclecticism, historicism*) для номинации целых стилевых эпох и архитектурных идеологий.

На последнем этапе нами проведен семантико-структурный анализ корреляции формы и функции термина в контексте.

Исследование степени мотивированности значения термина его формой выявило устойчивую взаимосвязь между способом словообразования и функциональной нагрузкой лексемы.

Так, были выявлены следующие закономерности:

1. Семантика заимствований не всегда эксплицитна. Термины вроде *façade, pediment, iconostasis* обладают низкой внутренней прозрачностью. Их значение не выводится из формы, что требует от читателя профессиональной подготовки. Эта «непрозрачность» выполняет функцию социального маркера, подчеркивая академический статус текста и принадлежность автора к профессиональному сообществу. Такие термины преимущественно несут эстетическую и стилевую нагрузку.

2. Словосложения, напротив, обладают «прозрачной» семантикой. Композиты (*bell tower, dripstone, gable roof*) характеризуются высокой мотивированностью, их значение складывается из значений компонентов. Это делает их идеальным инструментом для описания конструктивных и функциональных элементов, обеспечивая доступность текста для аудитории.

На основе проведенного сравнительного анализа 97 терминов предметной области «Архитектура», отобранных из статей из журналов *Architecture and Engineering* и *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences* можно подвести итоги исследования. Основная гипотеза работы о том, что структура архитектурной терминосистемы не является статичной и напрямую зависит от коммуникативной задачи автора, полностью подтвердилась.

Оправдалось предположение о том, что ядро английской архитектурной лексики составляют заимствования из романских языков (50–71%). Они остаются незаменимыми при описании классических форм и стилей, обеспечивая связь с европейской архитектурной традицией. Заимствования чаще обозначают эстетические категории с «закрытой» этимологией, тогда как словосложения служат для описания конкретных конструктивных элементов благодаря своей семантической прозрачности.

Четко прослеживается адаптация лексики под цель текста: максимум заимствований при описании стиля (Львов), рост оценочных словосочетаний в ходе архитектурной экспертизы (Никшич), введение локальных маркеров при анализе культурного влияния (Сибирь).

ЛИТЕРАТУРА

1. Bojković V. New Jewish Style in Lviv Architecture: The Historic Transformation in the Urban Space // Architecture and Engineering. – 2020. – Vol. 5, Issue 4.
2. Bojković V. Characteristics and Significance of the Work of Russian Architects in the City of Nikšić in Montenegro, the End of the 19th and the First Half of the 20th Century // Architecture and Engineering. – 2023. – Vol. 8, Issue 4.
3. Brumfield W. C. Eastern Motifs in the Ornamentation of Eighteenth-Century Siberian Church Architecture // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. – 2016. – Vol. 9.
4. Brumfield W. C. Gateway to Siberia: the Architectural Heritage of Verkhoturye and Ekaterinburg // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. – 2017. – Vol. 10, Issue 5.

Студенческое научное объединение
«Лингвокультурологические апекты лексики»
Руководитель: А. М. Дудина

П. В. ЧЕРНИКОВА
Научный руководитель:
А. М. Дудина, заведующий кафедрой теории и практики испанского и французского языков к.ф.н., доцент.

ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ГЕНДЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ В МАССМЕДИЙНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА)

Аннотация: в статье рассматриваются механизмы реализации гендерных стереотипов во французских СМИ при характеристике мужчин и женщин-политиков. Анализ показывает, что в массмедийном дискурсе женщинам и мужчинам политикам присваиваются разные идентичность и компетенции, что способствует устойчивому восприятию политики как преимущественно мужской сферы деятельности.
Ключевые слова: гендерные стереотипы, французский политический дискурс, политический деятель, идентичность, компетенции.

ИНТЕРЕС к изучению гендерных стереотипов возник в западной социологии в 1970-е годы и остается актуальным до сих пор. Гендерные стереотипы – это устоявшиеся представления о качествах, поведении и ролях мужчин и женщин. Они навязывают разную норму поведения, убеждений и интересов каждому гендеру, укрепляя таким образом социальную структуру и потребность следовать общепринятым стандартам.

Лексические средства, используемые в медийных текстах политической тематики, отражают существующие социальные нормы и активно влияют на восприятие гендера читателями. Объектом настоящего исследования явились представленные на страницах современных французских медийных изданий гендерные стереотипы, связанные с действующим президентом Франции Эммануэлем Макроном и бывшим президентом Николя Саркози, а также экс-министром культуры Рашидой Дати и экс-министром экологии и устойчивого развития Сеголен Руаяль. Материалом исследования послужили статьи политической тематики из французских медийных изданий, таких как *TF1Info*, *Le Figaro*, *Revue Politique*, *Le Parisien* и др. за период с июня 2020 по май 2025 года.

За основу в настоящем исследовании взята классификация гендерных стереотипов, разработанная К. Уэстом и Д. Зиммерманом:

- группа 1: стереотипы закрепления семейных и профессиональных ролей в соответствии с полом (мужчины ассоциируются с профессиональной сферой, женщины – с семейной);
- группа 2: стереотипы, связанные с различиями в содержании труда и видах профессиональной деятельности (мужчинам приписывается инструментальная, а женщинам – экспрессивная роль);
- группа 3: *стереотипы маскулинности-фемининности,* в соответствии с которыми мужчинам и женщинам приписываются вполне определенные психологические качества и свойства личности [1].

Обратимся к примеру: *L'attitude de Ségolène Royal est présentée, dans un énoncé négatif, comme le contraire de celle des «*

éléphants » (« Elle n'a pas d'œillères, ne donne pas le sentiment de détenir la vérité absolue »), ou bien dans un énoncé comparatif, en référence à eux («Elle est plus ouverte, moins sclérosée que le reste du PS»). Cette construction est souvent relevée dans la représentation des femmes politiques : elles sont qualifiées par rapport aux hommes. On retrouve ces comparatifs dans ce propos décrivant Ségolène Royal comme « plus à l'écoute, pragmatique, consensuelle » 'Поведение Сеголен Руаяль представлено в негативном ключе, как противоположное поведению «слонов» («Она не смотрит на вещи узко, не создает впечатления, будто является носителем абсолютной истины»), либо в сравнительной форме («Она более открыта, менее закостенела, чем остальные представители Социалистической партии»)' [4]. В данном высказывании действия С. Руаяль оцениваются сквозь призму действий в аналогичных обстоятельствах политиков-мужчин. Он иллюстрирует стереотипы третьей группы предложенной выше классификации, а также частично – стереотипы второй группы (поскольку политика традиционно воспринимается как удел мужчин). Автор подчеркивает фемининные черты С. Руаяль – эмпатию, стремлением к консенсусу. Используемые лексические единицы и сравнительные конструкции призваны подчеркнуть зависимость оценки женщины от мужского эталона, тем самым противопоставляя маскулинность и фемининность в профессиональной политической сфере.

Проанализируем другой отрывок: *Pour Yves Derai, Rachida Dati possède au moins une qualité nécessaire pour faire de la politique, « elle a une carapace à toute épreuve. C'est une brindille qui ne casse pas » (…) Surexposée, Rachida Dati est raillée, huée, vilipendée. La princesse beurette en robe Dior devient presque une erreur de casting. Ceux-là même qui l'avaient béatifiée déboulonnent sa statue. La préférée du monarque tombe en disgrâce* 'По мнению Ива Дере, Рашида Дати обладает по крайней мере одним качеством, необходимым для занятия политикой: «У неё неуязвимая броня. Она – несгибаемая тростинка». (…) Чересчур выставленная напоказ, Рашида Дати подвергается насмешкам, освистыванию, порицанию. Арабская принцесса в платье от Диор становится почти ошибкой кастинга. Те же, кто ранее возводил ее в культ, свергают ее с пьедестала. Любимица монарха впадает в немилость' [5]. В данном фрагменте стереотипы маскулинности и фемининности иллюстрируются посредством метафор *avoir une carapace à toute épreuve* и *c'est une brindille*, которые противопоставляют внешнюю хрупкость внутренней силе, подчёркивая необходимость сочетания «женской» уязвимости и «мужской» стойкости для успешной деятельности в политике. В то же время данный пример отражает стереотипы семейных и профессиональных ролей, которые акцентируют зависимость женщины от мужчины, её уязвимость в профессиональной сфере.

Рассмотрим примеры, в которых характеризуется деятельность мужчин-политиков. *Emmanuel Macron « tape du poing sur la table ». Il est « furieux », « sort de ses gonds », « passe un savon » ou « part en toupie ». Si Emmanuel Macron était une femme, on dirait de lui qu'il est hystérique. Mais comme c'est le président de la République française, on parle de « foudre jupitérienne* 'Эммануэль Макрон «бьёт кулаком по столу». Он «в ярости», он «выходит из себя», «устраивает разнос» или «впадает в бешенство». Если бы Эммануэль Макрон был женщиной, его назвали бы истеричным. Но поскольку он президент Французской Республики, говорят о «гневе Юпитера»' [3], – приведенный отрывок иллюстрирует типичный гендерный стереотип,

связанный с маскулинностью и фемининностью, входящий в третью группу классификации К. Уэста и Д. Зиммермана. Ключевым моментом является диаметрально противоположное восприятие одних и тех же эмоций у женщины и мужчины. Налицо двойной стандарт: эмоциональная экспрессивность у мужчины интерпретируется как мощь, энергия, власть (маскулинные качества), в то же время у женщины они воспринимаются как истерия, слабость или неадекватность.

À quelles conditions pouvons-nous parler de «masculinité mascarade»? (…) La norme de masculinité investie par Sarkozy (…) peut ainsi être définie comme une mascarade, une performance sexuelle, qui valide le dispositif normatif dominant de genre, de sexualité, de couleur et de classe. Définie ainsi, la virilité politique, incarnée par Nicolas Sarkozy, peut passer pour un capital toujours déjà là : comme une identité corporelle naturalisée, essentialisée ‘При каких условиях мы можем говорить о «маскулинности-маскараде»? Норма маскулинности, воплощаемая Саркози, может быть определена как маскарад, сексуальное представление, подтверждающее доминирующую нормативную систему гендера, сексуальности, цвета кожи и класса. В таком понимании политическая мужественность, воплощенная Николя Саркози, может рассматриваться как изначально заданный капитал, как натурализованная, эссенциализированная телесная идентичность’ [2]. В приведенном отрывке реализован стереотип третьей группы. Следует отметить, что «маскулинность-маскарад» подразумевает своего рода перформанс, игру, в которой стереотипное поведение мужчин подкрепляется социальными и культурными практиками.

Результаты анализа корпуса из 96 высказываний, отобранных методом сплошной выборки из различных французских СМИ, представлены в следующей таблице:

Таблица 1. – Соотношение гендерных стереотипов во французских СМИ

Группа стереотипов	Стереотипы о мужчинах (51 высказывание)	Стереотипы о женщинах (45 высказываний)	Итоговый процент, %
Маскулинность-фемининность	74,5% (38 высказываний)	31,1% (14 высказываний)	54,17% (52 высказывания)
Различия в профессиональной деятельности	21,6% (11 высказываний)	53,3% (24 высказывания)	36,45% (35 высказываний)
Семейные и профессиональные роли	3,9% (2 высказывания)	15,6% (7 высказываний)	9,38% (9 высказываний)

Таким образом, анализ гендерных стереотипов в политическом дискурсе показал, что они проявляются через специфические лексические и стилистические средства, которые отражают традиционные представления о мужских и женских ролях. В высказываниях, характеризующих действия мужчин-политиков, преобладает лексика, связанная с семантикой власти, доминирования, что реализуется посредством сочетаний *masculinité hégémonique* ‘гегемонная маскулинность’, *leadership dominateur* ‘властное лидерство’. Кроме того, частотными являются метафоры силы и агрессии

(*images belliqueuses viriles* ‘мужественные воинственные образы’), которые усиливают представление о мужчинах как о доминирующей в обществе силе.

В высказываниях о женщинах-политиках преобладает лексика, акцентирующая внимание на их эмоциональности, внешнем облике, традиционной социальной роли. Стереотипное представление транслируется посредством эпитетов и метафор (*femme fatale* ‘роковая женщина’, *grenade dégoupillée* ‘женщина-граната’), подчёркивается уязвимость и слабость женщин, «недостаточно подготовленных» к власти (*incompétence féminine* ‘женская некомпетентность’). Тем самым создается образ женщины сильной и уязвимой одновременно, но всегда ограниченной социальными ожиданиями.

Проведенное исследование демонстрирует, что в политическом дискурсе мужской гендер всегда ассоциируется с властью, силой и доминированием, тогда как женский гендер связывается с эмоциональностью, ограничиваясь социальной ролью матери и хранительницы домашнего очага.

ЛИТЕРАТУРА

1. Уэст, К., Зиммерман, Д. Создание гендера (doing gender) / К. Уэст, Д. Зиммерман // Гендерные тетради. – 1997. – Вып. 1. – С. 107–109.
2. Achin C., Dorlin E. Nicolas Sarkozy ou la masculinité mascarade du Président // Raisons politiques. – 2008. – № 31. – С. 19-45.
3. Emmanuel Macron, un président très colérique (dans les médias) / Pauline Bock. – 13.12.2022. – [Электронный ресурс]. – URL: https://www.arretsurimages.net/articles/emmanuel-macron-un-president-tres-colerique-dans-les-medias (дата обращения: 14.04.2026).
4. Olivesi A. La parole profane dans les médias ou les ambiguïtés du discours sur le genre // Mots. Les langages du politique – 2009. – № 90. – [Электронный ресурс]. – URL: http://journals.openedition.org/mots/19081 (дата обращения: 17.04.2026).
5. Rachida Dati, la femme fatale de l’UMP / Bondy Blog. – 30.10.2011. – URL: https://www.bondyblog.fr/politique/rachida-dati-la-femme-fatale-de-lump/ (дата обращения: 25.03.2026).
6. «Un peu homme, un peu femme», mais il n’assume rien: qui est vraiment Emmanuel Macron? / Tarik Qattab. – [Электронный ресурс]. – URL: https://fr.le360.ma/monde/un-peu-homme-un-peu-femme-mais-il-nassume-rien-qui-est-vraiment-emmanuel-macron_FWLSIUMUQVBIBCQHFWD5GUHB24/ (дата обращения: 21.04.2026).
7. «Vache folle», «Incontrôlable», «Mais qui va garder les enfants ?» : Ségolène Royal raconte 30 ans d'attaques sexistes / Mathilde Roche. – 31.10.2018. – URL: https://www.tf1info.fr/politique/vache-folle-incontrolable-mais-qui-va-garder-les-enfants-segolene-roy-denonce-les-attaques-sexistes-qu-elle-a-subies-2103100.html (дата обращения: 19.04.2026).

Студенческое научное объединение
«Французская литература: традиции и современность»
Руководитель: И. В. Даниленко

М. С. ГРАДОБОЕВА
Научный руководитель:
Л. А. Шабашёва, доцент кафедры теории и практики испанского и французского языков к.ф.н., доцент.

АЛЕН РОБ-ГРИЙЕ – СЦЕНАРИСТ, КИНОРЕЖИССЁР И АКТЁР

Аннотация: в статье рассматривается литературно-кинематографическая деятельность Алена Роб-Грийе, одного из основоположников «нового романа». Анализируется перенос ключевых принципов его поэтики (отказ от линейного сюжета, «шозизм», серийные повторы, деконструкция хронотопа) в сценарное и режиссёрское творчество. Особое внимание уделяется актёрскому опыту писателя как жесту стирания границ между автором и созданным им миром.
Ключевые слова: Ален Роб-Грийе; новый роман; кинороман; шозизм; порождающая таблица; деконструкция сюжета и хонотопа; кинематографическое мышление; открытое повествование; серийные повторы.

