



111033, Россия, Москва, Усадьба Строгановых на Яузе
ул. Волочаевская, дом 38, стр. 1
Тел. +7 (495) 545-37-37 Факс (495) 660-33-09
e-mail: info@mitro-tv.ru | www.mitro-tv.ru

**Московский Институт Телевидения и Радиовещания
«Останкино»**

**Исследовательская деятельность
студентов:
научные и прикладные
аспекты
общественных и гуманитарных
дисциплин**

**Материалы I международной студенческой
научно-практической конференции**

Кафедра гуманитарных дисциплин

**Москва
2015**

УДК 378
ББК 74.58я43
И 88

*Печатается по решению Ученого совета Московского Института
Телевидения и Радиовещания «Останкино»*

Редакционная коллегия:

кандидат филологических наук, доцент Л.П. Гогина,
кандидат филологических наук, доцент С.Г. Григоренко,
кандидат филологических наук, доцент С.В. Овсянникова.

Рецензент:

кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой гуманитарных
дисциплин Московского Института Телевидения и Радиовещания
«Останкино» Л.П.Гогина.

**И 88 Исследовательская деятельность студентов: научные и прикладные
аспекты общественных и гуманитарных дисциплин. Сборник научных
статей / Сост. Л.П. Гогина, С.Г. Григоренко, С.В. Овсянникова. – М.:
МИТРО, 2015. – М.: Издательство "Перо" – 296 с.**

ISBN 978-5-00086-655-9

В сборнике, составленном по результатам прошедшей в Московском Институте Телевидения и Радиовещания «Останкино» I Международной студенческой научно-практической конференции, представлены исследования студентов России и Ближнего зарубежья в области лингвистики, литературоведения, журналистики, культурологии, философии, истории, менеджмента, рекламы. Конференция ориентирована на повышение качества высшего профессионального образования, на обеспечение развития образовательного, культурного и научного потенциала выпускников гуманитарных курсов и факультетов.

Издание адресовано преподавателям, аспирантам, студентам высших учебных заведений гуманитарного профиля, а также учащимся старших классов для обмена научным, творческим и эвристическим опытом.

ISBN 978-5-00086-655-9

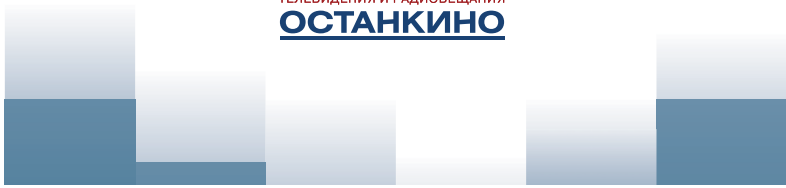
© Гогина Л.П., Григоренко С.Г.,
Овсянникова С.В., составление,
2015

© Кафедра гуманитарных дисциплин
МИТРО, 2015

© **МИТРО, 2015**



МОСКОВСКИЙ ИНСТИТУТ
ТЕЛЕВИДЕНИЯ И РАДИОВЕЩАНИЯ
ОСТАНКИНО



ТРАДИЦИИ. ТВОРЧЕСТВО. МАСТЕРСТВО.





Александр Владимирович Филиппов, ректор Московского Института Телевидения и Радиовещания «Останкино» (МИТРО), Академик Международной Академии Телевидения и Радио стран Евразии.

Дорогие аспиранты, магистранты, студенты – участники первой Международной студенческой научно-практической конференции «Научные и прикладные аспекты общественных и гуманитарных дисциплин»!

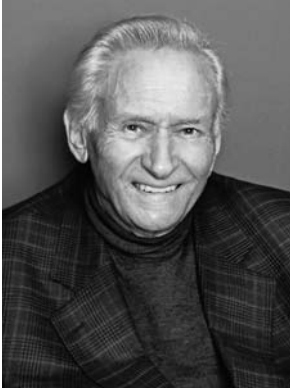
Выступая от имени ректората и профессорско-преподавательского состава Московского Института Телевидения и Радиовещания «Останкино», я сердечно благодарю вас за участие в научно-исследовательском мероприятии, проведенном кафедрой гуманитарных дисциплин МИТРО.

По итогам I Международной студенческой научно-практической конференции МИТРО выпустил в свет сборник работ аспирантов, студентов и выпускников средних школ, которому присвоены выходные данные, позволяющие стать ему доступным не только студентам России, Ближнего зарубежья, но и вашим единомышленникам, осваивающим гуманитарные профили наук, во всем мире.

Сборник ваших статей выдвинул ряд интересных гипотез, продемонстрировал свежий, молодой взгляд на явления культуры, языкознания, журналистики, становящиеся порой привычными и даже рутинными.

Проведенное мероприятие свидетельствует о повышении качества высшего профессионального гуманитарного образования в России и в Ближнем зарубежье, о стремлении студентов всего мира к взаимопониманию, конструктивному диалогу и сотрудничеству ради дальнейшего развития культурного наследия.

Желаю вам творческих успехов в дальнейшем обучении!



Генрих Аверьянович Боровик,
почетный ректор Московского Института
Телевидения и Радиовещания «Останкино»
(МИТРО), журналист, писатель, драматург,
общественный деятель.

***От всей души приветствую ребят,
принявших участие в I Международной студенческой научно-
практической конференции Московского Института
Телевидения и Радиовещания «Останкино»!***

Приоритетом развития современной журналистики становится коммуникативный аспект, позволяющий объединять людей, вырабатывать у них единый взгляд на культурные ценности, формировать языковые нормы, использовать и распространять наследие мировой литературы.

Журналистика сегодня использует и лингвистику, и культурологию, и менеджмент, и рекламу как взаимосвязанные, комплексные дисциплины, способные продвигать развитие журналистики. В условиях нежурнализма – это шаг к созданию единого культурного пространства. И именно такое направление и было задано конференцией для аспирантов, студентов и школьников, проведенной кафедрой гуманитарных дисциплин МИТРО.

Я благодарю участников конференции за желание творческого сотрудничества с Московским Институтom Телевидения и Радиовещания «Останкино».

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
----------------	---

Раздел I НАУЧНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ЛИНГВИСТИКИ

Анферов Р.И.

К вопросу о необходимости владения англоязычной профессиональной терминологией в работе звукорежиссера	11
--	----

Бегова А.Б.

Сложение как способ образования имен прилагательных (на материале русского и казахского языков)	13
---	----

Богоцкая К.С.

Времена меняются, и комплимент меняется вместе с ними	16
---	----

Галустьян Л.С.

Деминутив как средство воздействия на носителя языка	28
--	----

Гайдук Т.В., Клуная В.А.

Труднопереводимые идиомы английского языка как средство речевого воздействия (на примере английских анекдотов)	31
--	----

Голубева И.С.

Политический дискурс как коммуникативное пространство общества	35
--	----

Ивахина Н.С.

Топонимы советского периода (на материале Павловского сельского поселения Суздальского района Владимирской области)	39
---	----

Рыбник А.З.

Гендерный аспект языковой личности пользователя социальных сетей	41
--	----

Сикорская Я.И.

Категория обязанности и необходимости в немецком языке	44
--	----

Фролова А.А.

Французские корни и основы на русской почве (по данным современной разностилевой прозы русскоязычных писателей-эмигрантов)	48
--	----

Шишкина А.К.

Специфика научно-технического перевода	51
--	----

Шакеров А.Ш.

Образование глаголов в русском и казахском языках	53
---	----

Шумская М.Г.

Языковые средства создания иронии в повести Ф.А. Искандера «Созвездие Козлотура»	57
--	----

Раздел II
НАУЧНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ
ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

<i>Аксенова Д.А.</i> Вербализация концепта <i>душа</i> в индивидуально-авторской картине мира Ф.М. Достоевского (на примере романа «Братья Карамазовы»)	65
<i>Ахмет М.</i> Языковые средства характеристики персонажа: стилистический аспект	71
<i>Бабина А.Е.</i> Окказиональное словопроизводство в творчестве И. Северянина и В. Маяковского	74
<i>Гайдук Т.В.</i> Интертекстуальный характер современной рок-поэзии (на примере творчества И. Бродского и Д. Арбениной)	79
<i>Дуйсенбаева А.Д.</i> Мимика и жесты в романе М. Аэузова «Путь Абая»	85
<i>Коротеева А. В.</i> Дворянская усадьба как феномен русской культуры (на материале художественной литературы)	88
<i>Кабышев Б.</i> Своеобразие фольклорных образцов, собранных Машхур-Жусипом	92
<i>Кырыкбай С.М.</i> Тема Великой Отечественной войны в казахских рассказах	97
<i>Мухитов К.</i> Исследование фольклорного наследия Машхур-Жусипа	102
<i>Надришина И.Р.</i> <i>Время и пространство</i> в поэтическом дискурсе Рашида Назарова	106
<i>Полякова Н.Ф.</i> Поэтика художественного пространства в повести «Мишука Налымов» и романе «Хромой барин» А.Н. Толстого	110
<i>Сайлауова Ф.</i> Концепт <i>измерение</i> в казахском фольклоре	114
<i>Соина А. С.</i> Интертекстуальные связи романа Г. К. Честертон «Шар и крест»	119
<i>Солохина М.С., Кабанов Д.С.</i> Символика цвета в легендах Бернского нагорья	122

Раздел III

НАУЧНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ИСТОРИИ И ФИЛОСОФИИ

Безнос С.А.

Сельскохозяйственное развитие Кубани в первые послевоенные годы127

Толлеулиева А.М., Абишева Н.А., Темирболат Г.Э.

«Слова назидания» Абая Кунанбаева и проблема формирования нравственной культуры молодежи Казахстана129

Шевченко П.А.

Практическая значимость философии и ее актуальность для обыденного сознания.....134

Раздел IV

НАУЧНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ОБЩЕСТВЕННЫХ И ГУМАНИТАРНЫХ ДИСЦИПЛИН В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Авдашкова Т.Д.

Культура взаимодействия с аудиторией в детской периодике141

Агатова М.Ф.

Formal and substantial features of culinary shows on the british television146

Ахмадуллина А.Ю.

Оценочная лексика в зарубежных печатных средствах массовой информации150

Волошин А.В.

Популяризация языка науки в современных телевизионных СМИ (на примере программы «Галилео»)153

Демидов С.Р.

Спортивный комментатор как языковая личность: выбор индивидуально-речевой стратегии161

Ефременкова Е.С.

Специфические черты городских новостей (на примере программы «Новости» телевидения города Ханты-Мансийска «Новая студия»)168

Илькаева Г.Н.

Раскрытие семейных ценностей в газете «Юлдаш»171

Какурина Е.В.

Субъективная модальность в речи телеведущего (на примере новостных жанров)174

Кандышев Н.А.

Гражданская позиция в работе журналиста181

Коломиец Е.А.	
К вопросу о трудностях перевода публицистических текстов	185
Лаврухина А.Е.	
Радио как СМИ: особенности функций	190
Морозова Ю.В.	
«Социальное сиротство»: подходы в СМИ к острой теме	195
Пластун Е.А.	
The use of manipulative techniques in the media	200
Пыжонкова О.А.	
Литературно-художественный журнал: отличительные характеристики	203
Семихатских А.А.	
Манипуляция массовым сознанием через мимирию паблик рилейшнз в печатной журналистике	207
Светлова Ю.И.	
Диктор как нравственно-риторический эталон эпохи: диахронический аспект	211
Суворова Е.А.	
К вопросу о жанрово-стилевой дифференциации интернет-дискурса	221

Раздел V

НАУЧНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ КУЛЬТУРОЛОГИИ

Воронкова П.Е.	
Развитие женской личности с участием архетипов	227
Ганишина М.В.	
Невербальное общение в японской и русской лингвокультурах	233
Захарова Е.А.	
Обучение студентов иноязычной аудитивной компетенции	238
Касьянова В.А.	
Культурологические лакуны в межкультурной коммуникации	242
Ковалева М.С.	
Пластическая культура как выразительное средство в создании художественного образа театрализованного представления	245
Макарян С.В.	
Невербальное общение в русской и английской лингвокультуре	248
Попова Е.В.	
«Австралийский английский» в межкультурной коммуникации	255
Фоменко А.И.	
Стереотипы национальной культуры в межкультурном общении	259

Раздел VI
НАУЧНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИОЛОГИИ,
МЕНЕДЖМЕНТА И РЕКЛАМЫ

Водэ Я.П.

Проблемы восприятия продакт плейсмент как социально-коммуникативной технологии в аудиовизуальных СМИ265

Заготов А.В.

Модель продвижения интернет-бизнеса в сети269

Пахуридзе К.М.

Научные и прикладные аспекты лингвистики в рекламе273

Ржанов А.А.

Художественные решения как средство воздействия в телерекламе278

Самсонок Е.Н.

Синдром эмоционального выгорания среди преподавателей высших учебных заведений280

Хабибуллина А.Р.

Ключевые компетенции успешного менеджера286

ВВЕДЕНИЕ

В текущем учебном году кафедра гуманитарных дисциплин *Московского Института Телевидения и Радиовещания «Останкино»* приступила к выпуску серии сборников с материалами очно-заочных научных и студенческих конференций, призванных обсудить вопросы литературоведения, культурологии, лингвистики, журналистики, философии и других общественных и гуманитарных наук. Сборник *«Исследовательская деятельность студентов: научные и прикладные аспекты общественных и гуманитарных дисциплин»* содержит те материалы I международной студенческой научно-практической конференции, которые прошли рецензирование и редактирование.

Несмотря на то, что авторами статей, вошедших в сборник, являются, в основном, студенты и магистранты, во многих из них содержатся индивидуальные творческие находки, крупинки небольших научных открытий, свежий анализ различных явлений гуманитарных наук, молодой взгляд на проблемы, которые кажутся порой простыми и решенными.

Издавать сборники подобного формата, выводить их на широкое обсуждение, размещать в библиотеках и широких электронных доступах – крайне полезно и необходимо, поскольку такой подход к распространению материалов конференций явится площадкой общественных обсуждений, методом поиска единомышленников, возможностью представить свои (пусть незначительные) научные открытия на суд сверстников, единомышленников, а также профессиональных ученых. Исследовательские работы школьников, студентов, магистрантов, аспирантов должны проникать в самые различные источники информации, легко обнаруживаться в сетях при поисковых запросах и корпусном анализе текстов и таким образом становиться частью коммуникативных взаимосвязей молодых ученых.

Опыт привлечения молодежи к мероприятиям подобного формата и уровня поможет ей осознать себя как участника процесса продвижения научной мысли, осознать свое место в этом процессе, понять направление своей дальнейшей профессиональной деятельности. И если даже в ходе подобного проникновения у начинающего исследователя будет возникать разочарование, это тоже подвигнет его на осмысление своего места в творческом, профессиональном и научном процессе, поскольку отсутствие результата также является определенным результатом.

В связи с этим стоит заметить, что в данном сборнике размещены статьи далеко не всех участников нашей конференции. В ходе рецензирования и редактирования было сочтено нецелесообразным включать в книгу работы, не содержащие хотя бы зачатки новаторского подхода к проблеме, обнаруживающие простое повторение «общих мест» или позиции исследований научного руководителя.

Отрадно, что география представленных работ не замыкается МИТРО или российскими столицами: в сборнике активно представлены региональные и зарубежные исследования студентов.

В конференции приняли участие студенты из 24 городов Российской Федерации: Москвы, Санкт-Петербурга, Казани, Севастополя, Краснодар, Архангельска, Владимира, Орла, Барнаула, Уфы, Тамбова, Симферополя, Ханты-Мансийска, Саранска, Сургута, Владивостока, Арзамаса, Армавира, Славянска-на-Кубани. Столь обширное привлечение к научным исследованиям студентов всей России говорит, на наш взгляд, о возрождении интереса к инновационному преподаванию и продвижению передовой научной и методической мысли в области гуманитарных дисциплин.

В качестве единомышленников из ближнего зарубежья к работе в конференции также были привлечены студенты ведущих вузов Республики Казахстан:

– *Семейского Университета им. Шакарима Кудайбердиева* (статьи А.Б. Беговой, А.Ш. Шакурова (научный руководитель – Абикенов М. Т., канд. филол. наук, доцент)).

– *Павлодарского государственного университета им. С. Торайгырова* (статьи М. Ахмет (научный руководитель – Кожахметова Б. Р., магистр гуманитарных наук); Б.К. Кабышева (научный руководитель – Баратова М.Н., канд. филол.наук, профессор); К. Мухитова (научный руководитель – Жусупов Н.К., доктор филол. наук, профессор); Ф. Сайлауовой (научный руководитель – Карипжанова Г.Т., канд. филол. наук, профессор)).

– *Семейского Казахского гуманитарно-юридического инновационного университета* (статья А.Д. Дуйсенбаева (научный руководитель – Абикенова Г. Т., канд. филол. наук, преподаватель)).

– *Казахского государственного женского педагогического университета* (статья С.М. Кырыкбай (научный руководитель – Абдикалык К.С., канд.филол.наук, доцент)).

– *Астанского Университета «КАЗГЮУ»* (статья А.М. Толеулиева (Н.А. Абишева, Г.Э.Темирболат, научный руководитель – Умирзакова Л.А., канд. филос. наук, профессор)).

Этот факт вселяет надежду на восстановление единого научного и культурного пространства между Россией и странами Ближнего зарубежья и на обоюдное желание дальнейшего продуктивного творческого сотрудничества.

Несомненной заслугой в публикации трудов молодых исследователей можно считать работу преподавателей – научных руководителей студенческими проектами.

Следует отметить работы студентов МИТРО, выполненные под руководством кандидата филологических наук, доцента кафедры гуманитарных дисциплин *Григоренко Сергея Геннадиевича*; в них видна способность преподавателя заинтересовать студентов журналистского факультета исследованиями в области филологии. Кроме того, ученый-практик активно сотрудничает с региональными учебными заведениями, привлекает множество ученых, аспирантов, магистрантов и студентов к

научному сотрудничеству с МИТРО, что говорит о его стремлении к глобализации научной мысли.

В реалиях современного обучения студентов гуманитарного профиля не стоит также забывать о важности речевой компетенции и о том, что ее формированию способствуют такие вот конференции, которые помогают будущему специалисту овладеть научным стилем речи. К тому же, поисковая деятельность стимулирует обучение, особенно сегодня, когда студенты так мало склонны к теоретическому освоению наук. (Для чего есть объективные причины: избыток информации, ускорение темпа и ритма жизни. Все это диктует необходимость внедрения в методику преподавания как можно больше практики, как можно больше исследовательских проектов).

Проведение мероприятий, подобных конференции, организованной кафедрой гуманитарных дисциплин МИТРО, в полной мере соответствует современным тенденциям в сфере образования: практикоориентированный подход двухуровневой системы высшего образования предполагает формирование общих и профессиональных компетенций, в ряду которых базовой представляется коммуникативная компетенция. Необходимость выражать свои мысли, аргументировать свою точку зрения, владеть стилями литературного языка как раз и формирует те коммуникативные компетенции, которые воплощаются в практику научно-поисковой работой студентов. Поэтому сегодня обращаться к жанру студенческой исследовательской статьи своевременно и актуально.