ЗАНЯВ уникальное положение в истории французской литературы XX века Ален Роб-Грийе стал одним из главных идеологов «нового романа», перевернувшего представления о повествовательных возможностях прозы. Писатель не ограничился, однако, литературными изысканиями, он перенес свои художественные принципы в кинематографический, визуальный язык, балансирующий на границе между словом и изображением. Этот литературно-кинематографический аспект творчества Роб-Грийе-сценариста, а также актёра, дополняет и раскрывает его индивидуальность.

Ранние романы Роб-Грийе уже демонстрировали «кинематографическое мышление» («Le Voyeur» (1955), «Dans le labyrinthe» (1959). В собственных сценариях писатель напрямую применил свои принципы к экранному искусству. В 1961 году вышел фильм Алена Рене «L'année dernière à Marienbad» по сценарию Роб-Грийе, получивший «Золотого льва» в Венеции. В этой работе проявились ключевые принципы поэтики «нового романа», перенесённые на экран, — отказ от линейного сюжета, смешение временных пластов и намеренная неопределённость. В основе взаимодействия Рене и Роб-Грийе лежит изначальное сходство художественных целей и методов. Например, Рене в своём в фильме «Hiroshima mon amour» исследовал память и травматическое влияние произошедших событий, а Роб-Грийе разработал в прозе технику ненадёжного рассказчика и технику серийных повторов одних и тех же пространственных деталей, жестов, предметов и мизансцен. Данное сотрудничество привело к появлению «кинематографического романа», жанра, в котором текст сценария существует как самостоятельное литературное произведение, не иллюстрирующее фильм, а конкурирующее с ним на равных, а также к популяризации открытого повествования, то есть порождения множества интерпретаций, ни одна из которых не может быть признана окончательной. Кинематографический метод (отказ от описания чувств, внутренних монологов, мотивов поступков), серийные повторы, пространство лабиринта) автор перенёс на бумагу, тем самым создав текст, который не описывает фильм, а конкурирует с ним. Текст воспроизводит в воображении читателя тот же визуально-акустический опыт, что и фильм — без камеры, но с той же точностью.

Позднее, начав самостоятельную режиссёрскую карьеру, Роб-Грийе продолжил развивать эти принципы. Его

фильм «Trans-Europ-Express» (1966) представляет собой своеобразную игру с жанром нуара: три кинематографиста в поезде придумывают сюжет, который тут же разыгрывается на экране, — и вскоре реальность и вымысел перестают быть различимы. В «L'Homme qui ment» (1968) центральный герой — персонаж, чьи показания о прошлом непрерывно противоречат друг другу. В результате зритель не может установить, где правда, а где выдумка. Далее в «L'Eden et après» (1970) Роб-Грийе активно использовал принципы случайности и импровизации. Сценарий во многом рождался из коллективных актёрских игр, а затем этот же материал был перемонтирован в совершенно иной фильм «N. a pris les dés…», где знакомые сцены приобрели новое значение.

В основе сценарного метода Роб-Грийе лежало то, что он называл «le tableau générateur» — «порождающая таблица». Это комбинаторная игра с ограниченным набором образов и звуков, которые перестраиваются в сериях, создавая сложную структуру, которая на уровне восприятия ощущается как хаос. Сценарии строятся не из последовательности событий (сюжета), а из ограниченного количества образов, чьи перестановки создают иллюзию множественности реальности. Как известно, Роб-Грийе сознательно стремился к деконструкции сюжета, оказывая сопротивление читательскому или зрительскому желанию найти «логику». В своих произведениях он отвергал линейную нарративную структуру, основанную на хронологической последовательности событий и причинно-следственных связях. Хронотоп его сценариев — своеобразный лабиринт, где время и пространство существуют только в сознании, без причинно-следственных связей и хронологии.

Текст сценария стал у Роб-Грийе самостоятельным литературным жан-ром. Он насыщал сценарии детальными визуальными и акустическими указаниями — от геометрии аллей до фактуры гравия. Таким способом писатель создал принципиально новый жанр, в котором литературный текст и кинопроизведение сосуществуют как две равноправные версии одного художественного замысла, обращённые к разным уровням восприятия.

Язык сценариев Роб-Грийе не является психологической прозой. Он похож на чертёж или архитектурный проект, хотя и достаточно поэтичный. Его интересует только поверхность вещей, не глубина. В сценариях можно заметить большое количество повторов. Если в «La Jalousie» читатель догадывался о ревности мужа благодаря возвращению к одним и тем же деталям, то в сценариях этот принцип материализуется через физическое движение камеры. Это многократные возвраты к одной и той же мизансцене, каждый раз с едва заметными вариациями, которые создают ритм, действующий на подсознание зрителя сильнее, чем диалоги. Например, в «L'année dernière à Marienbad» коридоры, статуи без рук и два кресла повторя-ются с монотонной навязчивостью — пространство становится ловушкой памяти.

Принцип «шозизма» (освобождения вещи от метафор) также характерный для сценариев Роб-Грийе, лёг в основу его режиссёрских решений. Кинокамера по своей природе способна показать предмет как простую данность, без объяснений. В таких фильмах как «L'Immortelle» (1963) или «La Belle Captive» (1983) вещи обретают автономию. Например, блюдце с чашкой, статуя, ботинок на первом плане существуют в кадре так долго, что начинают значить больше, чем лица актёров. Предмет обретает такую силу присутствия, какой, как замечает сам автор, «никогда не имеет в соответствующем письменном тексте».

Сценарии Роб-Грийе характеризуются особенной строгостью. Создавая иллюзию хаоса, он использует почти математическую логику. Сценарии строятся по принципу перегруппировки.

Текст Роб-Грийе воспроизводит работу холодного, отстранённого рассудка, который фиксирует только внешние стимулы. В этом случае, строгие описания нужны автору, чтобы очистить предметы от навязанных им чувств. В результате главный герой перестаёт быть центральной фигурой в произведении.

Будучи прежде всего писателем и режиссёром, Роб-Грийе несколько раз появлялся на экране — и эти появления всегда были знаковыми. Первое заметное появление состоялось в его же фильме «Trans-Europ-Express» (1966), в которой он сыграл самого себя: одного из кинематографистов, который вместе с коллегами придумывает в поезде сценарий. Это появление стало визуальным воплощением ключевого принципа его поэтики — игры с границей между вымыслом и реальностью, создателем и творением. Автор вторгается в ткань фильма, напоминая зрителю об условности происходящего.

В фильме «Glissements progressifs du plaisir» (1974) он появился в эпизодической роли «прохожего на улице». Как и в случае с «Trans-Europ-Express», это появление было сознательным. Роб-Грийе помещал себя в мир своих образов, разрушая четвёртую стену, т.е. границу между произведением и зрителем.

Наиболее значимое актёрское появление писателя случилось , когда он снялся у чилийского режиссёра Рауля Руиса в фильме «Le Temps retrouvé» (1999) по роману Пруста «À la recherche du temps perdu». Он сыграл одного из братьев Гонкур, что стало не просто актёрской работой, но и своего рода символическим жестом: автор, отрицавший бальзаковскую модель романа, встречается с прустовской рефлексией о памяти.

Характерно, что в своих интервью А. Роб-Грийе неизменно отказывался выбирать между литературой и кино. Литература для него была актом творения одинокого писателя, а кино — совместным действием, взаимодействием с актёрами, съёмочной группой. Именно его появления в фильмах («Trans-Europ-Express», «Jeune cinéma», документальных проектах) стали материальным свидетельством принадлежности автора к создаваемому им же миру. Роб-Грийе был участником своего творчества, частью той новой реальности, которую сам же и изобрёл.

Таким образом, Ален Роб-Грийе создал уникальную эстетическую систему, в которой литература и кино существуют на равных, а сценарий превратился в самостоятельный жанр — кинороман. Отказавшись от психологии, линейного сюжета и причинно-следственных связей, он сместил человека с центральной позиции, выдвинув вещи и пространство в главные элементы повествования. Его собственные появления на экране стали материальным знаком принципа, согласно которому автор не возвышается над созданным миром, а существует внутри него.

ЛИТЕРАТУРА

1. Корсакова, С. 100 лет Алену Роб-Грийе. Кто это и что в нем «нового»? / С. Косакова // Год литературы. – 2022. – URL: https://godliteratury.ru/articles/2022/08/18/100-let-alenu-rob-grije-kto-eto-i-chto-v-nem-novogo (дата обращения: 15.05.2026).
2. Роб-Грийе, Ален // РУВИКИ : [сайт.] – 2025. – URL: https://ru.ruwiki.ru/wiki/%D0%A0%D0%BE%D0%B1-%D0%93%D1%80%D0%B8%D0%B9%D0%B5,_%D0%90%D0%BB%D0%B5%D0%BD (дата обращения: 16.05.2026)
3. Geerts, R. Alain Robbe-Grillet. Screenwriting as the creation of complex systems out of the slippages of order and disorder / R. Geerts // Vrije Universiteit Brussel. – 2019. – URL: https://researchportal.vub.be/nl/activities/alain-robbe-grillet-screenwriting-as-the-creation-of-complex-syst/ (дата обращения: 10.05.2026).

С. А. СИМОНОВИЧ
Научный руководитель:
И. В. Даниленко, доцент кафедры теории и практики испанского и французского языков к.ф.н.

ТРАНСФОРМАЦИЯ МИФА ОБ ЭДИПА НА СЦЕНЕ И НА ЭКРАНЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКОЙ ДРАМАТУРГИИ XX ВЕКА И ФИЛЬМА «ФРАНКЕНШТЕЙН» Г. ДЕЛЬ ТОРО)

Аннотация: статья посвящена рецепции мифа об Эдипе на примере двух драматических произведений французских авторов («Царь Эдип» А. Жида, «Адская машина» Ж. Кокто) и художественного фильма Г. дель Торо «Франкенштейн» (2025). Анализируются особенности трансформации драматургического материала мифа об Эдипе на киноязык. В драматургии выявляются две основные тенденции в трактовке судьбы и вины: рационалистически-этическая (А. Жид) и иррационально-эстетизированная (Ж. Кокто). В фильме Г. дель Торо акцент переносится на визуализацию психоаналитического конфликта, смещение фокуса с фигуры отца на проблему травмы, сепарации и становления родителем.
Ключевые слова: миф об Эдипе; эдипов комплекс; рецепция античного мифа; французская драматургия; Жан Кокто; Андре Жид; Гильермо дель Торо; «Франкенштейн»; психоанализ в кино; травма; фигура отца; визуальная репрезентация бессознательного.

МИФ об Эдипе на протяжении более двух тысяч лет служит не только сюжетной основой для многочисленных произведений, но и является инструментом философской, психоаналитической и художественной рефлексии. В XX веке, благодаря работам З. Фрейда и его последователей эдипов комплекс превратился из литературного мотива в универсальную модель объяснения человеческих желаний, конфликтов и травм. Особый интерес представляет то, как этот психоаналитический концепт осваивается в театре, и в кинематографе.

Объектом настоящего исследования выступает художественная рецепция эдипова комплекса во французской драматургии первой половины XX века и в киноискусстве XXI века. Предметом исследования являются способы репрезентации эдипального конфликта (словесные, визуальные, монтажные) и их трансформация при переходе от сцены к экрану.

Материалом служат пьесы Андре Жида «Царь Эдип» (1931) и Жана Кокто «Адская машина» (1934), а также фильм Гильермо дель Торо «Франкенштейн» (2025).

Цель исследования – проследить, как меняется художественная рецепция эдипова комплекса в условиях интерсемиотической трансформации, определить, какие смысловые акценты выходят на первый план в каждом случае и как они характеризуют культурное самосознание своего времени.

Андре Жид и Жан Кокто, обратившись к мифу об Эдипе в 1930-е годы, предложили две принципиально разные модели взаимодействия человека с судьбой.

Андре Жид последовательно смещает акцент с божественного предопределения на нравственную ответственность. Ключевым для Жида становится момент осознанного принятия своей участи. Героизм, по Жиду, заключается не в победе над богами, а в стойком принятии их предначертания, в готовности дойти до конца ниспосланного пути, тем самым духовно обезоружив враждебные силы. Судьба у Жида превращается в инструмент самопознания. Его Эдип не просто страдает от открывшейся правды, а решает её осмыслить.

Кульминационный момент наступает не в сцене узнавания, а в тот миг, когда герой отказывается оправдывать себя неведением. Здесь важен именно факт осознания вины. Эдип говорит Тирезию: «J’admire que cette proposition de repentance vienne de toi, qui précisément

crois que les dieux nous mènent et qu'il n'était pas en mon pouvoir d'échapper à ma destinée… C'est volontiers que je m'immole[2] » [1, c.120]. Таким образом, судьба перестаёт быть внешней силой и становится внутренним переживанием, результатом нравственного выбора. Эдип у Андре Жида – это человек, который через вину приходит к свободе, а через страдание – к знанию о себе.

Самоослепление героя становится не актом отчаяния, а символическим жестом отказа от внешнего, иллюзорного знания ради внутреннего прозрения. Как подчёркивает Жид, человек должен потерять зрение для внешнего мира, чтобы обрести подлинную суть. Выбирая путь изгнанника, он не испытывает злости и жажды мести, он принял все, что и ним произошло и тем самым освободился. Покидая город и свой народ, он произносит: «Quels qu'ils soient, ce sont des hommes. Au prix de ma souffrance, il m'est doux de leur apporter du bonheur[3] » [1, c.125]. Таким образом, этот уход не бегство, а логичное завершение выбранного пути и форма морального очищения через страдание, которое он сам себе назначил.

Противоположную стратегию избирает Жан Кокто в «Адской машине». Само название пьесы задаёт метафору, работающую на протяжении всего действия: судьба – это безличный, безжалостный механизм, запущенный богами, «une des plus parfaites machines construites par les dieux infernaux pour l'anéantissement mathématique d'un mortel[4]» [2, c.11]. Кокто не столькь анализирует психологию героев, сколько эстетизирует сам процесс неумолимого движения рока. Для этого он использует приёмы, близкие сюрреализму и логике сновидений. Например, Иокаста, мать главного героя, постоянно наступает на шарф, на котором в финале повесится, и сама намекает на этот финал: «Et les escaliers me détestent. Les escaliers, les agrafes, les écharpes. Oui! Oui! ils me détestent! Ils veulent ma mort[5]» [2, c.41]. Фразы персонажей помимо их воли оказываются пророческими.

Кокто выводит Иокасту в ряд главных героев, он прорабатывает личные взаимоотношения с матерью и концентрируется на «эдиповом комплексе». Мотивы инцеста у него исследуются гораздо глубже, чем у Жида, у которого это скорее несчастная случайность. Иокаста сознательно скрывает правду и часто высказывает явное инцестуальное желание: «Est-il plus doux ménage, ménage plus doux et plus cruel, ménage plus fier de soi, que ce couple d'un fils et d'une mère jeune?[6]» [2, c.24]. Данное высказывание готовит нас к сцене пьесы, в которой она осознает, что Эдип – её сын, но это не останавливает её.

В отличие от Жида, Кокто не предлагает этического выхода. Его Эдип не рефлексирует, а страдает. В финале пьесы голос за кулисами сообщает: «Après les faux bonheurs, le roi va connaître le vrai malheur, le vrai sacre, qui fait, de ce roi de jeux de cartes entre les mains des dieux cruels, enfin, un homme[7] » [2, c.112]. «Адская машина» работает не на уровне

[2] «Я восхищаюсь этим предложением раскаяться, идущим от тебя, когда именно ты считаешь, что боги нас ведут и что избрать судьбу было не в моей власти… Я охотно отдаю себя на заклание» [4, c.194]

[3] «Кто бы они ни были – это люди. Мне сладостно ценой своих страданий дать им счастье» [4, c.196]

[4] «адский механизм машины, самой совершенной, созданной подземными богами для математически точного уничтожения смертных» [6, c.119]

[5] Ступени меня ненавидят. Ступени, булавки, шарфы. Да! Да! Они ненавидят меня! Хотят меня убить [3, c.147]

[6] «Найдите мне союз нежнее, нежнее и беспощаднее, найдите пару горделивее, чем сын и молодая мать» [3, c.145]

[7] «Вслед за ложным счастьем, царь познает подлинное горе, подлинное помазание – руки жестоких богов превратят карточного короля, наконец, в человека» [3, c.211]

смысла, а на уровне аффекта: зритель должен не понять, а пережить ужас невозможности избежать предначертанного.

Таким образом, Андре Жид и Жан Кокто предлагают два полюса в осмыслении эдипова мифа: рационалистически-этический (свободный выбор и ответственность) и иррациональный (судьба как безжалостная машина).

Спустя почти столетие кинематографист Гильермо дель Торо предлагает новое прочтение мифа об Эдипе, разворачивая его в пространстве хоррора. Кинокартина режиссера «Франкенштейн» 2025 года сильно отличается от оригинального текста. В основе романа Мэри Шелли лежит миф о Прометее, повествующий о человеке, одержимом идеей раскрыть секрет зарождения жизни. Дель Торо отказывается от этой ключевой отсылки и выстраивает фильм вокруг мифа об Эдипе.

В картине достаточно намеков на то, что режиссер трансформировал ядро истории, тем самым изменив мотивацию главного героя и расставив новые акценты. Один из важных мотивов мифа об Эдипе – разъединение ребенка и родителей. Он вполне очевиден и в картине дель Торо, поскольку главный герой, Виктор Франкенштейн, теряет мать, к которой был сильно привязан, и винит в этом своего эмоционально отсутствующего отца, который не смог ее спасти.

Уже будучи взрослым, герой всегда носит красный шарфик в память о матери, которая обнимала маленького Виктора, одетая в красное платье с длинными рукавами. И цвет, и сама форма повязанного на шее шарфа, повторяющая материнские объятья, демонстрируют стремление Виктора восстановить утраченную связь с матерью. Еще один режиссерский ход, намекающий на эдипальную природу отношений, – выбор одной актрисы на роль матери и на роль возлюбленной Виктора. Кроме того, Виктор часто пьет молоко: эта деталь позволяет дель Торо передать связь с матерью – потерянную, но такую необходимую для героя.

Можно заметить, что дель Торо выстраивает эдипальную линию через изображение детства Виктора с жестоким отцом. Смерть обожаемой матери запускает в герое механизм, который можно описать в категориях классического психоанализа: Виктор решает не только превзойти отца профессионально, но и «вырвать жизнь у смерти» – жест, в котором желание всемогущества неотделимо от травмы утраты.

Гильермо дель Торо, переосмысляя миф об Эдипе, всё же сохраняет фигуру монстра – существа, которого нет в оригинальном эдиповом сюжете. Режиссер сохраняет его потому, что в его психоаналитической версии мифа об Эдипе монстр – это не внешнее чудовище, а материализованная внутренняя травма главного героя. Иными словами, чудовище – это не препятствие на пути героя, а прямое следствие его эдипального конфликта. Создание монстра в этих декорациях – не просто результат научного эксперимента, но объективация внутреннего конфликта между Ид, Эго и Супер-Эго, объективация того, что сам Виктор не может в себе принять: свою ярость на отца, свою беспомощную любовь к матери, своё желание всемогущества и одновременно свой ужас перед собственной способностью разрушать.

Особого внимания заслуживает трансформация фигуры монстра у дель Торо. В отличие от классических киновоплощений, создание (то есть монстр) Виктора представлено как прекрасное, красивое существо. Эта эстетизация монструозности не случайна:

она работает на размывание границы между человеческим и нечеловеческим, нормой и патологией. Эдипальная драма здесь разворачивается не между сыном и родителями, а между творцом и творением, но структурно она воспроизводит ту же логику: амбивалентность любви и агрессии и невозможность сепарации.

Сопоставление трех произведений позволяет выявить важные тенденции в эволюции художественной рецепции эдипова комплекса. Первая тенденция касается фигуры отца. У дель Торо отец (как в лице биологического родителя Виктора, так и в лице самого Виктора по отношению к Созданию) выходит на первый план. Эдипальный конфликт здесь – это не просто убийство отца, а становление отцом, принятие на себя функции, к которой герой оказывается не готов. У Жида Лай отец Эдипа – скорее функция сюжета, у Кокто он практически не взаимодействует с Эдипом.

Вторая тенденция – психологизация и визуализация внутреннего конфликта. Переход от театра к кинематографу влечет за собой изменение способов репрезентации бессознательного. У Жида и Кокто основным инструментом остается слово – диалог и монолог. У дель Торо эдипальная драма разворачивается прежде всего визуально: через монтаж, свет, пластику тел, работу с пространством, цветовые и предметные лейтмотивы (красный шарф, молоко, двойной кастинг актрисы). Третья тенденция – смещение акцента с коллективной, родовой вины на индивидуальную травму. Если у Софокла Эдип наследует проклятие рода, то у дель Торо источником конфликта становится конкретная психологическая травма (потеря матери, отвержение отца), а не абстрактная судьба.

Эволюция рецепции эдипова комплекса от французской модернистской драмы до современного кинематографа демонстрирует движение от рационального анализа и поэтизации рока к постмодернистскому визуализированному переживанию психоаналитического конфликта – движению, в котором сам миф об Эдипе продолжает оставаться актуальным инструментом для исследования границ человеческой субъективности. Три автора по-разному отвечают на вопрос о власти человека над собственной судьбой: Жид призывает к ответственности и видит в страдании путь к свободе, Кокто эстетизирует неизбежность рока, превращая человека в марионетку божественной машины, а дель Торо показывает, что травма управляет человеком изнутри, заставляя его создавать монстров, с которыми он не в силах совладать. В этом смысле фильм дель Торо знаменует новый этап в рецепции мифа: от вопроса «Как мне принять свою судьбу?» и «Как мне пережить ужас предопределения?» мы переходим к вопросу «Как мне исцелить свою травму, чтобы не создавать чудовищ?» Именно этот переход составляет главное отличие современной киноинтерпретации от классических театральных версий XX века.

ЛИТЕРАТУРА

1. Жид, А. Эдип / А. Жид ; пер. с фр. В. О. Станевич // Жид А. Собрание сочинений : в 7 т. – М. : ТЕРРА – Книжный клуб, 2002. – Т. 6. – С. 173–203.
2. Кокто, Ж. Адская машина / Ж. Кокто ; пер. с фр. С. А. Бунтмана, Н. Д. Шаховской. – Москва : АСТ, 2019. – 224 с.
3. Cocteau, J. La machine infernale / J. Cocteau. – Paris : Bernard Grasset, 1934. – 185 p.
4. Gide, A. Œdipe / A. Gide. – Paris : Éditions de la Pléiade, 1931. – 120 p.

К. Л. ФОМЕНОК
Научный руководитель:
Л. А. Шабашёва, доцент кафедры теории и практики испанского и французского языков к.ф.н., доцент.

МЕХАНИЗМЫ СОЗДАНИЯ СЕМАНТИКИ ЭМОТИВНОСТИ В ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ НОВЕЛЛАХ ГИ ДЕ МОПАССАНА (НА МАТЕРИАЛЕ НОВЕЛЛ «LE CRIME AU PÈRE BONIFACE», «UN LÂCHE» И «UNE VENDETTA»)

Аннотация: статья посвящена анализу механизмов создания семантики эмотивности в психологических новеллах Ги де Мопассана на материале произведений «Le crime au père Boniface», «Un lâche» и «Une vendetta». Рассматриваются лексические, синтаксические и стилистические средства передачи эмоциональных состояний персонажей. Делается вывод, что Мопассан создаёт сложную систему средств для создания эмотивности, превращающую язык в инструмент воссоздания человеческих чувств, что делает его тексты эталонными для лингвистики эмоций.
Ключевые слова: Ги де Мопассан; психологическая новелла во французской литературе XIX века; эмотивность; языковые средства выражения эмоций.

ВОПРОС о том, почему творчество Ги де Мопассана является идеальным материалом для исследования в области эмотиологии, заслуживает подробного рассмотрения. Смысл изучения категории эмотивности на примере его работ заключается не в простой констатации наличия эмоций, а в выявлении того, как именно Мопассан, признанный мастер описания человеческой души, использует богатство языка для передачи эмоций и психических состояний, конструирует их с помощью языковых средств. Его мастерство превращает текст из простого носителя информации в сложный эмотивный код, вызывающий у читателя душевный отклик. Зачастую автор создает условия для того, чтобы читатель начал испытывать эмоции, прочитав описание реакций персонажей.

Рассмотрим яркие примеры создания семантики эмотивности в психологических новеллах Мопассана.

Новелла «Le crime au père Boniface», рассказывающая о сельском почтальоне Бонифасе, начинается с описания картины воплощенного счастья. В прекрасном расположении духа, наслаждаясь теплом и предвкушая быстрое окончание дел, герой испытывает безмятежную радость, состояние, которое Мопассан фиксирует с помощью метафорического использования эпитета *vive* ‘живая’, принимающего яркую эмотивную окраску и подчеркивающего искренность эмоции радости: *...il en ressentit* ***une joie vive*** ‘...он почувствовал от этого живую радость’[8].

Однако, статья в газете о жестоком убийстве мгновенно разрушает это настроение. Описание случая становится триггером изумления и сильного негодования. Его реакцию (***Nom de nom,*** *y a-t-il tout de même des gens qui sont* ***canaille****!* ‘Черт возьми, есть же всё-таки такие негодяи!’) автор передает с помощью резких, эмоционально окрашенных фраз. Именно передача восклицательной интонации и грубых выражений помогает автору показать, насколько глубоко прочитанное задело чувства персонажа. Писатель показывает, что информация является мощным инструментом воздействия на психику. Бонифас так сильно впечатлен, что новость находит в нем физический отклик. Его охватывает тревога, которая проявляется в телесной слабости: *...qu’****il se sentit une faiblesse dans les jambes*** ‘...он почувствовал слабость в ногах’.

[8] Здесь и далее перевод примеров выполнен автором статьи — Фоменок К. Л.

По мере того как почтальон продолжает свой путь, его внутреннее беспокойство превращается в полноценный страх. Прочитанный в газете сюжет откликается в душе героя и влечет за собой целый процесс изменения эмоциональных состояний. Когда Бонифас приближается к уединенному дому господина Шапати, его охватывает предчувствие беды, он будто ощущает опасность в реальной жизни. Сравнительный оборот *Une inquiétude l'envahit… **comme s'il eût couru quelque danger*** 'Тревога охватила его… как будто ему грозила какая-то опасность' передает нарастание эмоций.

Когда Бонифас слышит звуки, доносящиеся из дома (обычные звуки любви он принимает за звуки насилия), наступает кульминация его эмоционального состояния. Его слух, во власти аффекта, искажает реальность и порождает в нем чувство ужаса, его парализует, он не в силах пошевелиться: *Il demeura **immobile, perclus d'angoisse*** 'Он замер на месте, парализованный страхом'. Лексема *perclus* 'парализованный' здесь важна, так как показывает, что страх достиг той силы, которая лишила человека возможности предпринимать какие-либо действия. Любой шорох: *…une sorte de râle, **un bruit de lutte*** '…своего рода хрип, шум борьбы' – кажутся ему звуками битвы. В панике Бонифас бежит за помощью к жандармам. Автор подбирает причастия, семантически передающие градацию состояния, чтобы показать, что герой почти лишился от страха рассудка (*il arriva, **exténué, haletant, éperdu*** 'он прибыл, изнуренный, задыхающийся, потерявший рассудок…') .

Прибывшие на «место преступления» жандармы, выясняют, что никакого убийства не было – господин Шапати просто проводил время с любовницей. Развязка истории комична и горька одновременно: для окружающих Бонифас становится объектом насмешек (*Ah! **farceur, sacré farceur**…* 'Ах! шутник, чертов шутник…'), но сам герой испытывает сложный спектр эмоций: смущение, стыд и глубокое разочарование – ему совсем не смешно. Пытаясь понять, как он мог так ошибиться, Бонифас сравнивает услышанное со своей семейной жизнью. Его слова раскрывают наивность и грубость его бытия: *Ma femme?… Oui, **all' gueule quand j'y fiche des coups**… Mais all' gueule, que c'est gueuler, quoi. C'est-il donc que M. Chapatis battait la sienne?* 'Моя жена?.. Ну, она орет, когда я её колочу… Но она орет так, что это значит – орать. Неужели же господин Шапати бил свою?'. Этот вопрос окончательно обнажает смущение героя, он недоумевает, как звуки страсти могут быть похожи на звуки борьбы, потому что в его мире крик – это всегда следствие боли.

Финал новеллы оставляет героя в состоянии эмоциональной опустошенности. Он уходит, бормоча себе под нос: *Non… **point comme ça…, point comme ça…, point comme ça**…, all' n' dit rien, la mienne… J'aurais jamais cru… si c'est possible… on aurait juré une martyre…* 'Нет… не так… не так… не так… моя-то молчит… Никогда бы не поверил… если это возможно… можно было поклясться, что она мученица…'. Троекратный повтор фразы *point comme ça* 'не так' показывает, что столкновение воображаемого ужаса с реальностью оставило в его душе глубокий след. Мопассан завершает текст описанием состояния героя – ***confus, désorienté, honteux*** 'сконфуженного, дезориентированного, пристыженного', демонстрируя читателю, насколько герой растерян и устыжен, а обилие многоточий в его речи подчеркивает, как сильно пошатнулась его уверенность в себе.

В новелле «Un lâche» главный герой, виконт де Синьоль, – блестящий аристократ, богатый красавец, пользующийся успехом в обществе. Однако этот образ рушится из-за пустякового инцидента в кафе. Виконт не может стерпеть, что незнакомец нагло смотрит на его спутницу, тем самым

оскорбляя самого Синьоля. Причина дуэли – не защита жизни, а ущемленное самолюбие. Эмоции, приведшие к дуэли – из-за эгоцентризма – начинают стираться и превращают маску храбреца в настороженного, полного нервного напряжения человека. Мопассан передает обострение эмоций героя, описывая его состояния: любая мелочь пугает его, из-за обычных звуков часов он начинает в нервничать: *Le petit grincement du ressort qui se dresse* ***lui faisait faire un sursaut*** 'Легкое поскрипывание пружины, которая взводится, заставляло его вздрагивать'.

Ключевым моментом становится его встреча с собственным отражением. Зеркало в новелле работает как инструмент разоблачения: виконт видит не героя, а чужого, смертельно напуганного человека: *Ses yeux lui parurent énormes ; et* ***il était pâle****, certes,* ***il était pâle, très pâle*** 'Его глаза показались ему огромными; и он был бледен, поистине, он был бледен, очень бледен'. Здесь автор применяет лексический повтор, трижды подчеркивая бледность, что усиливает семантику физического проявления страха, который невозможно скрыть за словами. Мысль о смерти проникает в его сознание мгновенно и болезненно: ***à la façon d'une balle*** 'словно пуля'. Это метафорическое сравнение позволяет автору ввести мысль героя о своей возможной кончине: *Après-demain, à cette heure-ci, je serai peut-être mort* 'Послезавтра, в этот самый час, я, быть может, буду мертв'.

Дальше Мопассан показывает, как ужас парализует тело человека, оно начинает жить своей жизнью, отказываясь подчиняться разуму: ***Ses mains tremblaient*** *un peu,* ***d'un frémissement nerveux*** 'Его руки немного дрожали, нервной дрожью'. От страха у него пересыхает горло: *Il n'avait plus dans la bouche une apparence de salive* 'У него во рту не осталось ни капли слюны'.

Виконт понимает, что завтра, во время поединка, тело предаст его окончательно и все увидят, как 'он дрожал с головы до ног' – *il tremblait des pieds à la tête*. В этот момент страх смерти переплетается с невыносимым стыдом перед обществом. Мысль о потере 'благородной осанки' (*la tenue noble et calme*) и публичном позоре становится невыносимой. Выбор, который делает герой, парадоксален: чтобы не прослыть трусом перед другими, он совершает самоубийство. Мопассан гениально завершает историю, показывая, что страх перед общественным мнением может оказаться сильнее инстинкта самосохранения. Герой умирает на своих условиях, оставив после себя лишь пятно крови на бумаге с надписью: *Ceci est mon testament* 'Это мое завещание'.