Разный уровень представленных в нашем сборнике работ говорит о разных подходах к первым исследовательским опытам, что делает мир науки разнообразнее, а сферу деятельности молодых исследователей – обширнее.

Рецензент: заведующая кафедрой гуманитарных дисциплин МИТРО, кандидат филологических наук, доцент Л.П.Гогина.

Раздел I

**Научные
и
прикладные
аспекты
ЛИНГВИСТИКИ**

Р.И. Анферов,
Московский Институт Телевидения
и Радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
marktully@mail.ru
(Научный руководитель – Васильева И.В.,
ст. преподаватель)

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ ВЛАДЕНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ТЕРМИНОЛОГИЕЙ В РАБОТЕ ЗВУКОРЕЖИССЕРА

Аннотация. В данной статье рассмотрена проблема качественного обучения звукорежиссеров в России, возможности их речевой коммуникации за рубежом. На основе анализа наиболее часто встречающихся выражений из профессионального сленга звукорежиссеров, а также иностранных сетевых музыкальных бирж и обучающих материалов сделан вывод о том, что российскому звукорежиссеру необходимо знать профессионально ориентированную лексику английского языка, чтобы оставаться востребованным на современном рынке труда.

Ключевые слова. Английский язык, звукорежиссура, звукорежиссер, композитор, аудио, коммуникации, обучение, конкуренция.

В XXI веке работа с аудиоматериалами и звукорежиссура в общем представляет собой широчайший спектр работ в области кино, музыки и СМИ. При этом необходимым аспектом успешной работы в этой области является знание английского языка на уровне общения и восприятия.

Исторически сложилось, что современная музыкальная культура в своем виде создана Западом, в частности, США и Великобританией. Голливуд и Эбби-Роуд – кинематограф и музыкальная звукозапись – появились и развивались именно там. Не удивительно, что основная сфера отношений профессионалов сосредоточена именно в этих странах и что большая часть обучающего контента, программного обеспечения и аппаратуры производится за рубежом.

Это уже не ставит под сомнение тезис о том, что профессиональный звукорежиссер в России не сможет обойтись без достаточно глубокого знания английского языка, поскольку для того, чтобы конкурировать на рынке услуг, необходимо знание современного программного обеспечения и звуковых устройств, которые главным образом создаются в странах Европы или США. К примеру, в сегодняшние дни стандартом в области работы с аудиоматериалами является программное обеспечение Pro Tools, которое выпускается в США и не имеет русской локализации, что уже ставит вопрос о знании английского языка как основного для профессиональной деятельности. И это несмотря на то, что разработчик Pro Tools, компания Avid, локализовала на русский язык свою другую программу, которая называется Sibelius и которая предоставляет возможности для удобной работы с написанием композиций на нотном стане для композиторов.

Рассмотрим в качестве примера несколько терминов, которыми пользуются звукорежиссеры в России.

Микс – от английского слова *mix*, означает композицию или звуковое сопровождение в форме проекта цифровой аудиостанции (DAW, digital audio workstation).

Фейдер – от англ. *fader, fade* – «делать тише». Этот термин означает элемент автоматизации, отвечающий за автоматическое изменение громкости дорожки в миксе.

Плагин – *plugin* – буквально значит «модуль», стороннее программное обеспечение, используемое внутри DAW.

Сайдчейн – от слов *side* и *chain*, буквально – «боковая цепь», используется при сведении для достижения определенных эффектов при создании некоего отношения между двумя разными дорожками для модуляции эффекта одной дорожки при работе необходимого плагина на другой.

Клип и клиппинг – два отдельных термина, первый из которых обозначает каждый отдельный регион аудио или миди-информации в миксе, а второй – искажения при превышении максимально допустимого уровня сигнала, от английского *to clip* – «обрезать».

Сэмпл – отдельно взятый образец аудио, от английского слова «образец».

И это лишь очень малая часть широко распространенных терминов. Помимо этого, некоторые из терминов могут запутать русскоязычного звукорежиссера тем, что слова могут походить на аналоги из русского языка, но иметь иной смысл: например, слово *process* означает вовсе не «процесс», а обработку, а слово «*monitor*» – не «монитор», а возможность прослушивания записываемого сигнала в реальном времени.

В процессе обучения звукорежиссер столкнется с тем, что подавляющее большинство обучающих материалов и курсов, относящихся к современному музыкальному программному обеспечению, опубликованы на английском языке. Например, «Настольная книга звукорежиссера», в оригинале «*The Handbook for Engineers*», написанная Glen Ballou, или «*Sound Reinforcement Handbook*», изданная компанией Yamaha, создана композиторами Гэри Дэвисом и Ральфом Джоунсом специально для тех, кто изучает студийную и концертную аппаратуру, от микрофонов до спикеров.

Если обратиться к сети Интернет, то одним из самых посещаемых веб-сайтов с обучающими курсами по Pro Tools является сайт Lynda.com, чьи курсы полностью на английском языке.

Большая часть рынка в области звукорежиссуры и остальной работы с аудио сконцентрирована на Западе: например, веб-сайт audiojungle.net, являющийся крупнейшим порталом фриланс-услуг, в том числе и в области аудио (234943 аудиофайла на продажу общей численностью 1174715 долларов, не учитывая, что каждый из этих файлов может быть куплен

неограниченное число раз, что увеличивает общий поток денежных средств в несколько раз).

Учитывая все это, звукорежиссер должен понимать, что для успешной конкуренции и установления профессиональных контактов в области звукорежиссуры, композиторства и звукооператорства, он должен отлично владеть профессиональной терминологией, иметь навыки чтения литературы по специальности и свободного общения на английском языке, который является международным языком и на котором говорит более миллиарда человек.

Литература:

1. <http://audiojungle.net/> , 2015 (дата обращения: 18.02.2015).
2. Коротков С. История современной музыки. – М., 1996.
4. <http://www.avid.com/US/products/Sibelius> , 2014 (дата обращения: 18.02.2015).

А.Б. Бегова,
Университет им. Шакарима Кудайбердиева,
г. Семей, Республика Казахстан
adon70@mail.ru
(Научный руководитель – Абикинов М. Т.,
канд. филол. наук, доцент)

СЛОЖЕНИЕ КАК СПОСОБ ОБРАЗОВАНИЯ ИМЕН ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ (на материале русского и казахского языков)

Аннотация. В статье рассматриваются наиболее продуктивные способы словообразования в русском и казахском языках. На основе сравнения делаются выводы о словообразовательных различиях языков.

Ключевые слова. Словообразование, русский язык, способы словообразования, казахский язык.

Первая последовательная научная классификация способов словообразования в русском языке была разработана В.В. Виноградовым, который выделял морфологический способ словообразования, противопоставленный неморфологическим способам: лексико-семантическому, лексико-синтаксическому и морфолого-синтаксическому [1].

Одним из продуктивных способов образования прилагательных в русском языке является сложение. Сложные слова, или композиты имеют особый тип словообразовательного значения, которое присуще «вообще всем словам со сложной мотивирующей базой» [2; 56].

Сложение осуществляется главным образом при помощи соединительных гласных *о* и *е*. Многие прилагательные образуются от основ сложных имен существительных посредством суффиксов *-н-*, *-ск-*, *-ов-*. Например: водопроводный водопровод, вагоностроительный вагоностроение, сельскохозяйственный земледелие и т.п.

В казахском языке количество сложных прилагательных, образованных путем словосложения, невелико. Сложные прилагательные здесь чаще всего образуются путем сочетания двух корней прилагательных или существительных, а также путем сочетания прилагательного и существительного без аффиксов. Например: *қара торы* – темно-гнедой, *аққұба* – светлолицый, *ақ көңіл* (ақ жүрек) – чистосердечный, *жел аяқ* – быстроногий быстрый.

Кроме того, сложные прилагательные в казахском языке образуются путем сочетания прилагательных с другими именами. Они производятся в основном посредством присоединения словообразующего аффикса имени прилагательного *-лы/-лі/-ды/-ді/-ты/-ті*. Например: *көк көзді* – синеглазый, *қыр мұрынды* – имеющий прямой нос, *дөңгелек жүзді* – круглолицый.

Наиболее продуктивными типами образования сложных прилагательных в русском языках являются:

1. Прилагательные, образованные из двух или более основ имен прилагательных: *светло-красный*, *темно-красный*, *бледно-розовый*, в казахском языке им соответствуют:

а) сочетания двух прилагательных: *черно-пегий* – *қара ала*, *светло-серый* – *ақ боз*, *темно-рыжий* – *қызық күрең*;

б) сочетания одинаковых или противоположных по значению основ производных и непроизводных прилагательных: *большой-большой* – *үлкен-үлкен*, *хороший и плохой* – *жақсы-жаман*, *красивый-красивый* – *әдемі-әдемі* и др.

2. Сложным именам прилагательным русского языка, образованным путем сочетания прилагательного с другими именами, в казахском языке соответствуют:

а) сочетания прилагательного с существительными без аффиксов: *черноглазый* – *қара көз*, *чистосердечный* – *ақ көңіл*, *голубоглазый* – *көк көз* и т.д.

б) сочетания числительного с прилагательным аффиксом *-лы/-лі/-ды/-ді/-ты/-ті*. В отличие от казахского языка, в русском первый элемент сложного прилагательного числительным, ставится в родительном падеже. Напр.: *трехэлементный* – *үш элементті*, *шестиствольный* – *алты стволды* и т.п.

3. Сложным прилагательным, состоящим из основы существительного и из причастия (водоплавающий, металлорежущий), а так же из основы имени существительного основы глагола (сталеплавильный, сноповязальный), в казахском языке соответствуют словосочетания имени существительного и деепричастия с аффиксом будущего времени *-атын/-*

етін. Например: *водоплавающий* – *суда жүзетін*, *суда жүретін*, *металлорежущий* – *металл кесетін*, *сталеплавильный* – *құрыш балқытатын*, *сноповязальный* – *бау байлайтын* и др.

4. Сложным прилагательным, образованным из сочетания местоимения и имени прилагательного или причастия соответствуют в казахском языке словосочетания, состоящие из существительного –*ғы/-гі*. Такие прилагательные имеют временные значения, например: *каждогодний* (*ежегодный*) – *жыл сайынғы*, *каждодневный* – *күн сайынғы*, *ежедневный* – *күн сайынғы* (*күнделікті*), *ежемесячный* – *ай сайынғы*, *ежесекундный* – *секунд сайынғы* и др.

В казахском языке некоторые сложные прилагательные состоят из сочетания производного существительного или прилагательного с производными прилагательными, образованными от основ имен существительных. Напр.: *ұзын бойлы* – высокий, *кең пейлді* – учтивый, обходительный, *қой көз(ді)* – сероглазый, с галазми как у барана, *бидай өңді* – белолицый, пшеничного цвета, *түлкі тымақты* – в шапке из лисьих шкур и т.д.

В казахском языке, где для именных и глагольных словосочетаний характерно строгое расположение слов, грамматическим и смысловым центром чаще служат существительные, которым подчиняются другие имена. Напр.: *қараңғы түн* – темная ночь, *жуас түйе* – смиренный верблюд. При обратном расположении слов зависимые слова употребляются в предикативной функции: *түн қараңғы* – ночь темна, *түйе жуас* – верблюд смирен и т.п.

В казахском языке очень много топонимических терминов, образованных:

а) путем сложения производного или производного прилагательного с существительным. Напр.: *Қарабұлақ* (*от қара – черный, бұлақ – источник*), *Алатау* (*от ала – полосатый, тау – гора*), *Тереңөзек* (*от терең – глубокий, өзек – источник*), *Ұзынағаш* (*от ұзын – высокое или длинное, ағаш – дерево*);

б) посредством сочетания аффикса –*лы/-лі/-ды/-ді/-ты/-ті* с именем существительным: *Жуалы* (*от жуал – лук*), *Теректі* (*от терек – тополь*), *Жыланды* (*от жылан – змея*), *Шортанды* (*от шортан – щука*).

Кроме того, многие сложные прилагательные в казахском языке образуются путем калькирования с русского. Эти прилагательные имеют следующую структуру.

1. Все компоненты калькутируются и выражаются разными частями речи: существительным и атрибутивированным служебным именем *алдындағы*, являющимся эквивентом русской приставки *пред-*, и *аралығындағы* – приставки *меж-, между-*. Напр.: *предпраздничное соревнование* – *мейрам алдындағы жарыс*, *предвыборное (собрание)* – *сайлау алдындағы (жиналыс)*, *международное положение* – *халықаралық жағдай*, *междугородный* – *қала аралық*, *междуведомственный* – *ведомство аралығындағы*.

2. Один из компонентов сложных слов особенно термин заимствуется и получает морфологический признак, присущий казахскому языку. Например: *межсессионный – сессия арасындағы, мелкокалиберный – ұсақ калиберлі, многоламповый – көп лампылы, внутриатомный – атом ішіндегі.*

3. Заимствуется первый компонент основы сложных прилагательных, от которого образуются прилагательные посредством собственных аффиксов прилагательного. Например: *орденоносный – орденді.*

4. Имена прилагательные с первым компонентом полупередаются с помощью казахских слов *жарым, шала, жарты (жартылай).* Напр.: *полутемный – жартылай қараңғы қаракөлеңке, көмескі, полумесячный – жарты айлық, полусознательный – шала саналы, полудетый – шала-шарпы (жартылай) кінген.*

Таким образом, мы обнаружили существенные различия в словообразовании русского и казахского языков. Изучение подобных особенностей весьма важно в аспекте моделирования национальной картины мира, ведь язык отражает мировоззрение народа.

Литература:

1. Виноградов В.В. Исследования по русской грамматике. – М., 1975. – С. 207.
2. Улуханов И.С. Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация. – М., 1996. – С. 149.

К.С. Богоцкая,
Северный (Арктический) федеральный
университет им. М.В. Ломоносова,
г. Архангельск, Российская Федерация
bogotskaya.karinka@yandex.ru
(Научный руководитель – Петрова Т.В.,
канд. филол. наук, доцент)

ВРЕМЕНА МЕНЯЮТСЯ, И КОМПЛИМЕНТ МЕНЯЕТСЯ ВМЕСТЕ С НИМИ

Аннотация. Статья посвящена проблеме употребления риторического жанра комплимента в историческом и эволюционном аспектах. Рассмотрение и анализ лексического состава, синтаксического строя комплимента, его композиции, факторов, влияющих на особенности выбора лексем и строевого решения, позволяют определить особенность регрессивной тенденции развития жанра, которая заключается не в уменьшении частотности употребления комплиментов в речи, а в неоригинальности языковой структуры высказываний. Позиция автора и основные положения гипотез подкреплены примерами из художественной литературы, современной действительности и виртуального пространства социальной сети «ВКонтакте».

Ключевые слова. Риторический жанр, речевой этикет, этикетные формулы, речевое поведение, межличностное и групповое общение, история комплимента.

Человеческое общество любой народности, возрастной категории, социальной принадлежности, исторического отрезка живет по устоявшимся правилам речевого поведения – речевой этикету. Так, каждый день просыпается с «Добрым утром!» и засыпает со «Спокойной ночи!» – этикетными формулами, которые являются составной частью речевого этикета. К наиболее интересным явлениям речевого поведения, по нашему мнению, относится комплимент. Спонтанная природа этого жанра рождает многовариантность и нетрадиционность конкретных его проявлений, что представляет богатый материал для исследования.

Непреходящая практическая популярность комплимента не выдвинула его на авансцену внимания теории филологов, философов и психологов. Несмотря на то, что возраст комплимента насчитывает уже сотни лет, он по-прежнему остается не только малоразработанным теоретически, но и необоснованным с точки зрения семантики самого термина. На страницах многих художественных произведений при описании различных исторических эпох активно встречаются примеры употребления комплимента. Ежедневное межличностное и групповое общение ориентировано на взаимодействие людей, и частотность использования данного риторического жанра влияет на качество этого взаимодействия. Улучшение качества общения и обогащение речевой структуры жанра комплимента – вот цели современного общества, как говорящих, так и ученых.

Всегда ли подобная цель стояла перед человеком и риторикой? Как жил комплимент в прошлые века и каким стал в наши дни? Наглядно историю риторического жанра комплимента можно проследить, исследовав конкретный языковой материал: печатную художественную литературу и современную действительность.

О качестве комплимента минувших лет и веков мы можем судить по преданиям и литературным памятникам. Наиболее точным среди них источником материала является литература, где языковая структура высказывания закреплена и четко обоснована писателем. В работе Ю.Г. Тамберга можно обнаружить интересное замечание о самом древнем комплименте. «Когда Гомеру надо было описать Елену, взошедшую на Троянскую стену, он не стал говорить, как она прекрасна, а сказал: «Старцы троянские посмотрели на нее и молвили: “Да! За такую красоту не жаль вести такую войну!”» [16; 49–50].

Поистине изобилующим комплиментами можно признать XIX век. Исконные патриархальные исторические, социальные и половозрастные традиции, еще не тронутые революционным социалистическим течением 1900-х годов продолжали хранить этот древний жанр.

Авторами и объектами комплиментов тех времен становятся как женщины, так и мужчины. Чаще всего мужчина адресует приятное речевое

послание женщине («Что тебе вздумалось дурачить их? – спросил он Лизу. – А знаешь что? Белилы, право, тебе пристали; не вхожу в тайны дамского туалета, но на твоём месте я бы стал белиться, разумеется, не слишком, а слегка» [14; 228]), женщина хвалит мужчину (19%) («– Папа, ты как хорош, прелесть! – сказала Наташа, стоя посреди комнаты и расправляя складки дымки» [17; 494]), есть более редкие случаи комплимента женщине женщине (15%) («– Э, Одарка! – сказала веселая красавица, оборотившись к одной из девушек, – у тебя новые черевички! Ах, какие хорошие! И с золотом!» [4; 73]). Необычный для жизни и литературы комплимент мужчины мужчине встречается в произведении А.П. Чехова «Черный монах», где герой Коврин признается монаху в том, что его «приятно слушать». Неординарность гендерной характеристики адресанта и адресата, однако, не вытесняет высказывание за рамки жанра [20; 277].

Социальные роли и возраст, границы которых не ограничены, не оказывают сильного влияния на выбор комплимента, примеры оригинальны и чистосердечны. Так, например, среди мужских комплиментов женщинам отец замечает дочери, что «белилы ... пристали» [14; 228], император обращает внимание, что девушка-дворянка «час от часу хорошеет» [14; 174], парубок называет незнакомую ровесницу-девушку «славной» [4; 13], кузен-художник нарисованный им портрет кузины признает хуже оригинала [6; 139], внук восхищается, что его бабушка «не стареется» [6; 161]. Наблюдаются и обратные случаи, когда дочь восхищается отцом [17; 494], кузнец метафоризирует ножки императрицы, называя их «сахарными» [4; 87], хозяйка дома лобуетя новопокупленной лошадейю гостя [18; 160].