В новелле «Une vendetta» Ги де Мопассан показывает, как под давлением личного горя полностью перерождается внутренний мир человека. Главная героиня, вдова Саверини, после вероломного убийства её единственного сына, превращается из любящей матери в холодное орудие возмездия.

Особый эмотивный фон создается автором с описания дикой природы Корсики. Пейзаж вокруг дома вдовы – не просто декорация, он отражает внутреннюю опустошенность и жестокость, которые вскоре овладеют героиней. Ветер утомляет море (*Le vent, sans repos, fatigue la mer* 'ветер неустанно изнуряет море'), а окна её дома выходят на *cet horizon sauvage et désolé* 'дикий и заброшенный горизонт'.

Когда вдове приносят тело сына, Мопассан фиксирует состояние эмоциональной опустошенности. Героиня не реагирует на трагедию так, как ожидают окружающие. Она не кричит и не плачет: ***Elle ne pleura pas****, mais* ***elle demeura longtemps immobile*** *à le regarder* 'Она не плакала, но долго оставалась неподвижной, глядя на него'. Осутствие слез является символом того, что её горе слишком велико для обычного

выражения, оно мгновенно трансформируется в нечто иное.

В ласковом монологе, обращенном к покойному, она маркирует гневное желание отомстить: *Va, va,* ***tu seras vengé,*** *mon petit, mon garçon, mon pauvre enfant. Dors, dors,* ***tu seras vengé,*** *entends-tu?* 'Иди, иди, ты будешь отомщен, мой крошка, мой мальчик, мой бедный ребенок. Спи, спи, ты будешь отомщен, слышишь?'. Момент прощания с сыном пронизан горем, она прижимает холодные губы к мертвым губам сына (*Et lentement elle se pencha vers lui,* ***collant ses lèvres froides sur les lèvres mortes*** 'Она медленно наклонилась к нему, прижав свои холодные губы к его мертвым губам') и издает душераздирающий стон (*Elle poussait* ***une longue plainte monotone, déchirante, horrible*** 'Она издавала протяжный, монотонный, душераздирающий, ужасный стон').

Свою подавленную ярость вдова вымещает на собаке Сэмильянт, которая становится воплощением ее гнева. Сама вдова утратила способность к открытому проявлению эмоций, она истязает животное голодом, из-за чего оно становится яростным: *La bête,* ***devenue furieuse,*** *aboyait d'une voix rauque* 'Животное, ставшее яростным, лаяло хриплым голосом'. Жестокость методов дрессировки является метафорой эмоционального состояния вдовы. Отказывая себе в естественном праве на скорбь, она фактически истязает свою душу, превращаясь в безэмоциональный инструмент для осуществления мести.

Кульминация новеллы , когда вдова, переодетая в мужское платье, находит убийцу в Сардинии, пронизана эмоцией ярости. Она дает команду собаке: *Va, va, dévore, dévore!* 'Иди, иди, грызи, грызи!'. Повторы передают не просто приказ, а всю ту ярость, которую она копила месяцами. В этот момент животное и человек сливаются в едином порыве возмездия.

Финал новеллы поражает эмоциональным спокойствием. После того как убийца растерзан, вдова возвращается домой и обретает покой. Фраза *Elle dormit bien, cette nuit-là* 'Она спала хорошо в ту ночь' свидетельствует о том, что эмоциональный круг разомкнулся. Мопассан показывает, что удовлетворение от выполненного долга мести принесло героине избавление от мучения.

Подводя итог анализу избранных нами психологических новелл, можно сказать, что создание семантики эмотивности Ги де Мопассаном представляет собой сложную систему и проявляется на разных языковых уровнях. В его руках язык перестает быть просто средством общения, он становится инструментом воссоздания самой ткани человеческих эмоций. Его тексты эталонны для лингвистики эмоций, так как, демонстрируя универсальные эмоции (страх, радость, гнев), он филигранно точно избирает способ вербализации их оттенков. Анализ приведенных текстов позволил выявить не только лексические, стилистические и синтаксические приемы, но и фундаментальные механизмы того, как слово способно показать слезы, дрожь или ощущение эмоциональной пустоты героя, одновременно вызвав эмоциональный отклик в душе читателя. Именно эта способность «оживлять» чувства через текст и делает Ги де Мопассана классическим объектом научного интереса и восхищения не только в аспекте изучения психологизма французской литературы XIX века, но и в аспекте изучения эмотивности текста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шаховский, В. И. Лингвистическая теория эмоций: Монография / В. И. Шаховский. – М. : Гнозис, 2008. – 416 с.

2. Maupassant, G. de Contes du jour et de la nuit / G. de Maupassant. – Paris : C. Marpon et E. Flammarion, 1885. – 357 p.

Студенческое научное объединение
«Bel Paese: итальянистика в современном мире»
Руководитель: Е. В. Чеснокова

В. В. ГАВРИЛЕНКО
Научный руководитель:
Е. В. Чеснокова, заведующий кафедрой итальянского языка к.ф.н., доцент.

РОМАН И ЭКРАНИЗАЦИЯ: ПРОБЛЕМА ИНТЕРМЕДИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА Н. АММАНИТИ «Я И ТЫ» И ЕГО ОДНОИМЕННОЙ ЭКРАНИЗАЦИИ РЕЖИССЕРА Б. БЕРТОЛУЧЧИ)

Аннотация: статья посвящена анализу экранизации как формы межсемиотического перевода и интерпретации на примере романа Никколо Амманити «Я и ты» и его одноименной киноверсии Бернардо Бертолуччи. Рассматриваются ключевые трансформации литературного текста при переносе в аудиовизуальную систему: изменение способов передачи внутреннего мира героя, модификация хронотопа, переработка системы персонажей, адаптация психологически насыщенных сцен и переосмысление финала. Показано, что экранизация не является копией оригинала, а представляет собой самостоятельное художественное высказывание, сохраняющее основные темы произведения – взросления, изоляции и связи между людьми – и одновременно реализующее авторскую позицию режиссера.
Ключевые слова: экранизация; межсемиотический перевод; киноадаптация; интерпретация; Никколо Амманити; Бернардо Бертолуччи; «Я и ты»; визуализация; хронотоп.

ПРОБЛЕМА экранизации литературных произведений остается актуальной как в литературоведении, так и в теории кино. Это связано с тем, что экранизация представляет собой особую форму художественной интерпретации, при которой происходит перенос содержания произведения из одной знаковой системы в другую. В данном процессе неизбежно возникают трансформации, обусловленные различиями между литературным и кинематографическим языком.

Роман Якобсон определяет межсемиотический перевод (трансмутацию) как интерпретацию вербальных знаков с помощью знаков невербальных систем – образов, музыки, жестов [5, с.16-24]. Вслед за ним Ю. М. Лотман рассматривает киноадаптацию как перевод с вербальной системы в аудиовизуальную, сопряженный с потерей одних элементов и обретением других [3, с.5-13]. У. Эко, в свою очередь, подчеркивает, что современные художественные тексты не имеют единственного значения, а представляют собой поле возможностей, предполагающее активное сотворчество и интерпретацию читателя или зрителя; следовательно, любая адаптация неизбежно является интерпретацией, а не копированием [4, с.11-12]. Литература опирается на слово, внутреннюю речь и описания, в то время как кино использует визуальные и звуковые средства. В связи с этим экранизация не может быть точным воспроизведением оригинала, а выступает как его интерпретация.

Объектом исследования является интермедиальное взаимодействие между литературным текстом и его кинематографической интерпретацией на примере романа Никколо Амманити «Я и ты» и одноименного фильма Бернардо Бертолуччи. Предмет исследования – особенности трансформации литературного текста при его адаптации к киноформату и специфика межсемиотического перевода.

Цель работы – выявить особенности экранизации как формы межсемиотического перевода и оценить степень адекватности передачи художественного содержания средствами кино

Экранизация представляет собой межсемиотический перевод, то есть перенос текста из вербальной системы в аудиовизуальную. В отличие от обычного перевода, здесь невозможно сохранить все элементы оригинала, что приводит к неизбежным изменениям.

В основе и романа, и фильма лежит относительно простой сюжет: несколько дней, проведенных замкнутым подростком Лоренцо и его сводной сестрой Оливией, страдающей наркотической зависимостью. Однако если для Оливии это временная передышка, то для Лоренцо – важный этап взросления, переход от изоляции к взаимодействию с миром [1].

Уже на уровне концепции видно, что фильм не стремится к полной точности, а переосмысляет материал. Например, в романе значительную роль играют внутренние размышления героя, которые невозможно напрямую перенести в кино. В фильме эти элементы заменяются визуальными средствами: мимикой, жестами и композицией кадра. Таким образом, смысл сохраняется, но форма его выражения меняется.

Одной из ключевых проблем экранизации является передача внутреннего мира персонажей. В литературе он раскрывается через внутреннюю речь, авторские комментарии и самоописание.

Так, главный герой романа Лоренцо постоянно анализирует свое поведение, размышляет о собственной изолированности и стремится дистанцироваться от окружающих. Кроме того, он подробно описывает себя, обращая внимание на свою внешность, неловкость и особенности внешнего вида. Эти внутренние монологи и самохарактеристики позволяют глубже понять его психологическое состояние и подростковый кризис. "*Passavo un sacco di tempo allo specchio a osservarmi la pelle bianca macchiata di lentiggini, i peli sulle gambe. Sulla testa mi cresceva un cespuglio castano da cui spuntavano le orecchie. I lineamenti del viso erano stati rimodellati dalla pubert? e un naso imponente mi divideva gli occhi verdi*" [1, с.11-12].

В фильме подобные элементы отсутствуют в явном виде. Вместо этого состояние героя передается через его поведение: он избегает зрительного контакта, замыкается в себе, предпочитает молчание, демонстрирует статичность. Камера часто фиксирует его в ограниченном пространстве, что усиливает ощущение изоляции. Таким образом, внутренний мир героя становится «видимым», но теряет часть своей вербальной глубины. Происходит переход от вербального психологизма к визуальному.

При экранизации изменяется не только содержание, но и художественное пространство произведения.

В романе подвал, в котором скрывается Лоренцо, подробно описывается и воспринимается как безопасное убежище, позволяющее герою отстраниться от внешнего мира. Описание пространства помогает читателю понять психологическое состояние персонажа.

В фильме же подвал приобретает символическое значение. Он изображен как замкнутое, темное пространство, визуально подчеркивающее изоляцию героя. Камера усиливает эффект «закрытости», создавая ощущение давления и ограниченности. Таким образом, пространство становится не просто местом действия, а важным художественным элементом,

работающим на раскрытие темы одиночества и отчуждения.

Существенные изменения затрагивают и систему персонажей. Особенно это заметно на примере образа Оливии.

В романе ее образ раскрывается более подробно: читатель узнает о ее прошлом, зависимости, внутреннем конфликте. Ее внешность описывается дважды: сначала – через детское восприятие Лоренцо *("Mi aspettavo che Olivia fosse brutta e con il viso antipatico come le sorellastre di Cenerentola e invece era incredibilmente bella, una di quelle ragazze che appena le guardi ti si infuoca la faccia e tutti capiscono che la trovi bella e se ti parla non sai che fare con le mani, non sai neppure come sederti. Aveva tantissimi capelli ricci e biondi che le ricadevano sulla schiena, gli occhi grigi ed era tutta spruzzata di lentiggini come me. Era alta e aveva due tette grandi e larghe.Poteva essere la regina di un regno medievale.".)*, [1, с.56] затем – в настоящем времени *("Seduta sul letto c'era Olivia. Era molto dimagrita e le erano usciti fuori gli zigomi squadrati. Aveva il volto tirato e stanco e i lunghi capelli biondi se li era tagliati corti. Sopra i jeans indossava una maglietta stinta con lo stemma delle Camel e un giaccone blu da marinaio. Non era piú bella come due anni prima "*) [1, с.59], где подчеркивается истощенность и изменения, вызванные зависимостью. Это позволяет показать эволюцию персонажа и его трагизм.

В фильме образ Оливии представлен иначе. Режиссер отходит от книжного описания: меняется внешний облик героини, ее стиль одежды и визуальный образ. Например, вместо короткой стрижки используется эффектный прием с головным убором, который героиня снимает, раскрывая волосы. Основной акцент делается на внешнем поведении и взаимодействии с Лоренцо, тогда как внутренние мотивы раскрыты менее подробно [2]. Это свидетельствует о том, что режиссер стремится создать более выразительный визуальный образ, даже если он не полностью соответствует литературному оригиналу, а также вынужден сосредоточиться на главной сюжетной линии в силу ограничений киноформата.

Одной из центральных тем произведения является взросление героя. В романе этот процесс показан через внутренние изменения Лоренцо: его размышления, страхи и постепенное переосмысление себя. Развитие отношений между Лоренцо и Оливией сопровождается внутренним анализом со стороны героя, что позволяет проследить его психологическую эволюцию.

Показательным примером различий в передаче психологизма является сцена, связанная с наркотической ломкой Оливии.

В романе она описана предельно натуралистично: Лоренцо наблюдает за состоянием сестры, фиксирует детали, звуки, движения. Описание подчеркивает как физическое состояние героини, так и реакцию самого Лоренцо, который, несмотря на шок, ведет себя спокойно и заботливо.

"C'era silenzio, ma se smettevo di respirare sentivo Olivia in bagno, le macchine che passavano sulla strada, il fruscio della scopa del Cercopiteco in cortile, un telefono che squillava lontano, il bruciatore della caldaia, i tarli. E l'odore di tutta quella roba ammassata, quello pungente del legno dei mobili, quello amaro dei tappeti umidi.

Un tonfo.

Ho sollevato la testa dal cuscino.

La porta del bagno era socchiusa.

Mi sono alzato e sono andato a vedere.

Olivia era a terra, nuda, bianca, piegata tra il gabinetto e il lavandino, cercava di sollevarsi ma non ci riusciva. Le sue gambe scivolavano sulle mattonelle bagnate come quelle di un cavallo su una lastra di ghiaccio. Sulla fica aveva pochi peli.

Io sono rimasto fermo a fissarla.

Assomigliava a uno zombi. Uno zombi a cui hanno appena sparato.

Lei mi ha visto, lí in piedi accanto allo stipite della porta, e ha digrignato i denti. – Esci! Fuori da qua! Chiudi questa porta " [1, с.81-82].

В фильме данная сцена также присутствует, однако она смягчена: режиссер избегает чрезмерной натуралистичности и не воспроизводит все детали, описанные в книге. Тем не менее сохраняется главное – эмоциональная реакция героя, его сдержанность и участие. Таким образом, происходит адаптация сцены с учетом визуальной эстетики и восприятия зрителя. В целом же в фильме основной акцент делается на внешнем взаимодействии персонажей, их диалогах, жестах и поведении, тогда как эмоциональные изменения героя выражаются через действия, а не через размышления. Тема взросления сохраняется, но получает иное художественное воплощение.

Наиболее значительные изменения касаются финала произведения.

В романе финал носит трагический характер: спустя годы Лоренцо узнает о смерти Оливии, что подчеркивает безысходность ее судьбы и усиливает драматизм произведения.

В фильме Б. Бертолуччи отказывается от столь мрачной развязки. Он предлагает более открытый и в определенной степени оптимистичный финал: герои дают друг другу обещания измениться, и зрителю оставляется надежда на их будущее [2].

В фильме важную смысловую нагрузку несет музыкальное сопровождение. Бертолуччи использует итальянскую версию знаменитой композиции Дэвида Боуи «Space Oddity» – «Ragazzo Solo, Ragazza Sola», созданную в 1969 году совместно с поэтом-песенником Джулио Рапетти. Текст этого варианта кардинально переосмыслен: вместо космической темы в нем рассказывается о встрече двух влюбленных на вершине горы, что идеально созвучно мотивам одиночества и той хрупкой связи, которая возникает между героями. В романе же упоминается совершенно иная песня – «Montagne Verdi» Марчеллы Беллы: сцена танца присутствует и в книге, однако она создает принципиально иной эмоциональный эффект, что подчеркивает расхождение в художественных стратегиях писателя и режиссера.

Таким образом, экранизация литературного произведения представляет собой сложный процесс межсемиотического перевода, в ходе которого неизбежно происходят трансформации.

Анализ романа Н. Аманити «Я и ты» и его экранизации Б. Бертолуччи показал, что:

- экранизация сопровождается изменением и сокращением текста;
- внутренний мир героя трансформируется в визуальные образы;
- пространство (подвал) приобретает символическое значение, работая на раскрытие темы изоляции;
- персонажи подвергаются частичной переработке;
- отдельные сцены адаптируются с учетом особенностей киноязыка;
- финал произведения может быть существенно переосмыслен.

Конкретные примеры подтверждают, что экранизация не является точной копией литературного оригинала. В то же время фильм сохраняет ключевые идеи произведения – тему взросления, изоляции, взаимодействия с миром, одиночества и связи между людьми. Он может рассматриваться как самостоятельное художественное произведение, обладающее собственной эстетической ценностью, а также как свободная интерпретация, отражающая авторскую позицию режиссера.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ammaniti, N. Io e te / N. Ammaniti. – Torino : Giulio Einaudi editore s.p.a., 2010.
2. Бертолуччи, Б. Io e te [Фильм] / Б. Бертолуччи. – Италия : Fiction; Wildside; Medusa Film, 2012.
3. Лотман, Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики / Ю. М. Лотман. – Таллин: Ээсти Раамат, 1973. – С. 5-13.
4. Эко, У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / У. Эко; пер. с англ. и итал. С. Д. Серебряного. – М.: Симпозиум, 2005. – С. 11-12.
5. Якобсон, Р. О лингвистических аспектах перевода / Р. Якобсон // Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике: сб. ст. / сост. В. Н. Комиссаров. – М.: Международные отношения, 1978. – С. 16-24.

А. Г. ГРИКЕЛЬ
Научный руководитель:
Е. В. Чеснокова, заведующий кафедрой итальянского языка к.ф.н., доцент.

ЯЗЫКОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ ИТАЛИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТРЕХ ДИАЛЕКТОВ (ТОСКАНСКОГО, ЛОМБАРДСКОГО И СИЦИЛИЙСКОГО)

Аннотация: статья посвящена сопоставительному анализу трех итальянских диалектов – тосканского, ломбардского и сицилийского – с точки зрения их фонетических, морфологических, лексических и синтаксических особенностей. Рассматривается социолингвистический статус каждого идиома и характер его взаимодействия со стандартным итальянским языком. Показано, что все три диалекта являются самостоятельными языковыми системами, обладающими уникальными структурными чертами, сформировавшимися под влиянием различных субстратов и исторических условий. Установлено, что тосканский диалект, послуживший основой литературного итальянского, сохраняет яркие фонетические маркеры; ломбардский сближается с галло-романским типом и характеризуется сложной морфологией; сицилийский аккумулировал множественные иноязычные наслоения и архаичные явления.
Ключевые слова: итальянские диалекты; тосканский диалект; ломбардский диалект; сицилийский диалект; сопоставительный анализ; фонетика; морфология; лексика.

ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ пространство современной Италии характеризуется исключительной диалектной раздробленностью, не имеющей аналогов среди других романских стран. Сосуществование общенационального итальянского языка с многочисленными местными идиомами, каждый из которых восходит непосредственно к народной латыни, создает уникальную ситуацию диглоссии, при которой языковой выбор говорящего определяется множеством социальных, ситуативных и культурных факторов. Диалекты Италии не являются стилистически сниженными вариантами литературного языка; они представляют собой самостоятельные языковые системы, обладающие собственной фонетикой, грамматикой и лексикой, а также, во многих случаях, многовековой литературной традицией. В связи с этим сопоставительное изучение региональных идиомов представляет не только лингвистический, но и широкий культурологический интерес, позволяя проследить неразрывную связь между языком и формированием этнической и гражданской идентичности.

Объектом данного исследования выступают тосканский, ломбардский и сицилийский диалекты. Выбор этих трех идиомов не случаен. Они репрезентируют три крупнейших ареала итальянской диалектной карты, выделяемых большинством романистов: северный, центральный и южный. Предметом исследования являются лингвистические и социокультурные аспекты данных диалектов, а также влияние культурных и социальных факторов на их развитие и использование. Цель настоящего исследования заключается в попытке сравнить и проанализировать самые распространенные диалекты Италии, что позволит углубить понимание языкового ландшафта страны, а также проследить неразрывную связь между языком и формированием этнической и гражданской идентичности. Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач: 1. Выявить и систематизировать основные фонетические, морфологические, лексические и синтаксические различия между тосканским, ломбардским и сицилийским диалектами. 2. Определить социолингвистический статус каждого диалекта, характер его взаимодействия со стандартизированным итальянским языком. 3. Установить связь между

историческими условиями формирования диалектов и их ролью как маркера региональной идентичности. 4. Проанализировать репрезентацию диалектов в современной культуре (литература, кино, социальные сети, молодежная среда) и оценить перспективы их сохранения.

Теоретической основой исследования послужили труды известных романистов. При анализе тосканского диалекта мы опирались на работы Ю. А. Филипацци и И. А. Лиходкиной, ломбардского диалекта – на исследования Е. С. Прокопович и Ю. А. Филипацци, сицилийского диалекта – на труды М. Ю. Десятовой, А. А. Сладких и А. Ю. Серединой. В ходе исследования установлено, что тосканский, ломбардский и сицилийский диалекты демонстрируют принципиальные различия на фонетическом, морфологическом и лексическом уровнях.

Тосканский диалект, лежащий в основе литературного итальянского языка, казалось бы, должен быть наиболее близок к стандарту. Однако, как справедливо замечает Ю. А. Филипацци, после XIII века он, разумеется, продолжал развиваться и сейчас отнюдь не является синонимом к общенародному языку [5, с. 221]. Его наиболее яркой фонетической чертой выступает тосканское придыхание, так называемая «gorgia toscana», при котором интервокальные взрывные согласные *p, t, k, g* переходят во фрикативные *ph, th, h* и *g* [5, с. 222]. Кроме того, для тосканского диалекта характерна тенденция к монофтонгизации дифтонгов *uo* и *ie*, в результате чего литературные *buono, nuovo, cuore* реализуются в речи тосканцев как */’bɔno/, /’nɔvo/, /’kɔre/* [2, с. 120]. В области морфологии специфической чертой тосканского диалекта выступает дублирование личных местоимений в дательном падеже: *a me mi piace* ‘мне нравится ’ вместо *a me piace* или *mi piace* [2, с. 120]. Еще одной особенностью является употребление конструкции *noi + si* в значении первого лица множественного числа: *noi si va* ‘мы идем’ вместо *noi andiamo* [2, с. 120]. В области инфинитивов наблюдается устойчивая редукция конечного слога: andare – andà’, pèrdere – pèrde’, sapere – sape’ [5, с. 221].

Ломбардский диалект демонстрирует типологические черты, сближающие его с галло-романскими языками. Е. С. Прокопович указывает, что на фонемном уровне бергамский диалект имеет 15 согласных звуков, 2 плавных, 9 гласных и 2 полугласных звука [3, с. 83]. Данная система вокализма значительно сложнее как тосканской, так и сицилийской. Специфической морфологической чертой является палатализация конечной согласной при образовании множественного числа существительных на *-t, - d, -n, -l: det – decc, malat – malacc, an – agn, mal – maj* [3, с. 83]. Своеобразна и система артиклей: определенный артикль представлен формами *ol / l* для мужского рода единственного числа, *la / l’* для женского рода единственного числа и *i* для множественного числа; неопределенный – *ü / ün* для мужского рода единственного числа и *öna / ön* для женского рода единственного числа [3, с. 83]. Абсолютная превосходная степень прилагательных образуется аналитически, с помощью слов *prope, tot, tant, gran*, которые ставятся перед прилагательным: *prope content* ‘очень рад’– *contentissimo*, *gran bel* ‘очень красивый’– *bellissimo* [3, с. 83]. В разряд уникальных грамматических черт входят и неопределенные местоимения, не имеющие соответствий ни в тосканском, ни в сицилийском: *ergü, (v)ergöna* ‘кто-то, что-то’– *qualcuno, qualcosa; ergot, ergota* ‘что-то’ – *qualcosa, negot, negota* ‘ничего, ничто’ – *nulla, niente* [3, с. 83]. Характерной особенностью глагольной

системы бергамского диалекта является практически полное неупотребление простого прошедшего времени passato remoto [3, с. 83].

Сицилийский диалект, формировавшийся в условиях интенсивных межъязыковых контактов в Средиземноморье, отличается выраженным архаизмом и одновременно инновациями, обусловленными иноязычным влиянием. М. Ю. Десятова подчеркивает, что сицилийский представляет собой весьма неоднородное образование, а его разновидности характеризуются высокой степенью дифференциации в основном фонетического характера [1, с. 127]. Наиболее заметной вокалической чертой выступают систематические сдвиги гласных: *[e]* → *[i]* и *[o]* → *[u]* [4, с. 170]. В ряде говоров зафиксирована метафония, то есть дифтонгизация ударных гласных под влиянием конечных гласных верхнего подъема, что М. Ю. Десятова определяет как характерную черту центральных и восточных диалектов [1, с. 128]. В области консонантизма широко представлен ротацизм, определяемый как переход *[d]* → *[r]*: *pedi* → *peri* ‘ноги’, *denti* → *renti* ‘зубы’ [1, с. 128]. В сицилийских говорах регулярно происходит ассимиляция группы *nd* в *nn*: *mondo* → *munnu* ‘мир’, *sindaco* → *s’innacu* ‘мэр’ [4, с. 171]. Глагольная система сицилийского диалекта характеризуется повсеместным отсутствием сложного перфекта и предпочтением форм простого перфекта, что резко контрастирует с литературной нормой, где сложные формы прошедшего времени являются основными в устной речи [1, с. 129–130].

Лексический состав трех диалектов отражает как их самостоятельное историческое развитие, так и разнонаправленные иноязычные влияния. В тосканском диалекте сохраняется значительный пласт архаичной лексики, утраченной или вытесненной синонимами в общенациональном языке. И. А. Лиходкина приводит следующие примеры: *babbo* вместо *papà* ‘отец’, *cacio* вместо *formaggio* ‘сыр’, *gota* вместо *guancia* ‘щека’ [2, с. 120]. К собственно тосканским регионализмам относятся также *acquaio* ‘раковина’ (итал. *lavandino*), *diaccio* ‘холодный’ (итал. *freddo*), *garbare* ‘нравиться’ (итал. piacere), *sciocco* ‘пресный, несоленый’ [2, с. 120].

Сицилийская лексика испытала многослойное иноязычное воздействие. М. Ю. Десятова указывает, что в сицилийском в различной степени можно обнаружить следы греческого, испанского, каталанского, провансальского, французского, а также арабского влияний в фонетике, лексике и некоторых грамматических и синтаксических формах [1, с. 128]. Среди ярких регионализмов выделяются такие лексические единицы, как *picciotta* ‘девушка’, *picciliddro* ‘ребенок’, *taliare* ‘смотреть’, *travagliare* ‘работать’, *pigliari* ‘брать’ [1, с. 131].

В ломбардском диалекте наблюдается наличие специфической лексики для обозначения общеупотребительных предметов, распространенных в других диалектах. Так, например, вместо *scaffale* ‘полка’ используется слово *vetrina*, а вместо *lampada* ‘лампа’ – *lampa* [6].

На синтаксическом уровне также прослеживаются существенные различия. Ю. А. Филипацци фиксирует в тосканском диалекте утрату согласования в числе между подлежащим и сказуемым, приводя пример *c’è ciottoli* вместо литературного *ci sono ciottoli* ‘здесь есть камни’, и отмечает наличие особой вопросительной конструкции с постпозицией местоимения: *Che ha ella paura?* [5, с. 221]. Для сицилийского диалекта характерна многоуровневая интерференция с итальянским языком,

проявляющаяся в том числе в калькировании грамматических конструкций. М. Ю. Десятова описывает случаи, когда по аналогии с сицилийским *mi siddiu* ‘мне лень’ в речи сицилийцев на итальянском появляется ошибочное *mi secco* вместо нормативного *mi secca*, а конструкция *ci sbagliamo di due anni* заменяет литературное *c’è una differenza tra noi di due anni* ‘между нами два года разницы’[1, с. 131].

Социолингвистическое положение трех диалектов существенно различается, что во многом определяет перспективы их сохранения. Тосканский диалект, благодаря тому, что именно он лег в основу литературного итальянского языка, занял престижное положение в языковой истории Италии. Творчество «трех венценосцев» – Данте, Петрарки и Боккаччо – обеспечило флорентийскому наречию статус общенационального образца [2, с. 119]. Однако в настоящее время, как замечает И. А. Лиходкина, язык Флоренции (Тосканы), по-прежнему считающийся стандартом, потерял былой престиж, а его черты особенно в фонетике часто признаются диалектными, неправильными или архаичными [2, с. 120].

Ломбардский и сицилийский диалекты, напротив, не имели шанса стать основой литературной нормы, но сохранили архаичные структурные черты, ценные для понимания эволюции романских языков. Е. С. Прокопович, описывая ситуацию в Бергамо, отмечает, что диалект сохраняется почти исключительно среди людей старшего поколения, а также в среде рабочих и жителей горных районов, тогда как в формальной обстановке общения скорее будет использоваться итальянский [3, с. 83]. Сицилийский диалект, по заключению М. Ю. Десятовой, находится под угрозой: «Услышать сицилийскую речь в чистом виде сейчас невозможно. Речь идет лишь о процентном соотношении сицилийских и итальянских элементов в речи» [1, с. 130]. Несмотря на признание Еврокомиссией сицилийского миноритарным языком, в Италии он не имеет официального статуса, а низкий престиж, усугубляемый негативными стереотипами, зачастую заставляет родителей исключать его из общения с детьми.

Таким образом, сопоставительный анализ показывает, что тосканский, ломбардский и сицилийский диалекты представляют собой самостоятельные языковые системы, каждая из которых характеризуется уникальным набором фонетических, морфологических и лексических черт. Тосканский диалект демонстрирует близость к литературной норме, но одновременно обнаруживает яркие фонетические особенности, маркирующие его как диалект. Ломбардский характеризуется сложной морфологической и фонологической системами, сближающими его с галло-романским ареалом. Сицилийский, в свою очередь, сохранил лексические и фонетические архаизмы, свидетельствующие о его самостоятельном и длительном развитии в условиях интенсивных языковых контактов. Ключевые различия между идиомами обусловлены влиянием языков-субстратов (этрусским, кельтским, греческим) и разной степенью географической и социальной изоляции регионов. Тосканский диалект занял престижное положение благодаря мощной литературной традиции эпохи Возрождения, тогда как ломбардский и сицилийский сохранили архаичные черты, важные для понимания и изучения общих закономерностей эволюции романских языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Десятова, М. Ю. Сицилийский диалект в современной лингвистической ситуации Италии / М. Ю. Десятова // Вестник ПСТГУ. Серия III: Филология. – 2008. – Вып. 2 (12). – С. 127–133.
2. Лиходкина, И. А. Тосканский диалект как основа литературного итальянского языка: история и современность / И. А. Лиходкина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2015. – № 12 (54), ч. 3. – С. 119–122.
3. Прокопович, Е. С. Ломбардский диалект в провинции Бергамо: современный статус и перспективы существования / Е. С. Прокопович // Вопросы филологии. – 2009. – № 2 (32). – С. 80–87.
4. Сладких, А. А. Особенности сицилийского диалекта / А. А. Сладких, А. Ю. Середина // Материалы международной научно-практической конференции. – 26 сент. 2017. – С. 169–172.
5. Филипацци, Ю. А. Итальянский язык и его диалекты: культурная концепция против реальности? / Ю. А. Филипацци // Научные школы УрГУ: уральская итальянистика : сб. науч. тр. / Уральский федеральный университет. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2010. – С. 220–225.
6. Alefcom. Ломбардский язык (диалекты Ломбардии) [Электронный ресурс] // LiveJournal. – 2016. – Режим доступа: https://alefcom.livejournal.com/52020.html. – Дата доступа: 05.03.2026.