Говорящие концентрируют внимание на внутренних и внешних качествах человека. Объектом внимания зачастую становятся лицо («А ваши глаза лучше, нежели важные дела...» [4; 453]), профиль («Дымов, повернись в профиль. Господа, посмотрите: лицо бенгальского тигра, а выражение доброе и милое, как у оленя» [20; 53–54]), чувство вкуса («vous avez du style» [18; 277]), скрытые душевные и умственные качества («...вы прекрасны вообще, а сегодня в особенности» [5; 344]), а также характеристика внешности в целом как «милая», «похорошевшая», «славная», «красивая», «прелестная», «не стареющая», «очаровательная», «симпатичная», «прекрасная», фигура («Как бы я желал, сударыня, быть вашим платочком, чтобы обнимать вашу лилейную шейку» [4; 453]), элементы одежды («Какой у вас прекрасный платочек» [4; 453]), покупки («Ах, какая славная лошадь! У кого вы ее купили?» [18; 160]), способность играть на пианино и петь («Я слышала, моя милая, вы удивительная виртуозка» [18; 273]). Следовательно, актуальны следующие функции комплимента: а) доставление удовольствия как адресату, так и адресанту; б) выражение поклонения, восхищения мужчины женщиной; в) манипуляция для достижения собственных целей.

Географические и временные условия также не ограничены, лобезности посвящаются адресатам в мало- и многолюдных местах, наедине и в обществе в любое время суток. Согласно специфике жанра большинство

комплиментов произносится в неофициальной обстановке (родственники после приема гостей, прохожие на ярмарке, колядки, случайная встреча у крыльца дома и т.д.); встречается только один случай употребления приятных слов на формальном событии – на приеме у императрицы. Однако в данной ситуации адресант, молодой кузнец-парубок Вакула, не преследует корыстных целей, его речь искренняя, что подтверждается речевой тактикой комплимента-благодарности [4; 87]. Стоит отметить, что большинство сказанных комплиментов выполняет главное правило жанра – искренность; замечен единичный пример комплимента, содержащий высокую степень лести и скрытый расчет. Такой пример вложен в уста отрицательного героя – плута Хлестакова, добивающегося любви сначала губернаторской дочери, а затем ее матери [4; 453].

По наличию иллюкативного вынуждения можно отметить преобладание инициативных комплиментов, однако, также имеем многочисленные случаи вынужденных любезностей. Среди них ответ на вопрос («...скажи, отчего ты такая? – Какая? – Мудрая, сосредоточенная, решительная...» [6; 368]), ответ на провокацию («Вы польстили мне, cousin: я не такая, – говорила она, глядя в портрет. –Ах, нет, я далек от истины!... Красота, какая это сила! Ах, если б мне этакую!» [6; 139]). По способу выражения интенции все примеры прямые. Обнаружим следующие коммуникативные ходы: 1.«незатейливый комплимент» («Славная дивчина!» [4; 13]); 2. «от вещи к личности» («Осмелюсь ли быть так счастлив, чтобы предложить вам стул? Но нет, вам должно не стул, а трон» [4; 453]); 3. комплимент-сравнение («А ваши губки, сударыня, лучше, нежели всякая погода» [4; 453]); 4. комплимент через ощущения говорящего («Я больше, чем доволен, я счастив! Таня, милая Таня, вы чрезвычайно симпатичное существо» [20; 279]); 5. антикомплимент («Я говорил: не надо полнеть. В нашем роду у всех несчастная склонность к полноте. Не надо...Вы такая хорошая!» [20; 315]); 6. Комплимент чужими устами («Я слышала, моя милая, вы удивительная виртуозка» [18; 273]). Наряду с перечисленными шестью типами комплиментов по коммуникативному ходу следует обратить внимание на еще один тип, выделенный только в работе Ю.Г. Тамберга – комплимент от третьего лица («Как она хороша! – проговорил Лысевич, восхищаясь ею» [20; 318]).

Все адресаты комплиментов принимают похвалы в свой адрес согласно правилам этикета. Наиболее стандартной формой принятия приятных слов в их адрес становится улыбка, но также встретим случай нескольких коммуникативных ходов, когда адресат отклоняет причину неприятия комплимента («Вы польстили мне, cousin: я не такая... –Ах, нет, я далек от истины!» [6; 139]). В целом, комплименты соответствуют требованиям жанра: они кратки, недвусмысленны, имеют фактическую и эмпатическую основу, не поучительны.

Вступая в XX век, писатели все чаще обращаются к прошлому или фантастическому, в связи с чем вывод о популярности комплимента в это время мы вынуждены складывать из комплиментарных образов, которые

писатели рисуют соответственно своим представлениям как жителя XX столетия.

В первую очередь, наблюдаем незначительные отклонения гендерных показателей от XIX века. По-прежнему, преобладающим типом остается мужской комплимент женщине (78%), незначительно снижен показатель частоты женских похвал мужчин (11%) и вновь женских – женщинам (7%), так же встречается единичный случай комплимента мужчине мужчине (4%). Отличие последнего от подобного примера прошлого века заключается в возрасте адресата и адресанта: комплимент произносится незнакомым мальчиком мальчику при случайной встрече на улице. Поводом для комплимента здесь служит прославленное в дворовых кругах прозвище адресата Воробей с Сердцем Льва [9; 567]; данный пример уникален, поскольку в его основании лежит двойная похвала: почитание определенного внутреннего качества социумом через восхищение прохожего мальчика.

Среди других причин для комплимента замечаем уже встречавшиеся прежде целостную оценку внешности, «прекрасную», «красивую», «что надо», «очаровательную», лицо («Щеки твои – точно половинки граната под кудрями твоими» [10; 198]), фигуру («Шея твоя пряма и стройна, как башня Давидова!..» [10; 198]), элементов одежды («Прекрасный мех!» [7; 170]), внутренних скрытых качеств («Сразу видно, что вы – воплощенная скромность!» [9; 567]); появляются новые объекты похвал: голос («Потому что голос твой сладок...» [10; 197]), интеллигентность («...Такие интеллигентные, а притворяетесь незнающими» [13; 367]), способность стрелять («Не желала бы я встретиться с вами, когда у вас в руках револьвер» [2; 318]) и рисовать («Вы хорошо рисуете» [9; 319]), имя («Зачем же, Анну – красивое имя, а Ингирэк иной раз не выговоришь» [11; 104]), работу («Это не простое копирование, но тонкая интерпретация, которой ничуть не мешает близость к оригиналу» [9; 135]).

Комплименты посвящаются и принимаются людьми разных социальных и возрастных категорий. Рассматривая функцию выражения поклонения, восхищения мужчиной женщины, приведем в пример случаи посвящения приятных слов пехотным офицером дворянке, царем крестьянке, главным управляющим посетительнице, гостем хозяйке, мужем женам, знакомым друга его жене. Авторами женских комплиментов становятся зрительницы (актерам), домработницы (хозяйке), парикмахеры (клиенту). В литературе XX века не обнаруживаем такой функции комплимента, как манипуляция для достижения собственных целей; все похвалы направлены на доставление удовольствия как адресату, так и адресанту. Ярко выражено условие эмпатии и искренности. Находим не встреченное ранее подтверждение употребления комплимента для ободрения, выведения человека из состояния озабоченности, подавленности, депрессии («Все будет хорошо. Ну, пожалуйста, поверьте мне, что все будет хорошо! Вы же умница...» [9; 104]).

Сфера осуществления комплимента – неформальная (прогулка в саду, знакомство, завтрак в столовой, посещение парикмахерской, объяснение в любви, игра в карты, случайная или запланированная встреча знакомых людей), заметим многократно повторяющуюся закономерность выражения восхищения при знакомстве или случайной встрече на улице. Однако, как и в XIX веке, обнаруживаем присутствие официальной обстановки. Инициатором комплимента становится главный управляющий, принимающий в своем кабинете посетительницу.

Как правило, писатели используют иллюкутивно невынужденные комплименты, но некоторые герои провоцируют собеседника, поэтому пример «Прекрасный мех! – воскликнул он [О. Бендер]. – Шутите! – сказала Эллочка нежно.– Это мексиканский тушкан. – Быть этого не может. Вас обманули. Вам дали гораздо лучший мех» [7; 170] определяем как тип вынужденного комплимента ответ на провокацию, а «Ах, так я тебе теперь домработница? ...А была богиня? Ты меня как называл? – Венера! – плаксиво отвечал боров...» [2; 274] – ответ на вопрос. По способу выражения интенции предпочтение дается прямым комплиментам. Значительно разнообразны коммуникативные ходы, при помощи которых осуществляется комплимент; обнаруживаем только три типа похвал: «незатейливые» («Маргарита Николаевна, ведь ваша кожа светится!» [2; 260–261]), комплимент-сравнение («О, как ты красива!» [10; 198]) и комплимент через ощущение говорящего («Как мне памятно и дорого это место, mademoiselle Кэт!...Здесь я впервые увидел Вас» [10; 44]). Оригинальна речевая тактика, комплимента-похвалы («Мне хотелось выразить свое восхищение вашей работой, мадам» [9; 135]).

Все проанализированные комплименты коммуникативно успешны благодаря верному следованию их авторов правилам и требованиям жанра. Особо выражены требование наличия фактической основы и правило конкретности: адресанты обосновывают свое высказывание («Вас обманули. Вам дали гораздо лучший мех. Это шанхайские барсы. Ну да! Барсы! Я знаю их по оттенку. Видите, как мех играет на солнце!..Изумруд!» [7; 170]), отчего их любезность звучит максимально искренне. Принятие похвал понимается ими через улыбку адресата.

Количество и качество комплиментов в литературе нашего столетия значительно уступают предыдущим. Поиски примеров осложняются малой частотностью их употребления героями. Чтобы более наглядно проследить комплиментарные тенденции, обратимся к методу сплошной выборки, проведенному в художественных текстах трех произведений, созданных в XIX, XX и XXI столетиях: роман И.А. Гончарова «Обломов», повесть Б. Васильева «А зори здесь тихие...», роман-катастрофа Д. Сафонова «Башня».

В отрывке И.А.Гончарова нам удалось обнаружить семь примеров комплимента, Б. Васильева – десять, Д. Сафонова – один. Первый показатель указывает нам пониженную частотность пользования жанром в современное время. Комплименты XIX века, как и XXI, в 100% случаев посвящены

мужчиной женщине, в XX веке этот показатель «разбавляет» тип похвалы женщины женщине, он превалирует над традиционным мужским комплиментом и составляет 70% случаев. Подобную особенность возможно объяснить женской средой, в которой совершаются события произведения.

Все комплименты произнесены в неформальной обстановке (свидание, банный день, привал у костра, будний день на кухне, признание в любви). Герои в каждом произведении находятся относительно в равном социальном статусе: помещик Обломов – помещица Ольга – хозяйка дома Пшеницына, девушки – сослуживцы, спасатель МЧС – преподаватель школы. Социальную иерархию можно наблюдать лишь в случае комплимента старшины своим подчиненным, инициатором похвал становится он.

Рассматривая цели, которые преследуют адресанты любезностей, преобладающей является доставление удовольствия, однако, в речи Обломова Ольге («Ты прекраснее всего в мире, ты первая женщина, ты...ты...»), «Вы увидите, ты и Андрей, ...до какой высоты поднимает человека любовь такой женщины, как ты!» [5; 352–353]) наряду с выражением восхищения можно отыскать скрытые попытки Ильи Ильича оправдаться и вывести из озабоченного состояния возлюбленную. Его комплименты строятся по схеме речевой тактики комплимент-признание, комплимент-просьба.

Определенную задачу ставит перед собой старшина Васков: ему необходимо добиться доверия девушек, завоевать отсутствующий на данный момент авторитет и установить контакт с подчиненными, поэтому такие его речевые тактики как комплимент-похвала («То-то крякаешь хорошо» [3; 237]) и комплимент-просьба («Ты все примечай, Бричкина...Человек ты лесной, все понимаешь!» [3; 237]) неслучайны. Таким образом, отмечаем присутствие функции комплимента «манипуляция для достижения собственных целей» в произведениях XIX – XX веков.

Действительно искренними и бескорыстными комплиментами можно назвать некоторые примеры XIX, XX века и весь XXI век. Наличие искренности подтверждается речевыми тактиками комплимента-благодарности («Вот я сегодня разобрала ваши чулки... – Какие же вы добрые!» [5; 336]), комплимента-признания («Я, наверное, скоро уеду... Захотел еще раз вас повидать. – Он [Кстин] отошел к мотоциклу и вернулся с цветами. – вы очень красивая» [15; 141–142]), коммуникационному ходу антикомплимента («Худюшая, как весенний грач.– У меня конституция такая. – Конституция?...Вон у Бричкиной такая же конституция, как у нас у всех, а – в теле. Есть на что поглядеть...» [3; 233]) и комплимента-сравнения («Женька, ты русалка!» [3; 213]).

Кроме приведенных случаев коммуникативных ходов, наблюдаем самый распространенный тип «незатейливого» комплимента. По способу выражения интенции все примеры являются подтверждением типа прямого комплимента, по наличию иллюкутивного вынуждения комплименты инициативны. В XIX–XX веках герои концентрируют внимание в равной

степени как на внешних, так и на внутренних достоинствах человека. В XXI столетии герой хвалит только внешнюю красоту женщины.

Обратим внимание на аналогичность показателей гендерного преобладания адресантов, равного социального положения, цели доставления удовольствия, преобладания определенных типов коммуникативных ходов, выражения интенции, иллокутивного вынуждения, наличия самого распространенного предмета комплимента. Различие между историческими эпохами заключается лишь в активности употребления риторического жанра. Аргумент в пользу этого утверждения – единственный найденный пример современного литературного комплимента, однако данное доказательство настолько же сильное, насколько и слабое, поскольку мы не можем в полной мере судить о действительности посредством современной литературы, так как обе они находятся во взаиморазвитии и, следовательно, литература начала XXI века изучена недостаточно. В связи с этим обратимся непосредственно к действительности.

Материалом для анализа риторического жанра комплимента послужат любезности, зафиксированные в узуальной речи собственно-действительности: на улице в разговоре прохожих, в стенах учебных заведений, на пляже, в группе по занятиям бальными танцами, на нефтедобывающей базе, в книжном магазине, библиотеке и т.п.

Согласно мнению В. Панкратова, как правило, хвалит «старший – младшего, руководитель – подчиненного, т.е. “ведущий” – “ведомого”» [12; 62]. Подобная тенденция подтверждается данными действительности: находим 13 примеров, где это условие соблюдается. Однако обнаруживаем случаи, когда 19-летняя студентка показывает свое восхищение 40-летнему иностранцу («Вы прекрасно говорите!»), при этом какие-либо корыстные цели не преследуются. Широкое распространение имеет комплимент в среде ровесников, принадлежащих к одной социальной группе (студенчество, член танцевальной группы). Положения гендерного соотношения при произнесении комплиментов показывают, что наиболее часто похвала предназначается женщиной женщине (56%), далее следует классический мужской комплимент женщине (37%), женщина высказывает расположенность к мужчине в 7% случаев.

На этапе современности труднее определить целевую направленность комплимента. По нашему мнению, следует выделить три основные функции любезностей, подобные тем, которые характеризуют предыдущие этапы: а) доставление удовольствия как адресату, так и адресанту (все примеры); б) выражение поклонения, восхищения (в случае комплимента мужчины женщине); в) манипуляция для достижения собственных целей (пример единичен).

По наличию иллокутивного принуждения большинство примеров инициативные, среди вынужденных используется тактика ответа на вопрос («Как тебе моя кофта? – Очень хорошо! – А то так получилось, что я у друга

ночевал, нечего было надеть, пришлось...—Ты в ней выглядишь очень интеллигентно!»).

По способу выражения интенции преобладают прямые комплименты («Очень красивый ободок у тебя!»), но также обнаруживаем косвенный, осуществленный при помощи коммуникативного хода «вопрос об обстоятельствах, связанных с появлением этого признака» [8; 187] («Куда это ты такая красивая пошла?») и «сравнение с объектом, у которого этот признак проявляется не в такой степени или вообще не проявляется» [8; 187] («Я вчера одевала эту юбку на ребенка. Девочке 14 лет, и я пыталась застегнуть пуговицу, не получилось. Какая у Вас талия!»).

Среди других коммуникативных ходов встретим «дедуктивный» комплимент [8; 186] («Как все-таки девушкам идут рубашки мужского типа!»), комплимент-сравнение («У нас тут такая жизнь однообразная, а вы такое яркое пятно, свежесть. Вы как украшение»), антикомплимент («Интересно, как этой женщине удалось дожить до таких лет и сохранить такую фигуру?») и самый распространенный, «незатейливый» комплимент («...Настоящая пиратка! Такая маленькая, в этой юбочке, в тельняшке. Здорово!»).

Комплимент, причисленный к типу антикомплимента (см. выше), наглядно показывает пример близости адресанта к коммуникативной неудаче. В комплименте нарушается требование жанра отсутствия недвусмысленности. Говорящий выделяет два признака, на которых акцентируется внимание: возраст и фигура женщины; явно положительная коннотация в словосочетании «сохранить такую фигуру» ставится под сомнение после отрицательного подтекста замечания о «таких годах».

Делая комплименты, современные адресанты большее внимание уделяют внешним качествам адресата, нежели его внутренним достоинствам. Так, они концентрируют внимание на фигуре («Интересно, как этой женщине удалось дожить до таких лет и сохранить такую фигуру?»), детали одежды и образа («Ой, какой кулончик! У тебя столько милашек!»), внешний образ («Ты такое солнышко сегодня, мне так нравится!»), состояние внешности («Классно выглядишь!») и «красивую», «прекрасную», «очаровательную», «глазастую» внешность, лицо («Тигренок! У тебя так глаза выделяются! Мне очень нравится, как ты сделала макияж!»), умение хорошо говорить по-русски («Я изучаю русский, а вот грамматику не понимаю... — Но вы прекрасно говорите!»). Комплименты осуществляются исключительно в неофициальной среде и принимаются адресатами согласно правилам этикета: показатель успешно совершенного коммуникативного намерения — улыбка либо этикетная формула «Спасибо!».

Реализуя потребность общения, люди создают вторую «действительность», так называемые социальные сети, которые становятся параллельной жизнью, где также действуют человеческие взаимоотношения, требующие тех же лингвистических и риторических правил и законов общения. Таким наиболее популярным сайтом является социальная сеть

«ВКонтакте», куда мы и обратимся за материалом для исследования (раздел комментариев к фотографиям).

Сеть «ВКонтакте» не предполагает официальной обстановки, большинство людей, которые числятся в «друзьях» являются хорошо знакомыми или родственниками, поэтому социальный состав говорящих и принимающих комплименты однороден: студент хвалит студента, сестра – брата, мать – сына, одноклассник – одноклассника.