Р. Н. КИСЕЛЬ
Научный руководитель:
Е. В. Чеснокова, заведующий кафедрой итальянского языка к.ф.н., доцент.

ОБРАЗ СМЕРТИ В ИТАЛЬЯНСКОЙ И РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА: ПАРАЛЛЕЛИ И РАСХОЖДЕНИЯ

Аннотация: в статье проводится сравнительный анализ образа смерти в итальянской и русской языковой картине мира, выводятся параллели и расхождения в использовании данного образа в выражениях, пословицах, повериях и поговорках, которые выявляют сходства и различия в представлениях и картине мира двух данных народов.
Ключевые слова: образ смерти; итальянский язык; русский язык; когнитивный сценарий; табуированность; паремиологическая картина мира;рационализм; стоицизм; экзистенциональный пессимизм; мифологизм.

ОБРАЗ смерти, будучи неотъемлемой частью жизни любого человека, часто встречается в итальянской и русской культуре и является объектом исследований многих ученых, лингвистов и студентов. Исследование направленно на углубление понимания образа смерти в выражениях, пословицах, повериях и поговорках двух культур, несмотря на табуированность данной темы.

В ходе исследования был проведен сравнительный анализ итальянских и русских паремий, имеющих в своем составе образ смерти. На основе данного анализа были выделены доминирующие когнитивные сценарии в каждой культуре и определены их совпадения и расхождения.

Самым распространенным когнитивным сценарием как в русском, так и в итальянском языке является неизбежность смерти. Данный сценарий базируется на том, что смерть является неизбежным событием, независящим от воли человека. Это можно наблюдать в выражении *E Roma non darà tregua dalla morte* ‘и Рим не даст отсрочку от смерти’ либо в русском выражении *От смерти не спрячешься (не уйдешь). От смерти некуда деваться* [1, с.28; 3].

Вместе с неизбежностью смерти также часто встречается сценарий равенства перед смертью, ее беспристрастность. В данных паремиях подчеркивается, что смерть приходит ко всем, не смотря на их богатство, статус или положение. Примером таких паремий является итальянская поговорка *Dalla morte non scamperà né il ricco, né il re, né il Papa* ‘от смерти не убежит ни богач, ни король, ни Папа Римский’ или же русская поговорка *Смерть на зубы не смотрит* [1, с.28; 2]. Итальянские паремии подчеркивают социальный и имущественный нивелир, характерный для итальянской культуры с ее иерархичностью, перед которой смерть демонстрирует абсолютную беспристрастность. Русские поговорки передают беспристрастность через более телесные метафоры, акцентируя не столько телесный состояние, сколько физическое уничтожение.

Третий когнитивный сценарий, который нашел свое отражения в двух языках, это внезапность смерти, невозможность ее предугадать. Как например в выраежниях *La morte non avverte* ‘смерть не предупреждает’, *La morte viene quando meno si aspetta* ‘смерть приходит, когда меньше всего ее ожидаешь’, а также руское народное выражение *Смерть берет расплохом. Смерть нахрапом берет* [1, с.29-30; 3].

Хочется отметить, что количественное соотношение паремий в двух языках по когнитивным сценариям отличается. В русском языке доля

пословиц, акцентирующих внезапность смерти вдвое выше, чем в итальянском. И напротив, в итальянском языке чаще встречаются паремии, подчеркивающие неизбежность.

Три данных когнитивных сценария являются самыми распространенными случаями упоминания образа смерти в итальянской и русской языковой картине мира, однако существуют и менее распространенные случаи.

Следует упомянуть влияние христианства на два данных народа. В Италии католическая ветвь христианства оказывает огромное влияние на мышление, представления и культуру, что нашло свое отражение и в пословицах: *Morir per Cristo è vivere, vivere senza Cristo è morire* ‘умереть за Христа – значит жить, жить без Христа – значит умереть’ [4]. В России неотъемлемую роль играет другая ветвь христианства – православие, что также отразилось в паремиологической картине мира этого народа: *Дай Бог умереть, да дай Бог покаяться!* [3]

Различия в конфессиональных акцентах проявляется и в обращении к святым. В итальянских паремиях часто упоминаются конкретные святые-заступники, например San Giuseppe, который является покровителем легкой смерти: *San Giuseppe Patriarca protettore dell'agonia. Tu assisti la morte sua con Gesù e con Maria* ‘святой Иосиф Патриарх, покровитель предсмертного часа. Ты сопутствуешь его смерти вместе с Иисусом и Марией’ [4]. В русских же пословицах смерть соотносится напрямую с богом, минуя фигуры посредников. Это отражает более “индивидуалистическую” модель католицизма и более “прямую” модель православия.

Встречается когнитивный сценарий смерти как мерила честной жизни. В паремиях такого типа проводится параллель между тем, как человек вел свою жизнь, и тем, какой конец ему уготован, основываясь на ней. Например, *A un uom ben nato o un viver bello o un bel morirconviene* ‘настоящий человек должен честно жить или честно умереть’, в русском языке существует выражение *Кто как живет, так и умирает* [1, с.25; 3]. Данный сценарий устанавливает этическую связь между качеством жихни и качеством смерти. В итальянских паремиях присутствует сословный контекст, т.к. uom ben nato – благороднорожденный. Это указывает на аристократический идеал, где честь должна сопутсвовать и жизни, и смерти. Русская версия более фаталистична: смерть не требует доблести, она просто отражает прожитую жизнь.

Присутствуют паремии связанные с безвозвратностью смерти, такие как

Il morto non trova piu ‘с того света не возвращаются’ [1, с.29]. В русском языке существует дословный аналог данной пословице.

В русской культуре смерть часто могут рассматривать как страшную силу, дикого зверя, наделяя ее чертами живого существа, как в выражении *Смерть плотью живет. Смерть с костьми сгложет* [3]. Существует и поговорка, которая одновременно объединяет в себе сразу и когнитивный сценарий смерти как дикого зверя и ее беспристрастности: *Смерть голову откусит – всех поравняет* [3]. Данный сценарий подчеркивает телесность смерти в человеческом сознании. Смерть – это не абстрактный закон, а всепожирающий хищник, который буквально разрывает тело человека на части.

Вместе с этим в русском языке встречаются выражения, которые сравнивают тяжелую жизнь со смертью, тем самым приуменьшая ее значение и таким образом страх перед ней. Примеры таких выражений: *Чем жить да век плакать, лучше спеть да умереть. Чем с плачем жить, так лучше с песнями умереть. Бойся жить, а умирать не*

бойся! Жить страшнее, чем умереть [3]. Смерть здесь выступает не как абсолютное зло, а как избавление от тяжелой жизни. Данные паремии свидетельствуют о глубоком экзистенциональном пессимизме, когда жизнь может быть настолько невыносимой, что смерть становится желанной. В итальянском языке такие конструкции практически отсутствуют, там жизнь позиционируется как благо, даже когда речь идет о честной смерти. Этот сценарий отражает тяжелую историю русского народа, включающую в себя крепостное право, войны и голод, где физическое выживание могло быть хуже гибели.

Нельзя не упомянуть тему табуированности образа смерти. У людей всех народов и культур присутствует этот страх, который выражается и в паремиях. Люди стараются не упоминать смерть, боясь накликать ее на себя. Люди используют смягчающие выражения, как например итальянская фраза *Passare a miglior vita* 'перейти в лучшую жизнь', чтобы не упоминать смерть напрямую [4]. Есть и прямые выражения, которые показывают страх смерти: *Всякий живот боится смерти. Живой смерти боится* [3].

Образ смерти окутан мистицизмом, существует множество поверий и обрядов, связанных с ее образом, особенно в русской культуре. Люди стараются предсказать наступление смерти или предотвратить его особыми действиями, тем самым получая чувство контроля над этой непредсказуемой силой. Так из самых известных поверий, *Сколько раз кукушка натощак кого окукует, столько лет жить* либо же *Три свечи на столе – к покойнику* [3]. Вместе с этим существует множество обрядов, связанных с похоронами, которые тоже выражают мистическое отношение людей к смерти, и в месте с этим передаются как традиции из поколения в поколение.

Подводя итог сравнительного анализа итальянских и русских паремий, имеющих в своем составе образ смерти, можно утверждать, что в обоих языках существует параллели в самых распространенных когнитивных сценариях, таких как неизбежность, беспристрастность и внезапность смерти. Вместе с тем существуют и менее распространенные примеры, которые в том или ином виде демонстрируют представление людей о смерти и их отношении к ней. Обе культуры находятся под влиянием христианства, что тоже оставило свой след в паремиологической картине итальянского и русского языков. В итальянском католицизме смерть воспринимается как переход к истинной жизни через Христа, в русской же это момент покаяния.

В итальянской культуре смерть предстает как рационально-философская универсалия, она абстрактна. В пословицах преобладают абстрактно-логические формулировки. Она неизбежный и уравнивающий закон бытия, смерть часто персонифицируется через нейтральные метафоры. В русской же культуре смерть часто не умозрительна, а телесна и антропоморфна. При этом русские пословицы обесценивают смерть, сравнивая ее с тяжелой жизнью и одновременно густо мистифицируя. В них преобладают конкретно-образные, бытовые метафоры, часто с глаголами активного действия по типу *сгложет* или *откусит*. Эти различия отражают глубинные расхождения в народном мировосприятии между средиземноморским рационализмом, стоицизмом и восточнославянским экзистенциональным пессимизмом и мифологизмом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Васькина, Т. А. Итальянские фразеологизмы : тематический словарь / Т. А. Васькина. – Минск : Колорград, 2016. – 230, [1] с.
2. Пословицы о жизни и смерти [Электронный ресурс] // Millionstatusov.ru. – Режим доступа: https://millionstatusov.ru/poslovitsi/zhizn-i-smert.html. – Дата доступа: 17.05.2026.
3. Пословицы русского народа (Даль) : Жизнь – Смерть [Электронный ресурс] // Викитека. – Режим доступа: https://ru.wikisource.org/wiki/Пословицы_русского_народа_(Даль)/Жизнь_–_Смерть. – Дата доступа: 17.05.2026.
4. La morte : proverbi e modi di dire [Электронный ресурс] // Paperblog. – Режим доступа: https://it.paperblog.com/la-morte-proverbi-e-modi-di-dire-1736176/. – Дата доступа: 17.05.2026.

Н. А. КОТ
Научный руководитель:
Е. В. Чеснокова, заведующий кафедрой итальянского языка к.ф.н., доцент.

ИТАЛЬЯНСКИЙ ЯЗЫК В ШВЕЙЦАРСКОЙ КОНФЕДЕРАЦИИ: ФОНЕТИЧЕСКИЕ, ГРАММАТИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ВАРИАНТА

Аннотация: статья посвящена анализу фонетических, грамматических и лексических особенностей швейцарского варианта итальянского языка. Рассматривается положение итальянского языка в Швейцарии как одного из официальных языков страны, а также влияние многоязычной среды на формирование национального варианта итальянского языка. Особое внимание уделяется лексическим различиям, связанным с политико-административной системой Швейцарии, образовательной сферой и повседневной коммуникацией. Анализируются заимствования из немецкого и французского языков, а также явление «triplette panelvetiche». Кроме того, в статье рассматриваются грамматические особенности швейцарского итальянского, включая вариативность употребления предлогов, артиклей и синтаксических конструкций. Отдельное внимание уделяется фонетическим особенностям, сформировавшимся под влиянием немецкого и французского языков, а также североитальянских диалектов. Результаты исследования показывают, что швейцарский вариант итальянского языка представляет собой самостоятельную национальную разновидность итальянского языка, отражающую культурные и исторические особенности Швейцарии.
Ключевые слова: швейцарский вариант итальянского языка; стандартный итальянский; заимствования; фонетические особенности; грамматические особенности; лексические особенности; кантон Тичино; многоязычие.

ИТАЛЬЯНСКИЙ язык является одним из официальных языков Швейцарии наряду с немецким, французским и ретороманским. Хотя итальянский язык в Швейцарии сохраняет общую структуру стандартного итальянского языка, в процессе исторического развития сформировался особый национальный вариант. Его особенности связаны с существованием языка в условиях многоязычия и постоянного контакта с немецким и французским языками.

Швейцарский вариант итальянского языка распространён прежде всего в кантонах Тичино и Гриджони, где он функционирует в условиях языковой конкуренции. Именно поэтому в нём появились особые лексические, грамматические и фонетические черты, которые отличают его от стандартного итальянского языка [2, с. 1-2].

Фонетические особенности швейцарского варианта итальянского языка сформировались под влиянием многоязычной среды. Одной из наиболее заметных черт является ослабление двойных согласных. Например, слово *sessanta* может произноситься как *[seˈsanta]* вместо стандартного *[sesˈsanta]* [2, с.72].

Наблюдаются различия в произношении гласных */e/* и */o/*, а также особенности реализации некоторых согласных звуков. Например, в позиции после носовых согласных возможно озвончение аффрикаты *[ʦ]*: *pranzo* может произноситься как *[ˈprandʑo]* [2, с.72].

Отмечается более задняя артикуляция звука *[r]*. Иногда используются варианты *[ʀ]* или *[ʁ]*, характерные для французского и немецкого произношения [2, с.72].

Для швейцарского варианта характерно особое произношение аббревиатур. Они часто читаются согласно немецкому алфавиту. Например, *BMW* произносится как *[beɛmˈve]*, тогда как в Италии используется вариант *[biɛmmeˈvu]* [2, с.72].

Заимствованные слова также часто сохраняют особенности произношения языка-источника. Немецкое слово *foehn* произносится ближе к оригиналу – *[ˈføːn]*, а французское *dépliant* – *[depliˈã]* [2, с.72].

Грамматические особенности швейцарского варианта итальянского

языка менее заметны, чем лексические, однако они также представляют интерес. Одной из характерных черт является почти полное отсутствие грамматического времени *Passato Remoto* в устной речи. В системе предлогов наблюдается вариативность. Например, возможны конструкции *essere capace a* и *essere capace di* ‘быть способным на’. В некоторых случаях вместо предлога *di* употребляется *da*: *pausa da dieci minuti* ‘десятиминутная пауза’ вместо стандартного *pausa di dieci minuti* [1; 2, с.73; 3].

В разговорной речи широко используется определённый артикль перед именами собственными: *il Luigi*. Подобная особенность характерна также для североитальянских диалектов [3].

Под влиянием французского языка изменяется род некоторых существительных. Например, в Италии слово *il meteo* ‘прогноз погоды’ мужского рода, а в Швейцарии чаще употребляется форма женского рода *la meteo* [3].

На синтаксическом уровне заметно влияние французского и немецкого языков. Иногда изменяется порядок слов в предложении. Например, наречия *più* ‘более’, *meglio* ‘лучше’, *maggiormente* ‘больше’ могут стоять перед инфинитивом, что напоминает французскую модель построения фразы [1; 2, с.74].

Для швейцарского варианта характерно активное употребление глагольных конструкций с предлогами. Например, выражение *chinarsi su* употребляется в значении ‘рассматривать’, ‘изучать’, хотя в Италии чаще используются глаголы *esaminare* или *occuparsi di*. Подобные конструкции особенно распространены в административной и официальной речи [1; 2, с.74].

Интересной особенностью является использование феминитивов. В швейцарском варианте итальянского языка широко употребляются формы *l’ingegnera* ‘инженерка’, *la sindaca* ‘мэрка’, *la presidente della Confederazione* ‘президентка Конфедерации’. В Италии подобные формы всё ещё вызывают споры и используются реже [2, с.76].

Наиболее заметные различия между стандартным итальянским языком и швейцарским вариантом наблюдаются на лексическом уровне. Многие слова либо получают новые значения, либо используются для обозначения реалий, характерных исключительно для Швейцарии. Особенно это касается политико-административной сферы. Политическая система Швейцарии существенно отличается от итальянской, поэтому в языке появляются специальные термины, связанные с устройством государства. Например, в швейцарском итальянском активно употребляются такие слова, как *Consiglio federale* ‘Федеральный совет’ и *Assemblea federale* ‘Федеральное собрание’. В Италии для обозначения этих понятий используются более общие термины *Governo* ‘Правительство’ и *Parlamento* ‘Парламент’. Подобные различия связаны с тем, что Швейцария является федерацией, а Италия – унитарным государством [1; 4, с.62].

Интересным примером является слово *cantone*. В Швейцарии оно обозначает административную единицу государства – ‘кантон’. В Италии же это слово чаще связано со значением ‘угол здания или комнаты’. Таким образом, одно и то же слово функционирует в разных сферах в Италии и Швейцарии [1; 4, с.36].

Некоторые слова в швейцарском варианте получают новое значение. Так, слово *magistrato* в Швейцарии обозначает ‘представителя исполнительной власти’, тогда как в Италии оно связано с судебной системой и означает ‘судья’. Подобные примеры показывают, что различия касаются не только новых слов, но и семантики уже существующих единиц [1; 4, с.62].

Особое место занимает лексика, связанная с политическими процедурами. Например, слово *iniziativa* в швейцарском варианте обозначает ‘народную законодательную инициативу’, тогда как в Италии это слово имеет более широкое значение – ‘инициатива’ в целом. Аналогично слово *postulato* в Швейцарии

связано с парламентской процедурой, а в Италии означает ‘постулат’ в философском или религиозном смысле [1; 4, с.62].

В швейцарском варианте итальянского языка существует большое количество слов, связанных с системой образования. Многие из них отличаются от стандартных итальянских обозначений. Например, слово *nota* в Швейцарии означает ‘оценка’, тогда как в Италии используется слово *voto*. В Италии же *nota* обычно означает ‘заметка’ или ‘примечание’ [1; 4, с.60].

Для швейцарского итальянского характерно и большое количество сокращённых форм. Например, *uni* вместо *università* ‘университет’, *matura* вместо *maturità* ‘зрелость’. Подобные формы широко употребляются в разговорной речи и постепенно становятся частью языковой нормы [4, с.60].

Отдельного внимания заслуживает лексика кантона Тичино. Здесь особенно заметно влияние немецкого и французского языков. Многие слова появляются в результате прямого заимствования или калькирования. Например, слово *azione* в швейцарском варианте означает ‘скидка’, ‘специальное предложение’, что связано с немецким словом *Aktion*. В стандартном итальянском языке *azione* означает ‘действие’. Швейцарский вариант активно использует германизмы и галлицизмы. Из немецкого языка были заимствованы слова *zwieback* ‘сухарь’, *Fleischkäse* ‘разновидность мясного изделия’, *sofortprogramm* ‘срочная программа’. Из французского языка пришли такие слова, как *atelier* ‘детская игровая школа’, *diaporama* ‘аудиовизуальный материал’, *riservazione* ‘бронь’ [1; 2, с.66-69; 4, с.60].

Особенно сильное влияние французского языка наблюдается в гастрономической сфере. Например, в Швейцарии говорят *caffè crème* ‘кофе со сливками’, а не *caffè con panna liquida*, как это принято в Италии [1; 4, с.60].

Интересным явлением являются так называемые *«triplette panelvetiche»*. Это слова, которые существуют одновременно в итальянском, французском и немецком языках Швейцарии и обозначают одну и ту же швейцарскую реалию. Например, слово *azione* ‘акция’ соответствует немецкому *Aktion* и французскому *action*. Подобные параллели формируют особую швейцарскую языковую идентичность и показывают тесное взаимодействие языков внутри страны [4, с.57,67].

Таким образом, швейцарский вариант итальянского языка представляет собой самостоятельную национальную разновидность итальянского языка. Его формирование происходило в условиях многоязычия и постоянного контакта с немецким и французским языками. Наиболее яркие различия проявляются в лексике, особенно в административной, образовательной и бытовой сферах. Грамматические и фонетические особенности менее значительны, однако они также подтверждают существование особого швейцарского варианта итальянского языка. Все эти особенности отражают исторические, политические и культурные условия развития итальянского языка в Швейцарии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Dizionario Internazionale De Mauro [Электронный ресурс]. – URL: https://dizionario.internazionale.it/ (дата обращения: 01.05.2026).
2. Kunz A., Natale S. (a cura di) L’italiano in Svizzera: spazi e realtà. – ISBN 978-3-0343-4722-8 – 295 p.
3. Moretti B. L’italiano in Svizzera. – Italia–Svizzera: la storia dal 1861 al 2011, 2011 – 6 p.
4. Piano M. Plurilinguismo e dinamiche linguistiche in Svizzera: studio contrastivo sugli elvetismi italiani e tedeschi / Università della Valle d’Aosta, 2025 – 98 p.

К. Д. ХАРЧЕНКО
Научный руководитель:
Е. В. Чеснокова, заведующий кафедрой итальянского языка к.ф.н., доцент.

«SOFT POWER ИТАЛИИ: КАК КУЛЬТУРА (КИНО, КУХНЯ, МОДА) РАБОТАЕТ ИНСТРУМЕНТОМ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ СТРАНЫ В XXI ВЕКЕ»

Аннотация: в работе рассматривается феномен «soft power» и его влияние на имидж страны, а также подходы Италии к реализации концепции “мягкая сила”. Анализируется развитие культуры Италии, основные составляющие «мягкой силы», деятельность институтов культуры как главного инструмента и аспекта распространения итальянской культуры.
Ключевые слова: мягкая сила; культура; Италия; концепция; феномен.

ТЕРМИН “мягкая сила” впервые был употреблён в качестве противоположного «жесткой силе» в 1990 г. в журнале Foreign Policy, в статье американского политолога Джозефа Найя. Согласно интерпретации американского политолога, «мягкая сила» является антиподом той власти, которая включает в себя грубые методы убеждения и давление, и, наоборот, играет важную роль в создании положительного имиджа страны и в привлечении других государств. В качестве инструментов «мягкой силы» Най выделяет культурные и политические ценности страны, а также легитимную внешнюю политику. В 2004 г. Най перечислил широкий список единиц измерения «мягкой силы», в число которых вошли: количество иностранных иммигрантов, заявки на предоставление убежища, продажа книг и музыки, популярные виды спорта, Нобелевские лауреаты, продолжительность жизни населения, зарубежная помощь государства и средства, потраченные на публичную дипломатию. Таким образом, Дж. Най, пересмотрел и расширил концепт «мягкой силы».

Стоит отметить тех исследователей, которые постарались доработать и расширить данный концепт. В число этих исследователей входят такие авторы, как: Д. М. Ковба, О. Г. Леонова, Е. П. Панова, П. Б. Паршин, Е. М. Харитонова и М. М. Лебедева. Отдельно стоит выделить тех авторов работ, которые исследовали мягкую силу Италии или ее отдельные источники. К ним относятся итальянские авторы, такие как Г. Митидьери, А. Теста, которые рассмотрели влияние итальянского языка на «мягкую силу» Италии; Д. Барточини, исследовавший итальянское кино в качестве источника привлекательности страны.

Культура Италии на протяжении веков впитывала в себя лучшие достижения культуры Средиземноморья и Востока, соединяя их с европейскими особенностями. Как среднее европейское государство, Италия активно пытается применять культуру как основной элемент своей внешней политики. Культура и язык являются главными ресурсами «мягкой силы» Италии, на которых и держится привлекательность этой страны. Как отметила К.М. Табаринцева-Романова тяга к итальянской культуре объясняется ее эмоциональным характером, который мы бессознательно впитываем еще с детских лет, таким образом формируя свое представление о культуре.

Со временем итальянская концепция «мягкой силы» была интерпретирована в собственное понимание - «Dolce potere» (мягкая сила). Политика «мягкой силы» в Италии предполагает всестороннее развитие публичной и культурной дипломатии, продвижение культуры и языка итальянского народа. Италия

способна демонстрировать образцовый пример такой дипломатии. Страна стремится к активному формированию международной италоязычной общности, подчеркивая привлекательность Италии и своего бренда «Made in Italy». Концепция «мягкой силы» – важнейшая составляющая имиджевой стратегии современной Италии. Экс-министр иностранных дел Франко Фраттини отмечал: «культур-ная составляющая – «soft power» – это притягательная сила, которой обладают лишь немногие страны и которую мы должны использовать максимально эффективно». Итальянская концепция «мягкой силы» имеет свои особенности.Стратегическими приоритетами политики «мягкой силы» Италии, которые отражены в документе «La Nuova Farnesina per il Sistema Paese», являются: наращивание торгового и экономического сотрудничества с развивающимися странами; усиление позиций итальянских предприятий за рубежом; распространение итальянской культуры и итальянского языка в мире. Среди основных составляющих «мягкой силы» Италии можно выделить следующие: культура и искусство, туристическая привлекательность, бренд «Made in Italy», стиль жизни (кухня, мода и дизайн, концепт dolce vita). Такой подход способствует последовательному развитию интереса иностранных целевых аудиторий как к Италии в целом, так и к итальянской высокой и массовой культуре, в частности. Прослеживается данная тенденция на примере итальянских музеев (Археологический музей Мила, Вилла Некки Кампильо, Музей Новеченто, Кавеллу Сан-Северо, Королевский дворец в Неаполе и т.д.) развивающих дистанционные (виртуальные) туры для ознакомления зарубежных целевых аудиторий с историей и высокой культурой Италии.

Ещё одним важным аспектом продвижения “мягкой силы” Италии выступает работа некоммерческих организаций. Одной из ключевых организаций выступает Фонд общества «Данте Алигьери» (создан в 1889 г.), цели которого связаны с популяризацией и защитой итальянского языка и культуры в мире. Стратегическая роль данного общества заключается в его широкой географии присутствия (свыше 400 заграничных представительств), на базе каждого из которых проводятся выставки, концерты, кинофестивали, показы мод, литературные события, дополняемые организацией курсов итальянского языка, изучением культуры и т.п. Другими важными некоммерческими организациями выступают Академия Брера (Милан), Академия делла Круска, в компетенцию которой входит продвижение итальянского языка, а также Академия Понтаниана (развитие и распространение научных, литературных и художественных знаний).

Однако важнейшим фактором в данном вопросе выступают Итальянские институты культуры (ИИК), «культурный рупор итальянской внешней политики». Они главным образом служат продвижению культуры и языка. В настоящий момент в мире действует 90 ИИК, являющихся «местом встречи и диалога интеллектуалов, деятелей искусства и культуры, а также простых граждан, которые стремятся установить и поддержать связь с Италией». Институт культуры – это не только «витрина» Италии, источник актуальной информации о стране, но и центр продвижения инициатив культурного сотрудничества. Помимо организации курсов итальянского языка, ИИК занимаются проведением мероприятий в различных сферах (искусство, музыка, кино, театр, балет, танец, дизайн, фотография). В целях продвижения итальянского языка и культуры за рубежом ИИК с 2001 г. ежегодно организуют Неделю итальянского языка в

мире. Это весьма масштабное культурное событие: так, в 2012 г. в рамках Недели итальянского языка было проведено более полутора тысяч мероприятий в 95 странах и 150 городах мира.

Основная цель работы выше указанных организаций-представить современную Италию как страну достижений в сферах науки, искусства, высоких технологий, а также познакомить зарубежную аудиторию с итальянскими регионами и их диалектами. Многие страны, в том числе и Итальянская Республика, активно содействуют распространению национальной культуры, что влечёт за собой рост политического влияния; популяризацию национального языка; распространение позитивного представления о государстве и укрепление его имиджа за рубежом; развитие сотрудничества с иностранными государствами; достижение целей внешней политики и многое другое. Отсюда следует, что культурная дипломатия – это некий инструмент, благодаря которому государства могут поспособствовать формированию позитивного внешнеполитического образа у мирового сообщества и представить ему свои позиции и интересы. Культурная дипломатия, являющаяся одним из главных инструментов «мягкой силы», имеет большое значение для Италии и для роста её влияния на международной арене.

Необходимо также подчеркнуть, что когда речь заходит о культуре как об одной из составляющих «мягкой силы», то в данном случае под культурой подразумевается именно массовая культура, которая пропагандируется посредством интернета, средств массовой информации, музеев, различных выставок, кинематографа, разного рода культурных мероприятий и т.д. Кроме того, культура как ресурс «мягкой силы» включает в себя множество аспектов, служащих для повышения привлекательности государства за рубежом. Например, это объекты культуры (произведения искусства и литературы), исторически развивающиеся программы человеческой деятельности, общения и поведения. Именно культура предоставляет широкие возможности влияния на человеческое восприятие.

Таким образом, необходимо сделать вывод о системной работе институтов итальянской культуры в контексте продвижения культурной дипломатии. Специфические подходы Италии к реализации «мягкой силы» (в целом) и культурной дипломатии (в частности) связаны с сопряжением отдельных направлений и элементов «мягкой силы» (кино, кухня, мод, спорт, общественная и научная дипломатии). Так в XXI веке итальянские институты культуры выступают одним из ключевых внешнеполитических инструментов страны: через продвижение языка, искусства и традиций Италия укрепляет своё влияние на международной арене.

В ходе работы были сделаны данные выводы: концепция «Soft power»- это важнейшая составляющая имиджевой стратегии современной Италии; основным фактором продвижения концепции «мягкой силы» в политике Италии выступает культурная дипломатия, ставящая целью распространение итальянской культуры за рубежом и популяризацию итальянского языка. Продвижению культуры способствуют итальянские институты культуры, являясь «культурным рупором итальянской внешней политики», как отмечает в своём научном исследовании «Мягкая сила Италии» Елена Василенко. В ходе данного исследования было выявлено, что в Италии институты культуры являются основным источником актуальной информации о стране, а также центром продвижения инициатив культурного сотрудничества. Благодаря им Италия

развивает многостороннее сотрудничество с другими странами, завязывает экономические и укрепляет политические связи за счет распространения своего языка, традиций, искусства, литературы и т.д. Помимо организации курсов итальянского языка, итальянские институты культуры занимаются проведением мероприятий в различных сферах (искусство, музыка, кино, театр, балет, фотография).

ЛИТЕРАТУРА

1. Василенко Е.В. «Мягкая сила» имиджевой политики Италии // Мир и политика. 2013. № 10. С. 222–232.
2. Калинина А.А. Особенности «мягкой силы» Италии на современном этапе [Электронный ресурс]: выпускная квалификационная работа / Калинина А.А. ; Уральский федеральный университет. – Екатеринбург, 2018. – 79 л. – URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/60381/1/b_th_a.a.kalinina_2018.pdf (дата доступа: 10.05.2026).