Наиболее активными авторами похвал становятся женщины: женский комплимент мужчине и женский – женщине имеют равную долю процента (39%). Классический мужской комплимент женщине встречается в 18%, и случай адресованности похвалы от мужчины к мужчине единичен. По причине того, что специфика фотоискусства заключается в передаче смысла через внешнюю красоту, объектом комплиментов почти всегда становятся внешние достоинства человека. Так же, как и прежде, находим примеры, посвященные «чудесной», «прекрасной», «божественной», «красивой», «впечатляющей», «милой», «клевой», «роскошной», «обворожительной» внешности, деталям одежды или образа («Идет тебе форма все-таки»), улыбке («Ташусь от твоей улыбки»). Встретим метафоры, характеризующие образ в целом («Иринка, ты – КУКОЛКА!»). Возможен также комплимент-оценка по поводу общего характера фотографии («Красиво, женственно!!!») и комплимент-похвала насчет внутреннего качества, выраженного через фотографию (работяга).

Учитывая особенности выделяемых адресантами объектов, можем говорить о меньшей функциональности комплимента в виртуальном пространстве. Выделим две основные функции любезностей: а) доставление удовольствия как адресату, так и адресанту и б) выражение поклонения. Распространенная ранее третья функция представляется нам нехарактерной в силу непринятости использования рубрики «Комментарии» для ведения переписки личного характера, следовательно, комплименты, основаны на эмпатии и искренности. Показатели принятия комплимента неизменны: выраженная графически (смайлом) улыбка или этикетные формулы «Благодарю», «Спасибо».

По наличию иллюкутивного вынуждения все анализируемые примеры являются инициативными, по способу выражения интенции – прямыми. Используемые коммуникативные ходы при составлении высказываний малочисленны и разнообразны: совсем не встречаются комплименты-сравнения, однако, адресанты осознают необходимость образности похвалы и активно обращаются к метафорам, т.е. скрытым сравнениям, поэтому наиболее популярен тип «незатейливого» комплимента («Ты просто чудесна!»). Положительная оценка адресанта часто угадывается через эмоциональное восприятие им увиденного – инициатор комплимента обращается к схеме коммуникативного хода «комплимент через ощущения говорящего» [8; 189] («Женя, ты так впечатляешь!»).

Как показывает анализ примеров собственно-действительности и виртуальной реальности, в современном комплименте происходит тенденция перемещения инициативы высказывания расположенности на сторону женщины: значительно увеличился показатель процента женских комплиментов женщинам и мужчинам. Речевые действия осуществляются в неофициальной среде при взаимодействии между представителями одной или разных социальных и возрастных групп. Современный комплимент использует меньше видов схем коммуникативных ходов и тактик, образность достигается путем метафоризации. Отмечена попытка литературного цитирования, чего не встречалось ни в одном разделе примеров из художественной прозы. Все комплименты инициативные и прямые, произносятся преимущественно по поводу внешних качеств адресата. Условие искренности соблюдается чаще, нежели в найденных комплиментах прошлых столетий. Адресаты и адресанты хорошо знакомы с правилами этикета, соблюдают правила и требования жанра и умеют «дарить» и принимать комплименты. Однако в собственно действительности обнаружен случай, когда нарушается требование отсутствия двойственности, и адресант близок к коммуникативной неудаче. Стоит отметить, что в примерах XIX–XX веков таких случаев не замечено.

Рассмотрение и анализ лексического состава, синтаксического строя комплимента, его композиции, факторов, влияющих на особенности выбора лексем и строевого решения, позволили проследить эволюцию жанра с течением времени. Так, по нашему мнению, развитие жанра комплимента имеет регрессивную направленность. Несмотря на сохраняющиеся характеристики: 1) показатель несильной значительности социального и возрастного положения адресата и адресанта (т.е. желание делать комплименты всем); 2) одинаковые функции любезности; 3) преобладание инициативного комплимента; 4) бытующая неофициальная сфера комплимента; 5) соблюдение правил и требований жанра; 6) хорошее знание правил этикета (умение «дарить» и принимать комплименты), наблюдаем: 1) тенденцию перемещения инициативы высказывания расположенности на сторону женщины; 2) использование меньшего количества видов схем коммуникативных ходов и тактик; 3) концентрацию внимания преимущественно на внешних качествах адресата, нежели на скрытых внутренних.

Нами отмечена следующая особенность происходящего процесса «обеднения» комплимента: причина обратного развития жанра – не в уменьшении частотности употребления комплиментов в речи, а в неоригинальности языковой структуры высказываний. Решение данной проблемы нам представляется в обогащении словарного фонда индивидуума и населения в целом, тем более, что условие искренности современного комплимента соблюдается чаще, нежели в найденных комплиментах прошлых столетий.

В работе Ю. Тамберга «Как научиться говорить комплименты» находим слова: «Я верю, что от комплиментов люди становятся лучше. А человек, которому сказали, что он замечательный, и поступать должен соответственно» [16; 11–12]. «Спасение» комплимента как жанра – в руках самих утопающих, то есть в наших, и еще не поздно начать воспитывать в себе привычку говорить искренние комплименты и развивать свой язык, чтобы нести хорошее людям не наличием самого комплимента, а его образностью и неординарностью.

Литература:

1. Аксенов В. Московская сага. Поколение зимы. Книга 1. – М.: Изографус, Эксмо, 2004. – 448 с.
2. Булгаков М. Мастер и Маргарита. М., «Худож. лит.», 1994. – 447 с.
3. Васильев Борис А. зори здесь тихие// Собрание сочинений в 8 томах. Том 1. Повести и рассказы. Смоленск: ТРАСТ-ИМАКОМ, РУСИЧ, 1994. – 544с.
4. Гоголь Н.В. Полное собрание сочинений в одном томе. – М.: «Изд-во АЛЬФА-КНИГА», 2009. – 1231с.: ил.
5. Гончаров И.А. Обломов: роман/ Иван Гончаров. – М.: АСТ: Астрель, 2011. – 493 с.
6. Гончаров И.А. Обрыв// Собрание сочинений в шести томах. Т. 5. – М.: Правда, 1972.–542с.
7. Ильф И.А., Петров Е.П. Двенадцать стульев //Двенадцать стульев; Золотой теленок. – М.: Мысль, 1982. – 636 с.
8. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. — 288 с.
9. Каверин В. Избранные произведения. В 2-х томах. Т. 1. Вступит. статья В. Борисовой. – М., Худож. лит., 1977. – 623 с.
10. Куприн А.И. Повести и рассказы/ Сост., послесл. и примеч. Л.А. Смирновой. – М.: Сов. Россия, 1987. – 416 с.
11. Обручев В.А. Земля Санникова. Роман. М., «Сов. Россия», 1978. – 240с.
12. Панкратов В. Руководитель: управление общением на 100 % : практ. руководство / В. Панкратов. – М. : Психотерапия, 2006. – 237 с. – (Психология успеха)
13. Пастернак Б.Л. Доктор Живаго: Роман. – Пермь: Кн. Изд-во, 1990. – 575 с.
14. Пушкин А.С. Драматические произведения. Проза. / Вступит. Статья Г. Волкова. – М.: Худож. лит., 1982. – 350 с.
15. Сафонов Д. Метро// Метро: Башня. Метро. Эпидемия. – СПб.: Издательский дом «Ленинград», 2013. – 896 с.
16. Тамберг Ю.Г. Как научиться говорить комплименты / Ю.Г. Тамберг. – М. : Наука ; М. : Флинта, 2004. – 136 с.
17. Толстой Л.Н. Война и мир. Роман в 4-х томах. Т. 1-2./Вступит. Статья К. Симонова; Примеч. Н.Фортунатова. – М.: Худож. Лит., 1983. – 702с.- (Б-ка классики)
18. Тургенев И.С. Дворянское гнездо//Рудин. Дворянское гнездо. Вст. статья и примеч. Л.М.Долотовой. М., «Худож. лит.», 1976 – 320с.
- 19.Чарская Л.А. Сибирочка// Собрание сочинений: В 5 т. Т.5: За что?; Сибирочка; Щелчок: Повести; Сказки. – М.: ТЕРРА – Книжный клуб, 2008. – 608 с.
20. Чехов А.П. Собрание сочинений в восьми томах. Т.5.: М., Правда, 1970. – 527 с.

Л.С. Галустьян,
Российский государственный педагогический
университет им. А.И. Герцена,
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация
laura.galustyan@mail.ru
(Научный руководитель – Сергеева Е.В.,
доктор филол. наук, профессор)

ДЕМИНУТИВ КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА НОСИТЕЛЯ ЯЗЫКА

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению специфики употребления слов с уменьшительно-ласкательным суффиксами. Рассматриваются деминутив и пейоратив и их функции в коммуникации.

Ключевые слова. Деминутив, коммуникативная ситуация, экспрессивная лексика, пейоратив, современная языковая ситуация.

По замечанию Г.Н. Складчиковой, такие оценочные средства, как деминутивы, ускорили процессы языковой эволюции и поколебали устойчивость отдельных языковых структур, что привело к преобразованиям на всех уровнях языка, хотя не таким разрушительным, как в послереволюционную пору, но достаточно заметным. Процесс активного вовлечения в систему литературного языка сниженной лексики из разных источников отличается в настоящее время большой интенсивностью. Современная языковая ситуация определяет потребность осмысления лексикографической оценки речевых актов, обусловленных влиянием деминутивов на систему литературного языка.

Под деминутивом мы понимаем лексему с уменьшительно-ласкательным суффиксом, которая выражает либо фамильярно-ласковое значение, либо пренебрежительное, уничижительное (их еще называют *пейоративом*) (Словарь-справочник лингвистических терминов).

Экспрессивную, или эмоционально-оценочную, лексику определяем как слова, которые означают не только понятия, но и выражают отношение к ним говорящего, особого рода оценочность (Словарь-справочник лингвистических терминов).

В повседневной речи мы часто сталкиваемся с явлением деминутивизации, когда даем конкретному предмету субъективную оценку. Под этим подразумевается уменьшение какого-либо предмета за счет уменьшительно-ласкательных суффиксов. Например, когда мы имеем дело с явлениями окружающего мира (*дождик* — говорящий намеренно использует суффикс *-ик-*, который указывает на незначительность явления/действия).

В большинстве случаев это может быть выявлено через непосредственное отношение говорящего к коммуниканту в процессе речевой деятельности. Такими распространенными деминутивами, как *зайчик, медвежонок* и подобными, мы придаем ласково-фамильярное

отношение к реципиенту. Довольно часто лексемы уменьшительно-ласкательной формы употребляются по отношению к детям, когда свойства животных переходят в характеристику поведения ребенка. Это что касается выражения через слова с уменьшительно-ласкательным суффиксом положительной коннотации.

Как говорилось выше, среди деминутивов можно выделить *пейоративы*, которые в своем составе также имеют уменьшительно-ласкательные суффиксы, но выражают, напротив, пренебрежительное, уничижительное отношение.

В средствах массовой информации, особенно в печатных изданиях (в статьях, посвященных политической теме) автор допускает использование таких слов как *люди* или *народ* в отрицательном значении (**людишки уничиж.** — презренные, недостойные люди). Например: *Есть подленькие людишки, которые прекрасно понимают: арбитр не может адекватно ответить им на футбольном поле, вот и дразнят, машут красной тряпкой перед носом [Национальный корпус русского языка].*

В данном высказывании слово *люди* содержит отрицательную экспрессию, как и прилагательное с уменьшительно-ласкательным суффиксом -еньк- (аналогично слово *подлый* отрицательно маркировано).

Однако следует выделить ту незначительную группу лексем, которые одновременно содержат и положительную коннотацию, и отрицательную. В первую очередь это зависит от коммуникативной ситуации, а точнее, от коммуникативной цели, которую преследует говорящий.

Так обстоит дело с неоднозначным словом *студентик*. Например, это слово само по себе нейтрально, то есть по наличию в его составе уменьшительно-ласкательного суффикса -ик- можно сделать справедливый вывод о том, что оно, как и все подобные слова, выражает положительную эмоциональную экспрессию. Но так кажется только на первый взгляд (в речи таких студентов оно может быть лишь деминутивом). В речи преподавателя лексема *студентик* обретает как положительную коннотацию, так и отрицательную. Так можно сказать о прилежном студенте (например: *миленький студентик*), когда мы оцениваем его как успешного, мы лишь придаем фамильярно-ласковый оттенок существительному. Но слово *студентик* можно употребить также и в противоположном значении. Например: *Ничего себе студентик! Только и делает вид, что учится.*

В Толковом словаре под редакцией С.А. Кузнецова в словарной статье к лексеме **студент** приводится производное слово **студентик** с указанием пометы *Ласк.* Однако в лексикографическом издании не зафиксирована словарная помета *Пренебр.* Таким образом, если опираться на данные толкового словаря, то можно говорить лишь о том, что слово может быть в форме деминутива. При анализе определенной коммуникативной ситуации можно сделать вывод, что лексема *студентик* — не только деминутив, но и пейоратив.

Аналогичная ситуация возникает при рассмотрении семантики и употребления слова «семейка». В Толковом словаре под редакцией С.А. Кузнецова указана производная лексема от *семья* с пометой *уменьш.-ласк.*, однако использование этого слова в форме деминутива может понимать двояко: нередко в печатных изданиях для того, чтобы придать отрицательную коннотацию, автор употребляет слово с уменьшительно-ласкательным суффиксом, придавая оттенок иронии, своего рода саркастичности (язвительная насмешка). Например: *Эта семейка задолжала много денег по кредитам и надеялась таким способом решить финансовые проблемы, — продолжает сыщик* [газета «Комсомольская правда», 2012 г.]

В приведенном примере автор характеризует с помощью употребления лексемы *семейка* сложившиеся в семье финансовые трудности (*пренебр.*). Возможно, в толковом словаре зафиксирована не совсем точная помета *уменьш.-ласк.*. Такое употребление возможно в разговорной речи и требует пометы «шутливо». Например: *Ну и семейка — пример для подражания!*

Современные словари фиксируют слово *деточка* как фамильярно-ласковое (*Только ласк.* к 1зн.: в обращении к ребенку). Однако и в этом случае стилистический показатель зависит от употребления деминутива в том или ином контексте. Таким словом-обращением можно как похвалить ребенка, так и пренебрежительно отозваться о нем. Например: *Мещаночка, корила она себя, пустая мещаночка, деточка, цыпочка, дрянь!* [Василий Аксенов. Пора, мой друг, пора (1963)] [омонимия снята].

Подводя итоги сказанному, можно сделать вывод о том, что деминутив, невзирая на наличие в его составе уменьшительно-ласкательного суффикса, может выражать и пренебрежительное значение. К этой группе лексических единиц преимущественно относятся одушевленные существительные (например: *бедняжка, бабушка* и т. д.).

Таким образом, положительная или отрицательная коннотация той или иной лексемы-деминутива зависит от того, в каком контексте или коммуникативной ситуации она используется.

Литература:

1. Складывшаяся Г.Н. Состояние современного русского языка, взгляд лексикографа. // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики. 4.1. М.: Инст. рус. яз, 1991.
2. Современный толковый словарь русского языка / Гл. Ред. С.А. Кузнецов. — СПб.: «Норинт», М.: «РИПОЛ классик», 2008. — 960 с.
3. Словарь-справочник лингвистических терминов. Изд. 2-е. — М.: Просвещение. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А.. 1976.
4. Национальный корпус русского языка: [Электронный ресурс].
5. <http://ruscorpora.ru/> (Дата обращения: 09.02.2015).
6. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М., 1986.

**Т.В. Гайдук,
В.А. Клунная,**
*Московский Институт Телевидения
и Радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
princessai-13@mail.ru
(Научный руководитель – Васильева И.В.,
ст. преподаватель)*

ТРУДНОПЕРЕВОДИМЫЕ ИДИОМЫ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА КАК СРЕДСТВО РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ (на примере английских анекдотов)

Аннотация. В данной статье рассмотрены труднопереводимые идиомы английского языка на примере английских анекдотов. Проанализированы общие для русского и английского языков идиоматические выражения, исследовано речевое воздействие, которое они оказывают на читателя. На основе проведенного анализа сделан вывод о том, что понимание национальных фразеологических и идиоматических единиц способствует лучшему пониманию традиций и культуры изучаемого языка.

Ключевые слова. Английский язык, идиома, фразеологизм, идиоматика, труднопереводимые слова, буквальный перевод, английские анекдоты, речевое воздействие.

В любом языке есть слова, которые трудно или невозможно перевести на другие языки с теми же языковыми затратами. Например, слово «тоска» в русском языке передает состояние души русского человека, которое иностранцы могут перевести лишь при помощи словосочетания или даже предложения.

Но в каждом языке существуют и целые выражения, которые при дословном переводе кажутся бессмыслицей. Такие выражения называют идиомами. «Идиома – присущий только данному языку и не переводимый на другие языки устойчивый оборот речи, значение которого не вытекает из суммы значений составляющих его элементов» [1; 58].

Чтобы понять смысл таких выражений, нужно применять по отношению к ним подходы художественного перевода. И зачастую это становится преградой для людей, изучающих иностранный язык. Тем не менее, живой язык невозможно представить без устойчивых оборотов речи и фразеологических единиц. Применяются идиомы в различных ситуациях: при деловом общении или в дружеской среде. Также к идиомам часто прибегают журналисты, пытаясь сделать свои материалы более художественными. Важен при употреблении идиом и контекст. Некоторые выражения звучат официально, а другие, наоборот, имеют разговорный характер.

Все идиомы можно разделить на две условные группы: те, которые имеют соответствие в других языках и те, значение которых можно лишь объяснить, а не передать при помощи аналогичной идиомы.

Так, к первой группе можно отнести следующие английские идиомы:

- “parents hand everything on a silver platter” («все подают на серебряном блюде», аналогично русскому «на блюдечке с голубой каемочкой»);
- “a man can die but once” («человек может умереть лишь однажды», аналогично русскому «двум смертям не бывать, а одной не миновать»);
- “busy as a bee” («занят как пчела», аналогично русскому «вертеться как белка в колесе»);
- “the grass is always greener on the other side on the fence” («трава всегда зеленее по ту сторону забора», аналогично русскому «хорошо там, где нас нет»).

Ко второй группе относятся следующие идиомы:

- “go Dutch” (буквально – «идти по-голландски», значение – платить вскладчину);
- “Sunday driver” (буквально – «воскресный водитель», значение – слишком медленный, неопытный водитель, который раздражает других участников дорожного движения);
- “wet the baby’s head” (буквально – «смочить голову младенца», значение – отметить появление на свет новорожденного).

В идиомах часто встречаются слова, которые уже вышли из активного лексикона. Но если исключить из фразеологического выражения одно это слово, то и сама идиома как цельная языковая единица уже не будет ничего значить.

За каждой идиомой стоит история ее появления. Например, в английском языке есть выражение “as mad as a hatter”, что переводится «безумен как торговец шляп». Этот оборот возник не случайно. Долгое время в процессе производства шляп использовалась ртуть – металл с ядовитыми парами, которые пагубно влияли на умственную деятельность человека. И уже после возникновения этой идиомы Льюис Кэрролл в «Алисе в стране чудес» передал безумие шляпника.

В данной работе мы поставили цель изучить трудно переводимые английские идиомы, проанализировав национальные английские анекдоты.

«Анекдот – это устный, очень короткий смешной рассказ с неожиданной концовкой» [4; 34] и «это жанр городского фольклора, злободневный рассказ-миниатюра с неожиданной концовкой, своеобразная юмористическая, часто фривольная притча» [5; 21].

Различают две группы анекдотов: ситуативные и лингвистические. К первой группе относятся анекдоты-истории, анекдоты-случаи. Анекдоты, принадлежащие второй группе, основаны на игре слов, каламбуре, омонимической путанице и идиомах.

Согласно Британской энциклопедии, английский юмор – это «составляющая часть культуры нации, он сочетает воедино гибкость ума и языковое изящество» [3; 231]. Из-за разницы в менталитете многие шутки, понятные родным носителям английского языка, могут не восприниматься

иностранцами. Юмор не всегда интернационален, особенно если он основан на игре слов и местных идиоматических выражениях.

Рассмотрим анекдоты, относящиеся к первой группе.

Necklace

A tourist was admiring a tribal necklace at a roadside gift shop.

«What is it made of?», she asked.

«Alligator's teeth», the Indian replied.

«I suppose», she said patronizingly, «that alligator's teeth mean as much to you as pearls do to us».

«Oh no», he objected. «Anybody can open an oyster».

В данном анекдоте идиомой представлена фраза «Anybody can open an oyster», которую переводят как «любой может открыть устрицу». В русском языке поговорка «Без труда не вытащишь и рыбку из пруда» наиболее точно передает смысл этого высказывания.

Arms full of coats

A woman stood inside the front door, her arms full of coats. Four small children scurried around her. Her husband, coming down the stairs, asked why she was standing there.

«Here», she said, handing him the coats. «This time you put the children into their coats, and I'll go honk the horn».

В этой зарисовке идиомой выступает само название анекдота – «Arms full of coats», что при дословном переводе на русский означает «руки полные пальто». Однако эквивалентом этой фразы служит русская поговорка «Быстро сказка сказывается, да не быстро дело делается».

Little Susan was mother's helper. She helped to set the table when company was due for dinner. Presently everything was on, the guest came in, and everyone sat down. Then mother noticed something was missing.

«Susan», she said, «You didn't put a knife and fork at Mr. Smith's place».

«I though he wouldn't need them», explained Susan. «Daddy says he always eats like a horse!».

К идиоме «eats like a horse» (дословно «ест как лошадь») очень просто подобрать идиоматический перевод. В русском языке это звучит «ест как свинья».

Далее рассмотрим анекдоты второй категории.

A Case For The FBI

The phone rings at FBI headquarters.

«Hello?»

«Hello, is this FBI?»

«Yes. What do you want?»

«I'm calling to report my neighbor Tom. He is hiding marijuana in his firewood».

«This will be noted».

Next day, the FBI comes over to Tom's house. They search the shed where the firewood is kept, break every piece of wood, find no marijuana, swear at Tom and leave.

The phone rings at Tom's house.

«Hey, Tom! Did the FBI come?»

«Yeah!»

«Did they chop your firewood?»

«Yeah they did».

«Okay, now it's your turn to call. I need my garden plowed».

A visitor from Holland was chatting with his American friend and was jokingly explaining about the red, white and blue in the Netherlands flag.

«Our flag symbolizes our taxes», he said. «We get red when we talk about them? White when we get our tax bill, and blue after we pay them» (blue – синий, голубой и blue – грустный, печальный).

«That's the same with us», the American said, «Only we see stars? Тоо» (I saw stars – у меня звезды посыпались из глаз).

A woman wanted a divorce. She went to the courthouse (court – двор/суд) and appeared before the judge. The judge reviewed her petition and asked, «Do you have grounds?».

The woman looked at him quizzically (to quiz – смотреть насмешливо или с любопытством) and said, «Grounds? Well, yes, your Honor, we do have about an acre and a half» (ground основание, повод/земля).

«No», said the judge, «What I mean is, do you have a grudge?»

The bewildered woman replied, «No, we just have a carport» (слова grudge (недовольство) и garage (гараж) похожи по звучанию).

The judge was becoming frustrated. «You're not getting the point», he said. «Does he beat you up?»

The woman replied, «Oh, no I'm up at 6:30 and he doesn't get up until 7:00» (to beat up – избивать, to get up – вставать, просыпаться; словосочетания beat up и get up похожи по звучанию).

The judge was exasperated. He looked at the woman and asked: «Look, lady, why are you here? What reason do you have for wanted a divorce?».

The woman replied, «Because my husband and I have a communication problem».

На примере проанализированных нами анекдотов можно сделать вывод, что анекдоты имеют свое воздействие на читателя только в том случае, если в его арсенале большой лексический запас. Главное при знакомстве с иностранными анекдотами в принципе и с английскими в частности – это, с одной стороны, умение подбирать нужное значение контекстного слова и навык распознавания омонимичных слов, а также способность понять ситуацию в целом.

Язык – это "зеркало культуры", в нем отражается не только картина мира, но и общественное самосознание народа, его менталитет, национальный характер, образ жизни, традиции, мораль, система ценностей»

[2; 35]. Национальный юмор – это важная часть любого языка, это метод мышления. Посредством него народ пытается сохранить свои колорит и специфику, которые передаются через поколения.

Английский юмор известен всему миру. В своих национальных шутках чопорные и высокомерные англичане превращаются в злодеев, меркантильных личностей, неудачников, нарушителей закона, нелепых людей. Английские анекдоты – это кривое зеркало, которое отражает картину мира англичан, их социальный опыт и культуру их нации.

Специфика рассмотренных анекдотов заключается не только и не столько в языковом барьере. Она прежде всего – в разнице культур. Научиться понимать шутки любой нации – значит научиться понимать саму нацию, уметь видеть за смешным и нелепым честное и настоящее.

Литература:

1. Ефремова Т.Ф. Новый толково-словообразовательный словарь русского языка. – М., 2000.
2. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М., 2000.
3. Британская энциклопедия. – 2002. Т. 23.
4. Литературная энциклопедия школьника. – М., 2003.
5. Новый иллюстрированный словарь. – М., 1999.

И.С. Голубева,

Кубанский государственный университет,

г. Краснодар, Российская Федерация

irene005@rambler.ru

(Научный руководитель – Хутыз И.П.,

доктор филол. наук, профессор)

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС КАК КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО ОБЩЕСТВА

Аннотация. В статье ставится задача выявить взаимосвязь политического дискурса и коммуникативного пространства общества. Особое внимание уделяется определению понятия коммуникативного пространства и анализу составляющих политического дискурса.

Ключевые слова. Политический дискурс, коммуникативное пространство, коммуникация.

Несмотря на тот факт, что политический дискурс является порождением определенной элиты общества (политических деятелей), он принадлежит обществу в целом, так как оказывает непосредственное воздействие на членов конкретного социума и в какой-то степени формирует уклад их жизни. Политический дискурс эквивалентен по своему значению политической коммуникации. Если для любой коммуникации нужно общество, а соответственно и коммуникативное пространство, значит, и у политического дискурса будет свое политически-коммуникативное

пространство, обладающее собственным перечнем признаков и своеобразных черт.

Для того чтобы дать полноценную характеристику коммуникативного пространства политического дискурса, мы сперва обратимся к самому определению коммуникативного пространства. Итак, в Новом словаре методических терминов и понятий данное словосочетание получило следующее значение: «совокупность сфер общения, в которых языковая личность может реализовать свое речевое намерение в соответствии с принятыми в данном социуме правилами и нормами общения» [1; 101]. Несомненно, коммуникативное пространство представляет собой связной центр, в котором передача информации считается основной функцией. Однако, представляя политическое коммуникативное пространство, нам следует уделять наибольшее внимание такому аспекту коммуникации, как подчинение правилам и нормам речевого общения. В коммуникативном пространстве политического дискурса не каждый участник имеет право на реализацию своих речевых намерений. Вместе с тем, любая речевая интенция должна соответствовать определенным нормам и не выходить за рамки предусмотренные законом. Более того, можно разделить политическое пространство на две группы: политические деятели (инициаторы политического дискурса) и остальные члены общества (адресаты или получатели, на которых идет воздействие со стороны политических деятелей). Политические деятели занимают доминирующую позицию и задают тон политической коммуникации, в то время как все остальные участники – это воспринимающая сторона, чья обратная реакция ограничена и подчинена высшим инстанциям.

Согласно другому определению, коммуникативное пространство – это «среда, в которой протекает взаимодействие между людьми и группами людей» [3]. Любое взаимодействие внутри коммуникативного пространства имеет свою степень близости и глубины:

1) далекая – близкая дистанция. Взаимодействие на существенном друг от друга расстоянии – типичная черта далекой дистанции. Сознательный и социальный контроль является регулировщиком общения между людьми. Считается, что «такая дистанция обычно возникает между незнакомыми людьми или в группах более восьми человек» [3]. В группах численностью до восьми человек преобладает близкая дистанция.

2) глубокая – поверхностная коммуникация. Под глубокой коммуникацией подразумевают полную вовлеченность индивида в процесс общения. Продолжительность – неотъемлемый признак такого коммуникативного акта. При поверхностной коммуникации присутствует лишь частичная вовлеченность, а значит, ей не свойственен длительный характер [3].

Кроме того, существуют четыре уровня коммуникативного пространства, каждый из которых отличается особыми свойствами:

1) физический. Данный уровень описывает, как взаимодействуют люди «в процессе материальной деятельности», а именно то, как они контактируют с физическими объектами [3]. Именно на физическом уровне происходит удовлетворение биологических потребностей человека (пища, вода, воздух, одежда и жилище).

2) психологический. Доверие и открытость наилучшим образом характеризуют тип взаимоотношений на этом уровне. Благодаря неформальному общению люди удовлетворяют «свои интимно-эмоциональные потребности» (любовь, дружба, эмпатия) [3].

3) социальный. Здесь на первое место выходят интересы социума, а не интересы отдельного индивида. Общественные коммуникации – основной вид взаимодействия. Огромную роль играют нормы и правила, общепринятые принципы, которые регулируют поведение людей. Именно на социальном уровне «человек удовлетворяет свои потребности в карьере, профессиональном обучении» [3].

4) интеллектуальный. Творчество, познание и самосовершенствование – ключевые понятия этого уровня, так как главное положение занимает мыслительная деятельность. Благодаря мыслительным процессам человек «удовлетворяет свои потребности в актуализации, раскрытии своих талантов и способностей» [3].

Анализируя коммуникативное пространство политического дискурса, мы можем дать ему следующую характеристику: наличие далекой дистанции (передача информации в большинстве случаев происходит при помощи СМИ), вариативность коммуникации (от глубокой до поверхностной), преобладание социального уровня (задействовано все общество). Значит, политическое коммуникативное пространство представляет собой социум, в котором информация создается политической элитой общества и распространяется посредством современных технических средств. Эта формулировка по своей сути очень похожа на определение коммуникационного процесса, описываемого в учебнике М.А. Василика «Основы теории коммуникации»: «Коммуникационный процесс – это процесс передачи информации от одного человека к другому или между группами людей по разным каналам и при помощи различных коммуникативных средств (вербальных, невербальных и др.)» [2; 126]. Данное определение передает смысл политического дискурса весьма поверхностно и в общих чертах. Сам М.А. Василик отмечает, что «процесс может приобретать различные формы в зависимости от числа участников, целей участвующих сторон, используемых каналов, средств, стратегий и пр.» [2; 126]. Следовательно, для того чтобы определить коммуникативное пространство политического дискурса, необходимо рассмотреть его как модель коммуникации.

За основу мы решили взять модель американского политолога Лассулла, разработанную им в 1948 году [2; 127]. Именно данная модель содержит ключевые аспекты любой коммуникации, которые и помогут нам

сделать подробный анализ политического дискурса и его коммуникативного пространства. Согласно формуле Лассуэлла, структура коммуникации состоит из пяти элементов, которые формируются благодаря следующим вопросам:

- 1) кто? (сам коммуникатор);
 - 2) сообщает что? (сообщение);
 - 3) по какому каналу? (способы передачи сообщения);
 - 4) кому? (получатель);
 - 5) с каким эффектом? (результат коммуникационного воздействия)
- [2; 127].

Сделав проверку политического дискурса по этим пяти пунктам, мы пришли к выводу:

1) Коммуникаторы здесь – политические деятели или представители политической элиты. Иницилируя сообщение, они к тому же играют роль информаторов, чьей целью является поддержание политической осведомленности в обществе.

2) Тип сообщения может варьироваться от устного (публичное выступление) до письменного (листовки, брошюры, прокламации).

3) В политическом дискурсе задействовано все общество, а значит, данную коммуникацию можно считать массовой. Из этого следует, что один из главных каналов передачи сообщений – это средства массовой информации (пресса, радио и телевидение, Интернет).

4) Люди, члены конкретного общества, представляют собой получателей политической информации. Их информированность о политической ситуации способствует развитию общества, формированию определенных политических предпочтений.

5) Политический деятели передают сообщение с целью воздействия на публику, изменения их политических позиций или внушения им правильных с их точки зрения установок.

В целом, мы можем сказать, что политический дискурс, как коммуникативное пространство, является отдельной сферой общества, где передача информации осуществляется по определенным законам и с конкретной целью.

Литература:

1. Азимов Э.Г., Щукин А.Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин. – М.: Издательство ИКАР, 2009.
2. Василик М.А. Основы теории коммуникации / М.А. Василик // Учебник. – М.: Гардарики, 2003.
3. Гуманитарная соционика // Основы соционики: Коммуникативное пространство // <http://www.socioniks.net/> – Дата обращения: 27.01.15.

Н.С. Ивахина,
Владимирский государственный университет
им. А.Г. и Н.Г. Столетовых (ВлГУ),
г. Владимир, Российская Федерация
frau-nadyana@yandex.ru
(Научный руководитель – Пименова М.В.,
доктор филол. наук, профессор)

ТОПОНИМЫ СОВЕТСКОГО ПЕРИОДА (на материале Павловского сельского поселения Суздальского района Владимирской области)

Аннотация. Статья посвящена микротопонимии советского периода Павловского сельского поселения Суздальского района Владимирской области. Топонимы рассматриваются с точки зрения их семантической структуры.

Ключевые слова. Топоним, микротопоним, микротопонимия, советский период.

Географическими собственными именами занимается топонимика – научная дисциплина, изучающая географические названия, их происхождение, развитие, современное состояние, смысловое значение, написание и произношение.

Особую отрасль топонимики представляет микротопонимика. Основной единицей изучения в микротопонимике является микротопоним, а совокупность микротопонимов образует микротопонимию.

Следует отметить, что микротопонимия может включать имена разнообразных географических объектов: растительных сообществ, водных источников, элементов рельефа, частей населенных пунктов, путей сообщения и т.д. [3].

Микротопонимия является своеобразным памятником разнообразных процессов: языковых, культурных, этнографических, исторических [1]. Так, топонимы (в том числе и их переименования) советского периода чаще всего названия связаны с символами эпохи, прославленными личностями и производством [2]. Их принято считать ничего не значащими, т.е. семантически опустошенными.

Давление советской идеологии, штампов и стереотипов коснулось и микротопонимии, чей состав пополнился семантически опустошенными единицами. И тем не менее выделяются микротопонимы, обладающие образностью и экспрессивностью.

Микротопонимия Павловского сельского поселения советского периода представлена 17 единицами: Бам, Вьетнам, Гараж, Животноводческая улица, Контора, Котельная, улица Красикова, улица Кулдышева, Очистные, Плотина, Плющиха, Сахалин, Свалка, Совхоз, Старое Павловское, Стройточка, Тында. Среди них можно выделить девять семантически опустошенных единиц, которые являются производственными названиями: Гараж, Животноводческая улица, Контора, Котельная, Очистные, Плотина, Свалка,

Совхоз, Стройточка. Однако микротопоним Совхоз со временем приобрел особый оттенок значения («новые постройки»), т.к. стал противопоставляться микротопониму Старое Павловское. Среди оставшихся восьми единиц выделяются названия, данные по принципу местоположения (отдаленность): БАМ, Сахалин, Тында; названия в честь местных жителей – героев Советского Союза: улица Кулдышева, улица Красикова; названия, данные по типу застройки: Вьетнам, Плющиха; название, данное по временному принципу: Старое Павловское (особый оттенок значения – «старые, деревянные постройки»).

Микротопонимы Бам, Вьетнам, Плющиха, Сахалин, Тында обладают сложной семантической структурой, т.к. актуализируются эмоциональный (ирония) и экспрессивный (метафорический перенос) компоненты значения. Так, микротопоним Бам называет животноводческий комплекс в с. Павловское, который находился в отдалении от села, и связан с известной аббревиатурой БАМ (Байкало-Амурская магистраль). Микротопоним Вьетнам называет часть с. Борисовское, где жители хотели построить новую улицу, но вскоре недостроенные дома бросили. Эти заброшенные пустые дома и дали почву для возникновения названия: они ассоциировались с разрушениями Вьетнамской войны. Микротопоним Плющиха называет часть улицы в с. Павловское, где расположены три трехэтажных панельных дома, и связан с популярным в 60-е гг. фильмом Т.М. Лиозновой «Три тополя на Плющихе». Микротопоним Сахалин называет улицу в с. Мордыш, которая находилась в отдалении от центра села, и связан с топонимом Сахалин, как с самой отдаленной частью территории России. В свою очередь, микротопоним Тында называет животноводческий комплекс в с. Павловское, который находился в отдалении от села, и связан с топонимом Тында – так называемая «столица БАМа». В топонимии Павловского сельского поселения можно выделить один топоним советского периода – Семеновское-Красное. Этот топоним является переименованием: до 1918 г. село носило название Семеновское-Барское. Как видно, первая часть топонима не подверглась переименованию, она является религиозным названием и связана с местным храмом Симеона Иерусалимского. Вторая часть современного названия бала утверждена на сельском сходе в связи с революционными событиями и является своего рода «реверансом» в сторону новой власти. Так в названии небольшого села причудливо сплелись церковная и советская идеологии.

Исходя из вышесказанного, можно утверждать, что несмотря на влияние государственной идеологии микротопонимия остается остается кладезью народной мудрости, т.к. в ней находят отражение и факты истории народа, и особенности уклада быта, и особое мироощущение русского человека, его творческие способности.

Литература:

1. Нерозник В.П., Горбаневский М.В. Советский «новояз» на географической карте. – М.: Знание, 1991.
2. Сулеранская А.В. Что такое топонимика. – М.: Наука, 1985.
3. Толбина Т.В. Топонимикон Микротопонимия Воронежской области: особенности номинации. Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – Воронеж, 2003.

А.З. Рыбник,
Кубанский государственный университет,
г. Краснодар, Российская Федерация
anna_rybnik@mail.ru
(Научный руководитель – Катермина В.В.,
доктор филол. наук, профессор)

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Аннотация. В данной статье проводится исследование характеристик языковой личности пользователя социальных сетей в гендерном аспекте. Проведенный компонентный анализ неологизмов англоязычного дискурса социальных сетей позволил выявить отдельные характеристики языковой личности. В статье также рассматривается десемантизация компонентов и появление новых гендерных особенностей в языке социальных сетей.

Ключевые слова. Гендер, языковая личность, социальная сеть, неологизм, десемантизация.

Для гуманитарных наук существуют два важных понятия, на которые опирается все гуманитарное знание в принципе, – это язык и культура. Ученые давно заметили, что язык является не просто средством общения, а своего рода игрой, со своими правилами. Это та игра, в которой каждый человек может проявить себя, нарушая или соблюдая правила. В языке отражается как опыт и история поколений в целом, так и отдельной личности. В данной статье мы собираемся рассмотреть проблемы теории языковой личности пользователя социальных сетей, а именно: исследовать ее гендерные особенности, говоря о языковой личности как об отражении правил и традиций нашей эпохи.

Понятие «языковая личность» было подробно изучено Ю.Н. Карауловым, который понимает под ним «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание им речевых произведений (текстов)» [2; 3]. Понятие языковой личности углубляет, развивает и насыщает понятие личности в целом, а не является «частно-аспектным коррелятором личности» [2; 39].

Социальные сети – новая коммуникативная среда для языковой личности. Благодаря своей специфике и невероятной популярности, социальные сети стали самыми часто посещаемыми сайтами в интернете. Таким образом, языковая личность пользователя социальных сетей отделилась от виртуальной языковой личности, но при этом сохранила общие черты.

Исследуя языковую личность пользователя социальных сетей необходимо обратить внимание на гендерный аспект: «Полное представление о языковой личности невозможно без исследования пола, одной из важнейших характеристик индивида, во многом определяющей его

социальную, культурную и когнитивную ориентацию в мире, в том числе и посредством языка» [3; 129].

При изучении темы мы столкнулись с понятием «гендер». Этот термин пришел в лингвистику довольно своеобразным путем: английский термин *gender*, означающий грамматическую категорию рода, был изъят из лингвистического контекста и перенесен в исследовательское поле других наук – социальной философии, социологии, истории, а также в политический дискурс. Перенос был сделан, чтобы уйти от термина *sexus* (биологически пол), так как это понятие связывает с природной детерминированностью не только телесные различия мужчин и женщин, но и поло-ролевое разделение труда, неодинаковые требования и отношение общества к мужчинам и женщинам, разную общественную «ценность» лиц в зависимости от их пола. Термин «гендер» был призван подчеркнуть не природную, а социокультурную причину межполовых различий. Согласно Н.А. Блохиной, «пол (*sex*) является словом, которое соотнесено с биологическими различиями между мужчиной и женщиной: видимая разница в гениталиях, соответствующая разница в воспроизводящей функции. Гендер (*gender*) между тем есть предмет культуры: он соотнесен с социальной классификацией на “маскулинное” и “фемининное”. Постоянство пола должно быть признано, но также должно быть (признано) разнообразие гендера» [1; 21].

В языкознании же «гендер» пришел (вернее, вернулся в новом значении) несколько позднее из сферы социальных наук, когда гендерные исследования получили статус междисциплинарного направления.

В настоящее время не подвергается сомнению такой феномен, как «гендерная предзаданность языка и речи. Гендерные стереотипы определяют специфику вербальной (и невербальной) деятельности личности. Исследования языка в рамках гендерной парадигмы позволяют описать не только антропоцентричную систему языка, но и изучить возможности и границы ее подсистем, связанных с мужественностью и женственностью как двумя ипостасями человеческого бытия» [3; 129].

В анализируемом материале часто встречаются неологизмы, характеризующие в основном языковую личность пользователей социальных сетей женского пола:

“Instagram Hottie (IG Hottie)” – *girls* you follow on Instagram who are just super smoking hot, almost sexy. These *girls* tend to have a lot of likes and a lot of followers, and for a damn good reason;

“Instagram Pretty” – the phenomenon where mediocre to slightly unsightly *girls*’ physical appearances benefit in photo form from Instagram filters;

“Instawhore” – a *girl* who consistently and often quite thirstily posts self-photographs on Instagram;

“Instagrammie” – a trendy *grandmother* who has a lot of cool pictures of her grandchild(ren);

“Twittow” – a woman who feels lonely because her husband uses Twitter all the time; и т.д.

Компоненты “girl”, “woman”, “grandmother” – это компоненты, относящиеся к женскому гендеру (female). Как свидетельствуют приведенные примеры, женская часть пользователей активнее пользуется социальными сетями, в основном сетью Instagram, где пользователи оценивают фотографии друг друга, а общение сведено к минимуму.

В процессе исследования мы также обнаружили, что встречаются неологизмы, имеющие в своем словарном составе компоненты, относящиеся к «женскому роду», тем не менее распространяющиеся как на женскую часть пользователей, так и на мужскую. Например, компонент –whore – a prostitute or promiscuous woman: often a term of abuse обычно относится к женскому роду, но в нижеперечисленных неологизмах данный компонент десемантизируется:

“Likewhere” – someone who pretty much begs for attention by posting Facebook statuses that appeal to as many people as possible for the sole purpose for getting a million “Likes”;

“Quotewhere” – a person on a social networking site such as facebook or myspace that always puts quotes as there status;

“Instawhere” – someone who consistently and often quite thirstily posts self-photographs on Instagram; и т.д.

Компоненты “person”, “individual”, “someone” не имеют гендерной принадлежности и отражают тенденцию стирания границ и половых различий у языковой личности социальной сети, появление так называемого «нейтрального пола».

Н.А. Блохина писала, что «гендерные исследования включают помимо женских и мужских исследований, еще и исследования сексуальности, в том числе квир-исследования (гей, лесбийские, бисексуальные, транссексуальные), и в этом смысле более толерантны. В центр их внимания помещаются по меньшей мере пять полов: женский, мужской, гетеросексуальный, гомосексуальный и транссексуальный. Не случайно, некоторые исследователи сравнивают гендер с “гибкой формой для печени”, которой вы можете придать практически любые приглянувшиеся вам контуры, перед тем как заняться выпечкой» [1; 36].

Языковая личность пользователя социальных сетей также нуждается в рассмотрении с точки зрения пяти полов. Доказательством тому служат такие неологизмы, как:

“Facebook Homo” – a young man with latent homosexual tendencies who is in denial but uses other young men's Facebook accounts to indulge in anal/penile fantasy action;

“Facebook lesbian” – a female on Facebook who lists herself as being in a relationship with another female friend, while in reality she is heterosexual and lists the relationship out of some bizarre feminine vanity.

В данном случае ключевыми компонентами являются “homo” и “lesbian”, так как у языковой личности пользователя социальной сети нетрадиционной ориентации могут встречаться характеристики, присущие противоположному полу.

Проследив гендерный аспект языковой личности социальных сетей можно прийти к выводу, что женская аудитория социальных сетей наиболее активна, так как неологизмов, относящихся именно к женщинам было найдено больше. Далее стоит отметить тот факт, что некоторые компоненты десемантизируются, теряя свой гендерный аспект в дискурсе социальных сетей и приобретают значение «человек». И последнее, что мы выявили в данном пункте, это наличие более чем двух полов в языковой личности пользователя социальной сети.

Литература:

1. Блохина Н.А. Понятие гендера: становление, основные концепции и представления // Общество и гендер. – Рязань: Поверенный, 2003. – С. 15–36.
2. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: ЛКИ, УРСС Эдиториал, 2010. – 264 с.
3. Минакова И.А. Выявление гендерных особенностей языковой личности на основе анализа используемых в художественных текстах лексических средств с временным компонентом // Вестник Челябинского государственного университета. – 2010. – № 4 (185). – С. 129–134.

Я.И. Сикорская,
*Армавирская государственная
педагогическая академия,
г. Армавир, Российская Федерация
Jana.Igorewna.1993@yandex.ru
(Научный руководитель – Папикян А.В.,
канд. пед.наук, ст.преподаватель)*

КАТЕГОРИЯ ОБЯЗАННОСТИ И НЕОБХОДИМОСТИ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Аннотация. В данной статье представлена категория обязанности и необходимости как один из видов модальности немецкого языка. Автором рассматриваются все основные средства выражения предложенной категории, наиболее подробно анализируются модальные частицы. Несмотря на отсутствие лексического значения, они выполняют коммуникативную функцию, а именно: уточняют прагматическую направленность высказывания, помогают воспринять высказывание как позволение, требование, обязанность, предостережение.

Ключевые слова. Модальность, категория обязанности и необходимости, лексико-грамматические средства выражения категории обязанности и необходимости, модальные частицы.

Наша письменная и устная речь часто содержит *модальность*, отношение того или иного высказывания к реальной действительности с точки зрения говорящего. Эта функционально-семантическая категория выражает разные виды субъективной квалификации адресанта. Категория модальности – система грамматических значений, указывающих на отношение содержания речи к действительности, а иногда и на волеизъявление говорящего. Категория модальности выражена в любом предложении [3]. Основным значением модальности является субъективно-объективное отношение высказывания к действительности с точки зрения говорящего; то есть модальность – это семантическая категория, определенным образом представленная в конкретном языке.

В немецком языке особенность категории модальности состоит в том, что она представлена не только морфологически, т.е. системой наклонений, но и достаточно широким кругом периферийных средств, а именно лексико-грамматическими средствами выражения возможности, обязанности желательности и необходимости. На современном этапе развития лингвистики при возможности свободного варьирования языковыми, лексико-грамматическими средствами возникает сложность употребления именно модальных форм глагольной парадигмы. Согласно мнению А.А. Балакиной, в немецком языке существует три вида модальности: модальность необходимости; модальность желательности; модальность возможности.

Рассмотрим основные типы модальности необходимости [2]:

- моральный долг совершить действие (внутренняя обязанность);
- рекомендация совершить действие;
- необходимость совершить действие, обусловленная планом, предварительной договоренностью;
- необходимость совершить действие, обусловленная внешними обстоятельствами;
- категорическая необходимость совершить действие.

Категория обязанности и необходимости является достаточно широким понятием с точки зрения психологии. «Мне необходимо, мне нужно!», «я должен это сделать!» звучит серьезно. Мы совершаем то или иное дело с разной степенью необходимости и значимости: кровь из носу, совершенно обязательно, при определенных условиях, с оговорками, в небольшой степени, в слабой степени, морально, эмоционально.

Категория обязанности и необходимости может быть реализована следующими лексико-грамматическими средствами [1; 5–7]:

- 1) модальными глаголами *dürfen, können, müssen, sollen, mögen, wollen*:
Er muss da sein; er möge dich finden;
- 2) конструкциями *haben (sein) + zu + Infinitiv*:
„Ich bin doch pflichtig zu sehen, wie viel eigentlich ein Mensch auszuhalten vermag...“ (H. Hesse);

- 3) модальными словами и частицами *hoffentlich, möglicherweise, sicherlich, vermutlich*;
Vielleicht soll ich selbst machen; kommst du sicherlich allein;
- 4) оценочной лексикой – *hoffentlich, leider, glücklicherweise, zum Glück, kein Wunder (Gewiß, ich sage ihm die Wahrheit!);*
- 5) различными фразеологическими оборотами долженствования:
Ordnung muss sein (Порядок должен быть) или der Mensch soll in allen Dingen Mass halten (Человек должен соблюдать меру во всем);
- 6) специальным лексико-грамматическим классом слов, а также функционально близкими к ним словосочетаниями и предложениями (в составе предложения эти средства обычно занимают синтагматически автономную позицию и функционируют в качестве вводных единиц);
- 7) при помощи порядка слов:
Du musst diese Arbeit bis Morgen fertigmachen?;
- 8) при помощи междометий:
Wohin bringen Sie ihn? Sagen Sie's, haben Sie ein Herz! –Tja, wohin wohl? Sind wir Jesus?;
- 9) специальными интонационными средствами для акцентирования необходимости, долженствования;
- 10) композиционными приемами.

Подробнее мы рассмотрим особый класс выражения категории обязанности и необходимости – модальные частицы. Интерес современной лингвистики к модальным частицам немецкого языка не случаен: ни один язык (кроме русского) не обладает такой богатой, такой разветвленной системой модальных частиц, как немецкий.

Частицы не имеют лексического значения (исключение составляет только частица *nicht*, сохранившая семантику отрицания), в предложении они выполняют коммуникативную функцию, а именно: уточняют прагматическую направленность высказывания, помогают воспринять высказывание как позволение, требование, обязанность, предостережение [4]. В зависимости от значения и роли в предложении модальные частицы немецкого языка можно подразделить на следующие группы:

1. Модально-усилительные (*doch, denn, schon, nun, (ein) mal*).
2. Модально-ограничительные (*ja, bloß, nur*).
3. Модальные в собственном смысле слова (*etwa*).

Самые распространенные из них – модально-усилительные частицы, которые усиливают модальность предложения, сохраняя при этом некоторые оттенки своих лексических значений.

Мы рассмотрим три наиболее близких по выражению модальности долженствования частиц.

1. Частица *doch*.

Основной, наиболее распространенной модально-усилительной частицей является частица *doch*. Обычно она выражает значение, близкое к русскому

«же», «ведь». При этом может стоять в предложениях с различной модальностью, усиливая то утверждение:

Das ist doch selbstverständlich! – *Ведь это само собой разумеется.*

Los, los, komm doch! – *Живей, живей, иди же! Или:*

Rede doch vernünftig, mein Kind! – *Говори разумно, дитя мое.*

(*B. Kellermann, Totentanz, 1951*)

С помощью частицы *doch* немецкий вопрос, повеление, утверждение и пожелание звучат более настойчиво и твердо. Эта частица играет большую роль в устной речи:

Komm, setz dich doch! – *Иди, садись же!*

Wären doch nur alle so! – *Если бы все были такими!*

Man muß doch mehr lesen. – *Ведь надо больше читать.*

2. Частица **schon**.

Своеобразный оттенок усиления модальности предложения вносит частица *schon*. Она широко употребляется при повелительном наклонении и переводится на русский язык частицей «же» например:

Komm schon! – *Иди же! Nimm schon!* – *Возьми же! Na, so red schon!* – *Ну говори же!*

(*W. Bredel, Die Söhne, 1952*)

В этом значении частица передает достаточно экспрессивный оттенок долженствования:

Fang schon an! – *Начинай же!*

Sag schon! – *Скажи же!*

Ruf schon die anderen zusammen! – *Созови же всех остальных!*

(*W. Bredel, Die Söhne, 1952*)

Nun hör schon auf! – *Ну перестань же!*

(*W. Bredel, Die Enkel*)

Setz dich schon. – *Садись же!*

(*W. Bredel, Die Enkel*)

3. Частица (**ein**) **mal**.

Частица (*ein*) *mal* передает экспрессивные оттенки нетерпения мягче, чем частица *doch*. Она выполняет при повелительном наклонении служебную усилительную функцию, соответствуя русской частице «-ка», например:

Hör mal! – *Слушай-ка!*

Nun sollen Sie mal zuhören! – *Теперь вам следует послушать!*

Sage mal...– Скажи-ка...

(*L. Renn, Krieg. Nachkrieg*)

Gib mal her! – *Дай-ка сюда!*

(*L. Renn, Krieg. Nachkrieg*)

Nun sollen Sie mal zuhören! – *А теперь послушайте!*

Как видно из приведенных примеров, частица (*ein*) *mal* передает обязанность, долженствование, хотя и в более усиленной форме, но не так категорично, как *doch*.

Модальные частицы как средство выражения категории обязанности и необходимости занимают совершенно особое место. Они не просто выражают те или иные мысли людей, но передают их в наиболее идиоматической и своеобразной форме. Они, можно сказать, добавляют к устной речи немецкого народа то неповторимое «чуть-чуть», которое придает ей национальный колорит и неподражаемую выразительность. Эти частицы настолько живы в речи, что многие ученые воспринимают их как самые живые и непосредственные способы передачи мыслей и чувств человека. Это, конечно, вовсе не означает, что другие средства и способы выражения модальности и всех прочих значений играют меньшую роль в языке.

Несмотря на многолетнее исследование, модальность остается до сих пор мало изученной категорией. Она является языковой универсалией, встречающейся во всех языках. Каждое наше высказывание содержит модальность как категорию, выражающую отношение субъекта к объективной реальности. Таким образом, категория модальности – это кладезь обширных и разнообразных средств выражения желания, необходимости, обязанности, повеления.

Литература:

1. Балакина А.А. Лексические средства выражения модальности возможности в исторической перспективе // Иностранный язык и межкультурная коммуникация : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Томск: ТГПУ, 2008. С. 5–7.
2. Беляева Е.И. Функционально-семантические поля модальности в английском и русском языках. Воронеж: Изд-во Воронеж. Ун-та, 1985.
3. Крашенинникова Е.А. Модальные частицы в немецком языке. – М., 1958.
4. Helbig G., Buscha I. Deutsche Grammatik. Ein Handbuch für den Ausländerunterricht. Leipzig, 1986.

*А.А. Фролова,
Российский государственный педагогический
университет им. А.И. Герцена,
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация
alina14_92@mail.ru*

*(Научный руководитель – Сулименко Н.Е.,
доктор филол. наук, профессор)*

ФРАНЦУЗСКИЕ КОРНИ И ОСНОВЫ НА РУССКОЙ ПОЧВЕ (по данным современной разностилевой прозы русскоязычных писателей-эмигрантов)

Аннотация. Статья посвящена современным производным словам от французских заимствований. Автор приходит к выводу о том, что чаще всего русскоязычные писатели-эмигранты пользуются соответствующими дериватами, созданными на русской почве, для создания необходимой экспрессии и иронических смыслов в тексте.

Ключевые слова. Суффикс, флексия, иноязычное вкрапление, дериват, комический эффект.

В текстах современных русскоязычных писателей, живущих во Франции, нередко можно встретить производные от французских

заимствований слова, которые успешно функционируют на русской почве. В своей работе мы отгалкивались от лексики, найденной в публицистических произведениях Бориса Носика, Дмитрия Савицкого и Киры Сапгир.

Так, слово «камамбер», обозначающее сорт одного из известнейших французских сыров, в следующем контексте выступает в роли качественного прилагательного с продуктивным суффиксом *-н-*: «*Когда же он попробовал подогнуть колени, то почти повис в воздухе, и таможенник, здоровенная камамберная рожка, сам ему улыбнулся, возвращая паспорт*» [6]. Эта лексема приобретает негативную коннотацию, «через свою гештальтную структуру передавая текстовые смыслы «противоестественный, неприятный» [9] определению и проявляется как качество субъекта (в данном случае речь идет не о сыре, а о человеке), следовательно, автор находит и открывает для русского читателя такой концептуальный признак производящего, который не предусмотрен общим употреблением.

В следующем контексте мы можем наблюдать пример крайнего нагнетания галлицизмов, благодаря которому создается комический эффект: «*Это вы смеетесь, но вот послушайте, я вам расскажу... Подходит ко мне женом. Садится в **вуатюру***» [1]. Следует отметить, что слово *вуатюра* («автомобиль» – прим. А.Ф.) принимает русскую флексию *-а*, а лексема *женом* («молодой человек, юноша» – прим. А. Ф.) остается неизменной.

Слово *пелуза* присоединяет в русском языке флексию *-а* (от фр. *pelouse* – прим. А. Ф.): «*Наша пелуза (лужайка) заросла большой травой, молоденькие деревца, посаженные нами два года тому назад, выросли и погустели...*» [5], а лексема *тартинка* (от фр. *tartine* – прим. А.Ф.) – суффикс *-к-*: «*Он приходил ко мне: и когда ни у него, ни у меня не было денег, я отправлялась с сумкой пустых бутылок, чтоб купить сосисок и чипсы, мы ели жирные тартинки и пили чай*» [4] или «*Именно ему приписывают успех Маргариты Наваррской, супруги Генриха IV, соблазнившей короля не пышными формами, а тартинками с бри*» [8]. Можно также отметить, что в последнем примере автор для ориентации на французский быт использует иноязычное вкрапление *бри* – название мягкого сыра из коровьего молока, получившего свое имя по топониму французской провинции, где его начали изготавливать.

Слово *благский*, то есть *шуточный*, если бы мы переводили на русский язык, добавляет к своей основе продуктивный суффикс *-ск-*, частотный при образовании относительных прилагательных, коим и является это слово: «*Один засидевшийся в Москве французский корреспондент придумал **франко-русское название для русских анекдотов** – «благская история» (от французского *blague* – *шутка*)*» [3]. В этом примере отчетливо и влияние созвучия со старославянским по происхождению словом *благо*, и смысловое взаимодействие русского и французского слов.

Слово *кантина* («столовая» – прим. А.Ф.) в русском языке принимает флексию *-а* и становится, как и во французском языке, существительным женского рода (сигналом перевода в данном контексте может выступать оборот «как ее называли»): «*Эта столовая, или, как ее называли,*

«**кантина**», существовала на деньги, которые Мария Васильева выручала от продажи кукол, изготавливаемых для модных лавок» [7].

От французского слова *клошар* со значением «*personne sans domicile et sans travail*» [10] (то есть «человек без дома и без работы»), находим следующие дериваты, созданные на русской почве в качестве глагола: «Собрался на проклятый Запад даже старик Олин. Куда ты?! Спятил, старый хрен? – приставал к нему Ося. – Что ты там будешь делать? **Клошарить**... – был ответ» [6], в качестве прилагательного с суффиксом -ск-: «Так что в мире дорогих магазинов и хвастливого супермодерна сложилась уже и своя **бродяжье-нищенская** («**клошарская**») инфраструктура, которая так же современна, как магазины информатики, Джорджио Армани, «Наф-Наф» или Мадонна...» [2] и в качестве сокращения – **клодо**: «В холодную пору **бродяг-«клошаров»** («**клодо**») в метро становится больше» [1], что связано с помещением слова-жаргонизма в позицию определяемого при одиночном приложении (бродяг-«клошаров»), тем самым создается лексическая и синтаксическая поддержка выражаемой автором эмоции и оценки. Кроме того, в современных текстах писателей-эмигрантов встречается также лексема-существительное *клошарка*: «На станция *Croix Rouge*, позабытая-позаброшенная 70 лет назад, теперь не выглядит угрюмой **клошаркой**» [8], причем в данном случае автор в контексте говорит уже не о человеке, а об одноименной станции парижского метро *Croix Rouge*.

Список производных слов от французских заимствований не может быть ограничен. Мы в этой работе имели целью рассмотреть самые яркие и показательные примеры из современной разностилевой прозы русскоязычных авторов, живущих во Франции. Так, можно заключить, что писатели активно пользуются в своих текстах включениями производных слов, которые ориентируют русских читателей на французскую культуру, помогают найти новые стилистические развороты и создают комический эффект.

Литература:

1. Носик Б. М. Прогулки по Парижу. Левый берег и острова. М.: Радуга, 2001. 344 с.
2. Носик Б. М. Прогулки по Парижу. Правый берег. М.: Радуга, 2001. 368 с.
3. Носик Б. М. Прогулки вокруг Парижа, или Французский Остров Сокровищ. Север – Восток и Ближние пригороды. М.: Радуга, 2003. 288 с.
4. Носик Б. М. Сентиментальные и документальные истории русского Парижа. М.: Радуга, 2006. 384 с. (Серия «Сквозь призму времени»).
5. Носик Б. М. Бретань и Нормандия (из цикла «Милая Франция»). М.: Радуга, 2009. 400 с.
6. Савицкий Д. П. Ниоткуда с любовью. М.: Радуга, 2003. 140 с.
7. Сапгир К. А. Быки и улитки. СПб.: Алетей, 2006. 236 с. (Серия «Русское зарубежье. Коллекция поэзии и прозы»).
8. Сапгир К. А. Париж, которого не знают парижане. СПб.: Росток, 2012. 384 с.
9. Сулименко Н. Е., Хохлов А. В. Проблемы лексического «учения о слове»: системный и текстовый аспект. СПб., 2013. 222 с.
10. Hachette. Dictionnaire de la langue française mini. Paris, 2007.

СПЕЦИФИКА НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА

Аннотация. Данная статья посвящена специфике перевода научных и технических текстов. На многочисленных примерах показаны приемы работы с лексическими единицами при переводе их с английского языка на русский.

Ключевые слова. Перевод, переводоведение, научно-технический перевод, английский язык, русский язык, лингвистика, междисциплинарные исследования.

В процессе обучения многие лингвисты сталкивались с проблемой перевода научно-технических текстов, т.к. зачастую важны не только хорошие переводческие навыки и знание лексики, но и понимание того, о чем идет речь.

Перед началом работы лингвист должен четко определить стили переводимого материала, нельзя забывать, что между стилями научной и технической литературы существуют большие различия. Технические тексты (инструкции, чертежи, техническая документация) носят, скорее, прикладной характер, поскольку ориентированы на специалистов, которые не нуждаются в объяснении употребляемых терминов. Научные же тексты (статьи, диссертации, монографии) призваны обеспечить понимание той или иной научной концепции. Например, автор научно-популярной статьи стремится объяснить читателю новые понятия и познакомить его с основной идеей. Для этого часто используют [1; 7]:

1) Формы превосходной степени (“Accelerated growth means **shorter** production cycles, resulting in a **more efficient** use of feed.” – “Ускоренный рост означает **сокращение** (досл. “**короче**”) производственного цикла, в результате **более эффективного** использования кормов” [2;3]).

2) Эмоционально-экспрессивные существительные (“Foster didn’t join the House’s science committee as a **rookie**” – “Фостер не вступил в Комитет Науки в качестве **новичка**” [3; 1]).

3) Вводные слова, наречия, усилительные частицы (“**Even when** he is emotional, he is still a precise observer of detail; **even when** he is rational, he still embraces intuition.” – “Даже когда он эмоционален, он по-прежнему строго следит за нюансами, даже когда он собран, он по-прежнему во власти интуиции”).

Когда переводчик определил, к какому стилю относится данный текст, наступает время оценить масштабы работы с лексикой – наиболее специфичным уровнем языка науки и техники. Как правило, она богата терминами. Чтобы проследить это, обратимся к примеру:

"The first **BioBrick assembly** standard was proposed by Tom Knight. This very first assembly standard was called "**Standard Sequence Assembly of BioBricks**," and is no longer in use but since then many other assembly methods have been proposed. All BioBrick parts are flanked by a **prefix** and a **suffix**, and because of these sequences, it is possible to put together different BioBrick parts in order to create new parts with more complex functions than the **constituents**. What is different between the almost hundred proposed assembly standards are the prefix and suffix surrounding the BioBricks and the restriction sites contained in these sequences [5; 4].

При переводе выделенных терминов нужно решить проблему "переводимости" (т.е. найти эквивалент языковой единицы иностранного языка), которые определил В.Н. Комиссаров [6; 16]:

- термин должен быть **точным**, т.е. иметь строго определенное значение, которое может быть схемой логического определения, устанавливающего место обозначенного термином понятия в системе понятий данной области науки и техники;

- термин должен быть **однозначным** и в этом смысле независимым от контекста;

- каждому понятию должен соответствовать лишь **один термин** (чтобы не было терминов-синонимов);

Руководствуясь данными требованиями, составим *словарик* для примера:

BioBrick – на русский язык термин переводится как "биоблок", т.к. в варианте дословного перевода ("биокирпич") слово уже используется в другой отрасли (пром).

Constituents – находим эквивалент языковой единицы в ИЯ, используем слово "слагаемые", но т.к. лексическое значение слова не подходит по смыслу в предложение, мы используем конструкцию "новые и те, что были даны изначально".

Prefix и **suffix** – переводим путем транслитерации (т.к. биоинженеры пользуются латинскими понятиями "префикс" и "суффикс").

Restriction – ограничение (эквивалент).

Sites – зд. "места" или "сайты".

Standard sequence assembly of biobricks – "стандартная последовательность сборки биоблоков" – является важнейшим термином в биоинженерии; переводим путем калькирования.

Последний этап, который также является одним из важных, – грамматически и синтаксически верное построение предложений. Автор статьи предлагает следующий вариант перевода: «Первый способ стандартной последовательности сборки биоблоков был предложен Томом Найтом. Он забывался. "Стандартная последовательность сборки биоблоков" и больше не используется, т.к. с тех пор были открыты (избегаем повторения слова "предложены") многие другие методы сборки. Все части биоблоков имеют префикс и суффикс в начале и в конце соответственно, и из таких

последовательностей можно складывать биоблоки для создания новых частей с более сложными функциями, чем те, что были даны изначально. Почти сто разных стандартных последовательностей отличаются друг от друга, благодаря префиксу и суффиксу, которые окружают биоблоки, и ограничивающим сайтам, также включенным в последовательность».

Особенности научно-технического перевода, рассмотренные в статье, могут также быть отработаны на практических занятиях по английскому языку со студентами лингвистических факультетов и со студентами естественнонаучных специальностей.

Литература:

1. Стрельцов А.А. Научно-технические тексты. От понимания к переводу. – М.: Феникс, 2012.
2. BBC Science, the article “Is the world ready for GM animals?”, 25 February 2015, <http://www.bbc.com/news/science-environment-31604233> (дата обращения: 12.02.2015).
3. Science, AAAS, the article “Lone physicist in Congress joins science panel”, 27 February 2015, <http://news.sciencemag.org/people-events/2015/02/lone-physicist-congress-joins-science-panel> (дата обращения: 12.02.2015).
4. Discover. Science for the curious. The article “What a Half-Vulcan Taught Us About Science” <http://blogs.discovermagazine.com/outthere/2015/02/28/half-vulcan-taught-us-science/#.VPMIuF3FLIU> (дата обращения: 12.02.2015).
5. DNA Cloning and Assembly Methods, Editors: Valla, Svein, Lale, Rahmi, 2014.
6. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение: учебное пособие. – М.: ЭТС, 2001.
7. Айзенкоп С.М. Учебное пособие по техническому переводу. – Ростов н/Д: Феникс, 1996.
8. Алексеева И.С. Введение в переводоведение. – М.: Изд. Центр "Академия", 2004.
9. Аристов Н.Б. Основы перевода/ Н.Б. Аристов – М., 1959
10. Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике. – М.: Высшая школа, 1991.
11. Борисова Л.И. Лексические особенности англо-русского научно-технического перевода: учеб. Пособие. – М.: МПУ, 2001.
12. Комиссаров В.Н. Теория перевода/ В.Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990.
13. Сдобников В.В., Петрова О.В. Теория перевода. – М.: Восток-запад, 2006.
14. Стельцова А.А. Научно-технические тексты. – Р н/Д: Феникс, 2012.

А.Ш. Шакеров,

*Университет им. Шакарима Кудайбердиева,
г. Семей, Республика Казахстан*

adon70@mail.ru

*(Научный руководитель – Абикинов М. Т.,
канд. филол. наук)*

ОБРАЗОВАНИЕ ГЛАГОЛОВ В РУССКОМ И КАЗАХСКОМ ЯЗЫКАХ

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению словообразовательных особенностей в русском и казахском языках. На примере образования глагола показано общее и различное в образовании этой важной части речи в разных языках.

Ключевые слова. Словообразование, глагол, морфология, аффикс, основа слова, части речи, способы словообразования.

Образование глаголов в каждом из сопоставляемых языков имеет свои особенности, связанные со спецификой морфологической структуры языков.

Остановимся только на наиболее продуктивных способах образования глаголов в русском и казахском языках. Различаются:

а) *морфологический* (синтетический) способ образования глаголов путем аффиксации. В русском языке имеется три морфологических способа образования глаголов: суффиксальный, префиксальный и суффиксально-префиксальный, в казахском – только суффиксальный, так как префиксов (приставок) в казахском языке нет;

б) *синтаксический* (аналитический) способ применяется в казахском и других тюркских языках.

В обоих сопоставляемых языках глагольное словообразование делится на два типа:

1) *отыменное* (от основ имени существительных, прилагательных и числительных);

2) *внутриглагольное* (от глагольных основ).

Небольшую группу в обоих языках составляют глаголы, производные от других частей речи: местоимений, наречий, междометий и звукообразоподражательных слов.

1. Образование глаголов от именных основ. Основным способом образования глаголов от именных основ в русском языке является суффиксальное образование. Русский язык располагает небольшим количеством суффиксов глагольного словообразования, которые в основном имеют общее значение процесса с некоторыми дополнительными оттенками.

От именных основ глаголы образуются при помощи следующих суффиксов:

а) – *а/-я-*: *обед*(түсі тамақ) – *обедать*(түсі тамақ ішу), *стрела*(садақ) – *стрел-я-ть* (ату);

б) – *нича-*: *столяр* (ағаш ұстасы) – *столяр-нича-ть* (бұйымдар жасап шығару), *деликатный* (сыпайы) – *деликат-нича-ть* (сыпайысыну);

в) – *ова/-ева-*: *беседа* (әңгіме) – *бесед-ова-ть*(әңгімелесу), *горе*(қайғы) – *гор-ева-ть*(қайғыру);

г) – *ирова-*, *-изирова-*, *-извоа-*, *-фицирова-* в заимствованных словах: *электрификация* – *электрифиц-и-рова-ть* (электрлендіру), *автомат-автомат-изирова-ть* (автоманттандыру), *орган-изова-ть* (ұйымдастыру) *яров-изирова-ть* (яровизациялау, баптау):

д) – *и-*: *соль* тұз – *сол-и-ть* (тұздау), *рыбак* (балықшы) – *рыбач-и-ть*(балық аулау), *белый* ақ – *бел-и-ть* (ағарту, ақтау), *двое*(екеу) – *двоиться*(екеу болып көріну);

е) – *е-*: *пот*(тер) – *пот-е-ть* (терлеу), *камень*(тас) – *камен-е-ть*(тасқа айналу), *белый* (ақ) – *бел-е-ть*(ағарту).

В современном русском языке наблюдается и суффиксально-префиксальное образование глаголов от именных основ: *у-глуб-и-ть*(терендету), *у-дво-и-ть*(екі есе көбейту), *за-земл-и-ть*(жерге қосу), *о-бес-сил-е-ть* (әлсіреу, дәрмені кету).

2. Внутриглагольное словообразование (образование глаголов от глагольных основ).

В русском языке внутриглагольное словообразование тесно связано с глагольным формообразованием. Во многих случаях бывает трудно отличить глагольные словообразование от глагольного формообразования [1; 98].

Наиболее распространенным способом образования глаголов от глагольных основ является префикция – образование глаголов при помощи приставок.

Образование глаголов от глагольных основ при помощи суффиксов сводится в основном к образованию видов глагола.

Всего в русском языке 22 приставки, они в большинстве своем совпадают (по звуковому составу) с предлогами, например: *в-/во-, до-, за-, из-, на-, -над-, о-/об-, от-, по-, под-, пред-, при-, про-, с-, у-*.

Данные приставки выполняют в некоторой степени роль, сходную с ролью соответствующих предлогов. Это проявляется в параллельном употреблении одинаковых приставок и предлогов. Например.: *влететь в клетку, долететь до клетки, отлететь от клетки, слететь с клетки, подлететь под клетку*.

Другие приставки соответствующих предлогов не имеют: *вз-/воз-, вы-, небо-, обез-, низ-, пере-, пре-*.

Приставки (в разной степени) являются продуктивными.

К числу малопродуктивных приставок относятся: *воз-, низ-, пре-*.

Не все глаголы могут употребляться со всеми приставками. Глагол *мыслить*, например, не принимает многих приставок, а глагол *бить*, наоборот, употребляется почти со всеми приставками. Например: *бить* – соғу, сабау, ұрып жығу; *вбить* – қағып кіргізу, енгізу; *взбить* – көпсіту, шайқау, көпсірту; *выбить* – ұрып, ұшырып түсіру, итеріп құлату; қирату, қуып шығу; *добить* – өлтіру, құрту; *забить* – қағу, қағып кіргізу; *избить* – ұрып соғу, қырып жою; *набить* – тығыздап толтыру, қағып қою, ұрып алу; *набдить* – бір жерін сындырып алу; *обить* – тойтару, тартып алу, сындырып алу; *побить* – ұру, соғу, таяқтау, қамшылау; *подбить* – астынан қағу, ұлтандыру, атып түсіру; *пробить* – тесу, тесіп шығу; *сбить* – ұрып жығу, ұшырып түсіру, былғау; *убить* – өлтіру, құрту.

В образовании глаголов иногда используется несколько приставок сразу: *о-про-вергнуть* – жалғандығын ашып тастау, *раз-у-красить* – әдемілеу.

Менее продуктивным является суффиксально-префиксальный способ глагольного словообразования: *прыг-а-ть* (секіру) – *под-прыг-ива-ть* (секіріп түсу, қағып түсу).

К тому же способу относятся образование глаголов при помощи префикса (приставки) и частицы *-ся*; *пить* (ішу) – *напиться* (сусындау, шөлін қандыру), *кричать* (айқайлау) – *докричаться* (айқайлап естірту), *кликнуть* – (айқайлап шақыру) – *откликнуться* (үн беру, дыбыс беру).

Приставки в русском языке выполняют следующие функции:

а) Изменяют (в той или иной степени) лексическое значение глаголов и вместе с тем придают ему грамматическое значение совершенного вида. Например: *неть*(ән салу) – несовершенный вид, *запеть*(ән сала бастау) – совершенный вид; *писать*(жазу) – несовершенный вид, *переписать*(көшіріп жазу) – совершенный вид; *лечь*(күю) – несовершенный вид, *долить*(үстеп күю) – совершенный вид; *бежать*(жүгіру) несовершенный вид, *добежать*(жүгіріп жету) – совершенный вид; *скакать*(шабу) – несовершенный вид, *доскакать*(шауып жету) – совершенный вид; *ходить*(жүру) – несовершенный вид, *сходить*(барып келу) – совершенный вид;

б) придают только грамматическое значение совершенного вида, не изменяя лексического значения глагола. Например: *мыть*(жуу) – несовершенный вид, *вымыть*(жуып болу)– совершенный вид; *чистить*(тазалау) – несовершенный вид, *вычистить*(тазалап болу) – совершенный вид; *строить*(салу) – несовершенный вид, *построить*(салып болу, салып бітіру) – совершенный вид; *делать*(істеу) – несовершенный вид, *сделать*(істеп шығу) – совершенный вид и т.д.;

в) изменяют лексическое значение глагола, не изменяя вида. Такое явление наблюдаем у глаголов неопределенного движения (кратного подвида). Например: *ходить* – жүру, *выходить* – шығу, *заходить* – кіру; *возить* – тасу, *вывозить*- тасып әкету, *привозить* – алып келу; *летать* – ұшу, *улетать* – ұшып кету, *прилетать* – ұшып келду и т.д.

Здесь все как приставочные, так и бесприставочные глаголы несовершенного вида.

Приставки обычно имеют несколько значений, напр., приставка *пере-*вносит в глаголы следующие значения:

- Переход, движение через что-нибудь: *перебежать* через дорогу-жолдан жүгіріп өту;
- Действие, производимое заново: *переделать* – қайта істеу, жаңадан істеу; *перекрасить* – қайтадан бояу;
- Разделение предметов: *перерубить*- ортасынан шауып бөлу;
- Чрезмерность действия: *пересолить*- артық тұздау;
- Поочередный охват действием большого количества или всех предметов: *перечитать*- бәрін оқу;
- Взаимность действия: *переговариваться* – сөйлесу, *переглядываться* – қарасу.

Приставка приобретает свое конкретное значение, свою определенность в контексте.

В казахском языке отсутствие приставок возмещается при помощи:

- Глаголов разных корней , например: *алып жүру* – носить, *ұрсу*, *сөгу*, *балағаттау*- поносить, *жеткізу* – доносить, *жүру* – идти, *келу* – прийти, *кету* – уйти, *кіру* – зайти
- Аффиксов, например: *күю* – лить, *құйыңқырау* – долить

- Вспомогательных глаголов: *жүгіру* – бажать, *жүгіріп келу* – прибежать, *жүгіріп кету* – убежать, *жүгіріп кіру* – забежать, *жүгіріп өту* – перебежать;
- Описательно: *бір аттау* – шагнуть, *айнала шабу* – обскакать, *асыра суару* – опить, *кем өлшеу* – обвесить, *қайта оқу* – перечитать, *болжап білу* – предугадать, *түсі тамақты ішіп болу* – отобедать.

3. Образование глаголов от других частей речи распространено значительно меньше. Оно производится: а) от наречий: *иначе* – переименовать; б) от собирательных числительных: *двое* – удвоить, *трое* – утроить; в) от местоимений, междометий и звукоподражательных слов: *якать*, *тыкать*, *охать*, *ухать*, *бахать*, *хихикать*, *мяукать*, *трахнуть*, *бацнуть* и т.д.

1. Обозование глаголов в русском языке нередко сопровождается чередованием звуков: закончить – заканчивать, плотник – плотничать, украсить – украшать и т.д. ; иногда изменяется место ударения: пить – выпить, мыть – вымыть и т.д.

Таким образом, мы попытались показать общее и различное в образовании такой важной части речи, как глагол, в русском и казахском языках.

Литература:

1. Виноградов В.В. Исследования по русской грамматике. – М., 1875. – С. 207.
2. Улуханов И.С. Единицы словообразовательной системы русского языка и их лексическая реализация. – М., 1996. – С. 149.

М.Г. Шумская,
 Московский Институт Телевидения
 и Радиовещания «Останкино»,
 г. Москва, Российская Федерация
 shumskaya.1996@inbox.ru
 (Научный руководитель – Григоренко С. Г.,
 канд. филол. наук, доцент)

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ИРОНИИ В ПОВЕСТИ Ф.А. ИСКАНДЕРА «СОЗВЕЗДИЕ КОЗЛОТУРА»

Аннотация. Статья посвящена анализу языковых средств создания иронии в творчестве Ф. Искандера. На примере повести «Созвездие Козлотура» показаны яркие и неповторимые черты стилистики писателя, творчество которого представляет собой настоящую смеховую гамму, где мы можем наблюдать множество оттенков иронии.

Ключевые слова. Ирония, Фазиль Искандер, идиостиль, «Созвездие Козлотура».

В нашей стране, где даже классицизм обогатили сатирическим элементом (примеры тому являет творчество Фонвизина и Новикова) [1; 21], ирония, юмор, сарказм, сатира – не частные литературные явления, а реальные читательские потребности. Для русского человека смех – часть менталитета, во многом определяющая его сознание. Осмеяние очень подходит для раскрытия

жизненного противоречия, особенно, если прямое обличение невозможно хотя бы в силу политических препонов. Расцвет литературного творчества Искандера пришелся на эпоху Советского Союза, когда критика окружающей действительности была наказуема, и автор вынужден был искать надлежащую форму, дабы завуалировать содержание. Такой находкой явилась ирония – «особый вид комического, осмеяние, насмешка. При иронии отрицательный смысл скрыт за внешней положительной формой высказывания» [2; 34]. Сущность иронии состоит в том, чтобы, притворяясь, говорить о должном как существующем в действительности.

В настоящей статье мы рассматриваем иронию как главную черту индивидуального стиля Искандера. Сам Фазиль Абдулович считает, что идиостиль – определяющая характеристика личности и творчества писателя: «Вообще свой собственный стиль есть абсолютная, единственная, последняя правда каждого настоящего писателя. Как бы умен и красноречив ни был тот или иной писатель, но если мы не чувствуем его собственного стиля, который нас подхватывает, значит, у этого писателя нет высшей духовной правды, ради которой он пишет. Наличие собственного стиля, собственного почерка писателя неизменно делает правдой любую его фантазию. Отсутствие собственного стиля неизменно делает пустой фантазией любую его правду. Стиль невозможно выработать искусственно, как парус не может выработать ветер, который его надувает» [3].

«Духовная правда» Фазили Искандера отчасти выражается с помощью иронической модальности. Она проявляется в толковании поведения героев и автора, в комическом изображении некоторых диалогов и, конечно же, в авторском отношении к происходящему, которое сквозит из всех межстрочных интервалов. Ироническая интерпретация как бы «застает врасплох» самые обыкновенные явления из окружающей действительности, но подчас они сами оказываются абсурднее тона, в котором высказывается автор.

«Особое место в идиостиле занимает ироническое изображение трансференции как следствия многоязычия, свойственного народной культуре. Ирония как модальность градуальна и разнокачественна: она может иметь разную степень (от легкой до жесткой) и разное качество (от дружелюбной до саркастической). Степень и качество иронии являются маркерами народной и официальной культуры», – писал один из исследователей творчества Искандера, А.П. Романенко [4, 2]. В произведениях Искандера, действительно, представлена целая гамма смеха и его оттенков. Особенности воплощения иронии в сказке «Кролики и удавы» показаны в работе С.Г. Григоренко [2; 153–157].

В качестве примера разберем произведение Ф. А. Искандера «Созвездие Козлотура». Эту повесть с уверенностью можно назвать комическим эпосом советской жизни в республиках. Свообразие «Созвездия Козлотура» в том, что в нем смешаны все жанры. Это и журналистский очерк, и юмористический рассказ, и, отчасти, историческое полотно. Диффузия жанров, тем не менее, не

умаляет смеховой окраски произведения, основанного на философской иронии повествователя. В рассказе присутствует единый сюжет: молодой журналист устраивается на работу в редакцию и попадает в типичное для эпохи региональное месторождение пропаганды. Попутно автор неоднократно отвлекается от сюжетной линии в воспоминаниях и впечатлениях героя. События, происходящие в данный момент, перемежаются рассказами-воспоминаниями, конкретные образы героев дополняются авторскими рассуждениями.

В рамках этого небольшого произведения прослеживается судьба передовика идейного фронта – Платона Самсоновича, который из веселого и непосредственного человека в карнавале бюрократии превратился в бездушное воплощение рупора власти. В развязке эта же власть отречется от своего ярого последователя и оставит его, презираемого и ничтожного. Но какой бы гомерический хохот не сопровождал Платона Самсоновича в его «Одиссее», трагизм его положения в полной мере открывается читателю. Герой нисколько не раскаивается в своем фанатизме, надеясь все-таки покорить идеологическую стихию. Таким образом, проблематика произведения выходит за рамки иронии и образует настоящую трагикомедию.

Казалось бы, даже название этого рассказа звучит как шутка, но события, в нем изложенные, вполне реальны. Действительность, которая выглядит фантастичнее вымысла, явилась предметом насмешки для современника.

«Платон Самсонович тихо торжествовал. На последней летучке он довольно неожиданно заявил, что пора объявить штату Айова, с которым мы соревновались по производству кукурузы, соревнование по разведению козлотуров» [5; 2]. В этом фрагменте Искандер использует неологизм «козлотур» для достижения комического эффекта. Автор с помощью патетической лексики придает предложению яркую эмоциональную окраску.

«Подпись под этой картинкой тоже вызывала недоумение. Я так до конца и не понял, что именно надо было страховать – лошадь или мост. Мне казалось, что все-таки лошадь. Но тогда получалось, что мост так и должен оставаться проваливающимся, потому что, если он перестанет проваливаться, тогда и лошадь незачем будет страховать» [5; 3]. Языковая игра в данном отрывке строится на использовании неоднородных понятий (лошадь и мост) в качестве однородных.

Повесть выдержана в тоне намеренной серьезности. Местами автором овладевает напускной пафос, плавно перетекающий в смех:

«Он (козлотур) спокойно пасся среди домашних коз, не подозревая, какое великое будущее предназначила ему судьба» [5; 1]. Автор применяет притворное восклицание. Этот прием он использует довольно часто.

С помощью повторов (встречающихся у писателя довольно часто) Ф.А. Искандер показывает абсурд сложившейся ситуации:

«Анфас морда козлотура с мощными, великолепно загнутыми рогами выражала как бы некоторое недоумение. Казалось, козлотур сам не может

понять, кто он в конце концов, козел или тур, и что лучше: становиться козлом или оставаться туром» [5; 1].

Искандер иронизирует не столько над явлениями, характерными для идеологического курса страны, сколько над абсурдными сторонами человеческой жизни в целом:

«Она, смеясь, часто рассказывала о нем, и это меня тревожило. Я уже знал, что, если девушка слишком смеется над своим поклонником, а тот достаточно упорен, она может выйти за него замуж хотя бы под тем предлогом, что ей с ним весело» [5; 1].

«Из магазина раздался смех девушки и дерзкий голос парня:

– А что случилось?

– Не случилось, а случится, если я запру этот магазин и позову сюда твою тещу» [5; 5].

В данном случае ирония строится на обыгрывании форм глагольного времени.

Предметом иронии становится также сама манера речи героев, ее региональный или индивидуальный колорит. Автор естественно и непринужденно использует языковые обороты, свойственные жителям описываемой местности. Некоторые из них заметно усиливают комический эффект: *«Нэнавидит! – снова воскликнул председатель, восторженно цокая» [5; 5]. «Чтоб я его съел на поминках того, кто это придумал! – крикнул шофер по-абхазски и ударом ноги распахнул дверцу загона» [5; 5].* В этом фрагменте автор снова использует псевдовосклицание и пародирует народные поговорки абхазцев.

Интересно, что в «Созвездии Козлотура» Искандер живописует две реальности, которые наслаиваются друг на друга и образуют мощный контраст. Одна из них – взрослая жизнь героя, происходящая в настоящем времени. Это жизнь городская, во всех своих проявлениях советская, где объемное, сложившееся в течение веков, национальное содержание пытаются втиснуть в сиюминутную, тесную и стандартную форму. Именно там сосредоточена самая едкая и самая горькая ирония автора. Он, как местный житель, критически оценивает происходящее в городе, сравнивая это с другой реальностью. Она представляет собой различные воспоминания и лирические отступления героя, в основном посвященные жизни в деревне, вдали от мишуры цивилизации. Он описывает нравы и обычаи коренных жителей Абхазии с ласковой усмешкой и только. Степени и разновидности иронии в этих двух мирах диаметрально противоположны:

«Жители этого городка только тем и заняты, что строят вот такие дома. Построив, тут же начинают продавать или менять с приплатой в ту или другую сторону за какие-то никому не понятные преимущества, – ведь все они похожи друг на друга, как курятники. Причем сами они в этих домах почти не живут, потому что на полгода отдают их курортникам, чтобы накопить деньги и яростно приняться за строительство нового дома с еще более длинными и более рахитичными ножками. Достоинство человека здесь

определяется одной фразой: «Строит дом». Строит дом – значит, порядочный человек, приличный человек, достойный человек. Строит дом – значит, человек при деле, независимо от службы, значит, человек пустил корень, то есть в случае чего никуда не убежит, а стало быть, пользуется доверием, а раз уж пользуется доверием, можно его приглашать на свадьбы, на поминки, выдать за него дочь или жениться на его дочери и вообще иметь с ним дело» [5; 6]. В этом примере обращают на себя внимание повторы, лексические: строит дом, человек, человек при деле; словообразовательные: достоинство- достойный; семантические (смысловые): жениться-выдавать замуж. Повтор является излюбленным, а следовательно, одним из самых частотных приемов искандеровской иронии. Обозначены и ключевые события народной жизни: свадьбы, поминки.

Со смысловой точки зрения фрагмент представляется избыточным, избыливающим лишними словами, но именно эта его насыщенность и семантическая избыточность в полной мере отвечает авторской интенции, обуславливает своеобразие индивидуального взгляда на реальность а также неповторимый колорит художественного стиля. Такая обыденность описания доводит его практически до семантики трагической безысходности: «с еще более длинными и более рахитичными ножками».

Предметом иронии у Искандера становятся порой совершенно бытовые аспекты и даже животные:

«К вечеру куры вспоминают, что они все-таки родились птицами. И вот они начинают беспокойно кудахтать и, оглядывая ветки инжирного дерева, неожиданно взлетают, промахиваются, снова взлетают и наконец усаживаются на ветках во главе с гневно клекочущим золотистым петухом» [5; 3].

Одна из главных функций комического у Фазиля Искандера характерологическая. Действительно, в русле критического реализма писатель создает социально-характерные образы-типы. В частности, такими являются Платон Самсонович и Автандил Автандилович.

В исследуемом художественном тексте Ф.Искандер передает иронию с различными оттенками (насмешки, презрения, враждебности и т.д.), отображает отрицающий характер, обнаруживая четкую грань между духовной правдой художника и обличаемым явлением. Так, Ф.Искандер описывает через смех не столько реальную картину советской эпохи, сколько человека вообще. Высыказывание исследователя творчества Искандера Тяпугиной как раз это подтверждает: «Отличие сагиры от других видов комического не в объекте или формах осмеяния обличаемых пороков, а в особенностях мышления писателя, который не желает прощать обществу или человеку его нравственной ущербности...» [6; 7].

Комическое начало воздействует на содержательные особенности прозы этого периода, на ее поэтику. Становятся очевидными изменения художественного мышления, эстетического сознания 60-70-х годов. Исследование разновидностей комического в творчестве Фазиля Искандера

показал процесс развития устойчивых "поэтических формул". Анализ поэтики комического в прозе этого весьма показательного автора иллюстрирует, что в советской литературе есть усиленный интерес к историческим традициям народной смеховой культуры. В тоже время мы дали определение новым индивидуальным приемам конкретного автора. Таким образом, мы вправе полагать, что в литературе 60–70-х годов путем трансформации и редукции традиционных смеховых форм, их переработки в индивидуальном стиле писателя, появилась новая разновидность категории комического.

По итогам нашего небольшого исследования можно сделать некоторые выводы. Во-первых, для создания иронического эффекта Искандер широко применяет приемы языковой игры, среди которых больше всего выделяются новобразования, которые иллюстрируют словообразовательные возможности русского языка, использование повторов, патетической лексики, которая является своеобразным колоритом эпохи. Во-вторых, ироническое отражение реальности актуально и в наши дни. Оно тенденциозно. Российские читатели воспитаны в духе таких произведений, где ирония играет одну из основных ролей. Таково и творчество Фазиль Искандера. Его читатели любят и понимают смех. Поэтому по мотивам рассказов и повестей именно этого автора сняты множество фильмов, именно по его книгам написаны десятки статей. Творчество Искандера, несмотря на четкую привязку к месту и времени действия, не стареет, становится востребованным в кинематографе и публицистике. В-третьих, кроме всего прочего, произведения Ф. Искандера представляют большой интерес для журналистов, т.к. воспитывают языковой вкус и учат обращаться со словом.

В заключение позволим себе добавить, что на вопрос о месте иронии в своем творчестве Фазиль Искандер ответил самостоятельно и гораздо талантливее нас: «Собственно, это и было моей литературной сверхзадачей: взбодрить своих приунывших соотечественников. Было, отчего приуныть» [7; 1].

Литература:

1. Вершинина Н.Л. Д.И. Фонвизин в школе: конспекты уроков и методические рекомендации. – Псков, 2007. – 68 с.
2. Григоренко С.Г. Языковая игра как черта идиостиля Ф. Искандера (на материале сказки «Кролики и удавы»)/Стратегии исследования языковых единиц: материалы международной научно-практической конференции. – Тверь: изд-во Тверского гос.ун-та, 2011. – С.153-157.
3. Скубачевская Л.А., Слаутина Н.В., Надозирная Т.В. и др. Универсальный справочник, Москва, Эксмо, 2010.,400 с.
4. Искандер Ф. Ласточкино гнездо: Проза. Поэзия. Публицистика. М., 1999. С. 341–342.
5. Романенко А. П., Ирония, как главная черта идиостиля Искандера, Издательство Псковского Университета, 2010, 2 с.
6. Искандер Ф. А., Созвездие Козлотура, Библиотека журнала "Знамя", "Правда", 1991, 47 стр.
7. Тяпугина Н. Ю., Разводова О. А. Век минувший в русской литературе конца XX столетия: учеб. пособ. – Саратов : СГАП, 2002. – 140 с.
8. Искандер Ф. А., Сандро из Чегема, книга первая, Московский рабочий, 1989, 149 с.
9. Искандер Ф. А., «Сочичка», Московский рабочий, 1989, 200 с.

Раздел II

**Научные и
прикладные
аспекты
литературоведения**

Д.А. Аксенова,
Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
Aksenova.darya.94@mail.ru
(Научный руководитель – Григоренко С.Г.,
канд.филол.наук, доцент)

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА *ДУША* В ИНДИВИДУАЛЬНО-АВТОРСКОЙ КАРТИНЕ МИРА Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО

(на примере романа «Братья Карамазовы»)

Аннотация. В