СОДЕРЖАНИЕ

«ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ЛИТЕРАТУРА В ПРОСТРАНСТВЕ КУЛЬТУРЫ»
АСАБЛІВАСЦІ ІНТЭЛЕКТУАЛІЗАЦЫІ Ў ЖАНОЧАЙ І МУЖЧЫНСКАЙ ПОСТКАЛАНІЯЛЬНАЙ ПРОЗЕ (НА ПРЫКЛАДЗЕ РАМАНАЎ А. ДЖОШЫ “THE HENNA ARTIST” І С. РУШДЗІ “MIDNIGHT’S CHILDREN”)
А. В. ДОРОХ 3
СПЕЦИФИКА ВОСПРИЯТИЯ И ИНТЕРПРЕТАЦИИ НЕЙРООТЛИЧНЫМ ГЕРОЕМ РОМАНА М. ХЭДДОНА «ЗАГАДОЧНОЕ НОЧНОЕ УБИЙСТВО СОБАКИ» МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИХ КАТЕГОРИЙ И ЦЕННОСТНОГО АСПЕКТА В ОТНОШЕНИЯХ МЕЖДУ ЛЮДЬМИ
А. С. РАССАДИНА 8

«БЕЛАРУСКАЯ ФІЛАЛОГІЯ»
СПОСАБЫ ПЕРАКЛАДУ НА АНГЛІЙСКУЮ МОВУ РЭГІЯНАЛІЗМАЎ РЫГОРА БАРАДУЛІНА
А. П. ВАРАНЕЦКАЯ 13
ПЕРАКЛАД БЕЛАРУСКАЙ ЛАКУНАРНАЙ ЛЕКСІКІ З ПРОЗЫ ВАСІЛЯ БЫКАВА І ІВАНА МЕЛЕЖА НА КІТАЙСКУЮ МОВУ: ПАРАЎНАЛЬНЫ АСПЕКТ
Д. С. ГРЫГАРУК 18
РЭПРЭЗЕНТАЦЫЯ АДНОСІН МУЖА І ЖОНКІ Ў БЕЛАРУСКІМ І КІТАЙСКІМ ФРАЗЕА- І ПАРЭМІЯЛАГІЧНЫМ ФОНДАХ
У. В. ІВАСКЕВІЧ 23
РЭПРЭЗЕНТАЦЫЯ ЎЗРОСТАВЫХ СТЭРЭАТЫПАЎ У БЕЛАРУСКІХ І КІТАЙСКІХ НАРОДНЫХ КАЗКАХ
С. І. КАЛЕСНІКАВА 27
АСАБЛІВАСЦІ МАСТАЦКАГА АСЭНСАВАННЯ ВОБРАЗА ІНТЭЛІГЕНТА НА МАТЭРЫЯЛЕ ТВОРАЎ «НА РОСТАНЯХ» ЯКУБА КОЛАСА І «灭亡» БА ДЗІНЯ
М. А. КУЦАВОЛ 31
МІКРАКАНЦЭПТ “БОГ” Ў СТРУКТУРЫ ПАРЭМІЯЛАГІЧНАГА ПОЛЯ “РЭЛІГІЯ” Ў БЕЛАРУСКАЙ І АНГЛІЙСКАЙ МОВАХ
П. А. ЛАБКОЎСКАЯ 35
БЕЛАРУСКАЯ МОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТЫНГАВАЙ СТРАТЭГІІ КАМПАНІІ «ІЎ РАШЭ» Ў БЕЛАРУСІ
В. А. ЛІПНІЦКАЯ 39
КАНЦЭПТ *ЗДАРОЎЕ* Ў СУВЯЗІ З ДУХОЎНЫМ І ПСІХІЧНЫМ СТАНАМ У БЕЛАРУСКАЙ І АНГЛІЙСКАЙ ПАРЭМІЯЛОГІІ
Р. Ю. МАКАРЦАЎ 44
АСАБЛІВАСЦІ ПЕРАКЛАДУ ЭМАТЫЎНЫХ ФРАЗЕАЛАГІЗМАЎ ТЫПУ ЧЭН’Ю З КІТАЙСКАЙ МОВЫ НА БЕЛАРУСКУЮ МОВУ (НА МАТЭРЫЯЛЕ АПОВЕСЦІ ХАНЬ СУНА “У ПОШУКАХ ЛУНА”)
П. С. МАРОЗАВА 47
СЕМАНТЫЧНЫЯ РАЗНАВІДНАСЦІ ВЫСОКАІНТЭНСІЎНЫХ БЕЛАРУСКІХ ДЗЕЯСЛОВАЎ З ПРЭФІКСАМ ЗА-
Д. А. ШЧАТКО 51

«ARS GRAMMATICA»
ОЦЕНКА И КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПЕРЕМЕН В АНГЛИЙСКОЙ И ФРАНЦУЗСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ
М. А. ГОДЛЕВСКАЯ 56
МОНО- И ПОЛИПРЕДИКАТИВНЫЕ МОДЕЛИ ПОСТРОЕНИЯ МЕНАСИВНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ
Я. А. ЛЕЩУК 60

«ЛИНГВОЛАБ: ЯЗЫК И ИНТЕЛЛЕКТ»
ПАРАМЕТРИЧЕСКИЙ ПРОФИЛЬ ЛЕКСИКИ В ЕСТЕСТВЕННЫХ И СГЕНЕРИРОВАННЫХ ТЕКСТАХ О ПРИРОДЕ
М. А. ЖИЛИНСКАЯ 65

ЛЕКСИЧЕСКИЙ СОСТАВ ЕСТЕСТВЕННЫХ И СГЕНЕРИРОВАННЫХ ТЕКСТОВ ABOUT LOVE: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ
А. В. КАРПУК 69
КОРРЕЛЯЦИЯ ТОНАЛЬНОСТИ НОМИНАЦИЙ ЧЕЛОВЕКА В ЭМОТИВНОМ ТЕЗАУРУСЕ И В КОРПУСНОЙ ВЫБОРКЕ ТЕКСТОВ
М. С. ЛАТЫШЕВА 73
КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА «МОТИВАЦИЯ – МЕХАНИЗМ» В АВТОРСКИХ И СГЕНЕРИРОВАННЫХ ЭССЕ О МОТИВАЦИИ
В. В. ШАКАЛЬ 78

«КОМБИНА́ТОРНАЯ СЕМАНТИКА»
СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ УСТОЙЧИВЫХ СОЧЕТАНИЙ С КОМПОНЕНТОМ «СЕРДЦЕ / HEART»
М. Э. ПАШКЕВИЧ, П. В. ГИБКИЙ 81
СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ТЕМПОРАЛЬНОСТИ В БЕЗЛИЧНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЯХ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА
П. В. ПРИВАЛОВА, П. В. ГИБКИЙ 85

«ФИЛОСОФИЯ ЯЗЫКА И КОММУНИКАЦИИ»
ФИЛОСОФИЯ ПЕДАГОГИКИ ЛОККА И КОНФУЦИЯ
М. А. ВОЙТЕХОВСКАЯ 91
ОТНОШЕНИЕ К ДРУГОМУ У САРТРА И В КИТАЙСКОЙ ФИЛОСОФИИ
П. И. ШАВРОВА 95

«ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ ПИСЬМЕННОГО ПЕРЕВОДА»
КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ В НАЗВАНИЯХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ МАРКА ШАГАЛА
А. А. ДУДКО 98
ПРЕДПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАК КЛЮЧ ПОНИМАНИЯ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В РОМАНЕ Э. ХЕМИНГУЭЯ «ПО КОМ ЗВОНИТ КОЛОКОЛ»
А. С. КУХАРЕВ 102
ХАРАКТЕРИСТИКА ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ АНАЛИТИЧЕСКОЙ СТАТЬИ ПО СИНХРОННОМУ ПЛАВАНИЮ
К. И. ТРАЦЕВСКАЯ 106

«ЭФФЕКТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ»
ТЕМАТИЧЕСКИЕ ДОМИНАНТЫ ФРАНЦУЗСКОГО И БЕЛЬГИЙСКОГО МЕДИАДИСКУРСА ТОЛЕРАНТНОСТИ
А. А. КУЗЬМИНА 110
МОЛОДЕЖНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК СУБЪЕКТЫ ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
М. О. ФЕДОРЦОВА 115

«РЕГИОНАЛЬНЫЕ ВАРИАНТЫ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА»
РУССКОЯЗЫЧНЫЕ ПОЛИТЭРГОНИМЫ: СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА, ПРАГМАТИКА
В. В. ЗУБОВИЧ 119

«ПРАГМАТИКА АВТОРСКОГО ТЕКСТА»
РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ РЕАЛИЙ И ОСОБЕННОСТИ ИХ УПОТРЕБЛЕНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХИЛИНГ-РОМАНЕ КОРЕЙСКОЙ ПИСАТЕЛЬНИЦЫ ХВАН ПОРЫМ «WELCOME TO THE HYUNAM-DONG BOOKSHOP»
А. С. СУНЦОВА 124

«ЯЗЫКОВЫЕ ЕДИНИЦЫ В РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ ДИСКУРСА»
ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ
А. А. ГРИШАЕВА 128

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА АКТУАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ СУБЪЕКТНОСТИ В ПЕСЕННОМ ДИСКУРСЕ
В. А. ПЕЙСИС 131
МУЛЬТИКУЛЬТУРНОСТЬ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА Г. МИНСКА
Ю. А. ТОЛМАЧЕВА 135

«КИНО И КИНОЛИНГВИСТИКА»
ОЦЕНОЧНАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ И РУССКОЯЗЫЧНОЙ РЕЦЕНЗИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ (НА ПРИМЕРЕ ФИЛЬМОВ “SPOTLIGHT” И “MOONLIGHT”)
В. Т. БРУХАЦКАЯ 139
ЛЕКСИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ КИНОАННОТАЦИЙ К ФИЛЬМАМ-УЧАСТНИКАМ МИНСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО КИНОФЕСТИВАЛЯ «ЛІСТАПАД»
С. А. КОЖЕДУБ 144
«СЛОВО ГОДА» В КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ ТРАДИЦИ: ПРИНЦИПЫ ОТБОРА И ДОМИНИРУЮЩИЕ СФЕРЫ ВЛИЯНИЯ
А. В. КОНОВОД 150
ОНИМИЯ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЖЕЙ КОМЕДИЙ И ФИЛЬМОВ УЖАСОВ В СИНОПСИСАХ НА АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ
Е. А. КРЮЧКОВА 154
ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ДЕТСТВА УЧАСТНИЦ КОНКУРСА “MISS UNIVERSE – 2025”
К. В. ЛЫНЬКО 158
НЕОЛОГИЗМЫ В САУНДТРЕКАХ ФИЛЬМА “WONKA” (2023): ЛИНГВОКРЕАТИВНЫЙ АСПЕКТ
М. В. МОРОЗОВА 162
ЛЕКСИЧЕСКОЕ НАПОЛНЕНИЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И РУССКОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ
П. А. РУСАК 165
ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ АДМИНИСТРАТИВНОГО ДЕПАРТАМЕНТА СЪЕМОЧНОЙ ГРУППЫ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ КИНОАННОТАЦИЯХ
Д .М. СИДОРЕНКО 169
ОЦЕНОЧНАЯ ЛЕКСИКА КАК СРЕДСТВО ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРСОНАЖЕЙ В КИНОАННОТАЦИИ К СЕРИАЛУ
А. П. СКАЧКО 173
МОДУЛЯЦИЯ И ЦЕЛОСТНОЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЕ КАК СПОСОБЫ ПРАГМАТИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ КИНОЗАГОЛОВКОВ
А. А. ЦЫКУНОВА 177

«НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ В ТЕКСТЕ И ЯЗЫКЕ»
СИСТЕМА СОВРЕМЕННЫХ ПАРАЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ
А. В. ЖУК 181
КОНФЛИКТОГЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ГЕНДЕРНО МАРКИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ (НА МАТЕРИАЛЕ БЕЛОРУССКОГО, РУССКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ)
А. С. ЮРАСОВА 186

«ВОСТОКОВЕДЕНИЕ»
ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ АРАБСКОГО ЯЗЫКА В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ
П. Ю. ПИСАХОВИЧ 190
СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА РУССКОЙ НАЦИОНАЛЬНО-МАРКИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ НА ТУРЕЦКИЙ ЯЗЫК (НА ПРИМЕРЕ МУЛЬТСЕРИАЛА «МАША И МЕДВЕДЬ»)
А. А. САЧКО 194

«ПИСЬМЕННЫЙ ПЕРЕВОД РАЗНОЖАНРОВЫХ ТЕКСТОВ»
КУЛЬТУРНО-СПЕЦИФИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРОЗЕ: КЛАССИФИКАЦИЯ И ПЕРЕВОД (НА ПРИМЕРЕ РОМАНА «КРЁСТНЫЙ ОТЕЦ» МАРИО ПЬЮЗО)
А. Н. ВАШУКЕВИЧ 198

СТРУКТУРА ТЕРМИНОСИСТЕМЫ «АРХИТЕКТУРА»: ЗАВИСИМОСТЬ ЛЕКСИЧЕСКОГО СОСТАВА ОТ КОММУНИКАТИВНЫХ ЦЕЛЕЙ АВТОРА
В. В. САДЫКОВА.....203

«ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ АПЕКТЫ ЛЕКСИКИ»
ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ГЕНДЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ В МАССМЕДИЙНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА)
П. В. ЧЕРНИКОВА.....208

«ФРАНЦУЗСКАЯ ЛИТЕРАТУРА: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ»
АЛЕН РОБ-ГРИЙЕ – СЦЕНАРИСТ, КИНОРЕЖИССЁР И АКТЁР
М. С. ГРАДОБОЕВА.....212
ТРАНСФОРМАЦИЯ МИФА ОБ ЭДИПА НА СЦЕНЕ И НА ЭКРАНЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ФРАНЦУЗСКОЙ ДРАМАТУРГИИ XX ВЕКА И ФИЛЬМА «ФРАНКЕНШТЕЙН» Г. ДЕЛЬ ТОРО)
С. А. СИМОНОВИЧ.....215
МЕХАНИЗМЫ СОЗДАНИЯ СЕМАНТИКИ ЭМОТИВНОСТИ В ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ НОВЕЛЛАХ ГИ ДЕ МОПАССАНА (НА МАТЕРИАЛЕ НОВЕЛЛ «LE CRIME AU PÈRE BONIFACE», «UN LÂCHE» И «UNE VENDETTA»)
К. Л. ФОМЕНОК.....219

«BEL PAESE: ИТАЛЬЯНИСТИКА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ»
РОМАН И ЭКРАНИЗАЦИЯ: ПРОБЛЕМА ИНТЕРМЕДИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА Н. АММАНИТИ «Я И ТЫ» И ЕГО ОДНОИМЕННОЙ ЭКРАНИЗАЦИИ РЕЖИССЕРА Б. БЕРТОЛУЧЧИ)
В. В. ГАВРИЛЕНКО.....223
ЯЗЫКОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ ИТАЛИИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТРЕХ ДИАЛЕКТОВ (ТОСКАНСКОГО, ЛОМБАРДСКОГО И СИЦИЛИЙСКОГО)
А. Г. ГРИКЕЛЬ.....228
ОБРАЗ СМЕРТИ В ИТАЛЬЯНСКОЙ И РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА: ПАРАЛЛЕЛИ И РАСХОЖДЕНИЯ
Р. Н. КИСЕЛЬ.....233
ИТАЛЬЯНСКИЙ ЯЗЫК В ШВЕЙЦАРСКОЙ КОНФЕДЕРАЦИИ: ФОНЕТИЧЕСКИЕ, ГРАММАТИЧЕСКИЕ И ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ВАРИАНТА
Н. А. КОТ.....237
«SOFT POWER ИТАЛИИ: КАК КУЛЬТУРА (КИНО, КУХНЯ, МОДА) РАБОТАЕТ ИНСТРУМЕНТОМ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ СТРАНЫ В XXI ВЕКЕ»
К. Д. ХАРЧЕНКО.....240

Научное издание

ПЕРВЫЕ ШАГИ ИССЛЕДОВАТЕЛЯ:
из работы студенческих
научных объединений БГУИЯ

Ежегодный сборник научных статей

Сетевое электронное издание

В авторской редакции

Ответственный за выпуск *А. А. Куц*
Компьютерный набор *М. Ю. Новицкой*, *Ю. И. Вараксы*

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 № 38200000064344 от 17.09.2025 г. Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск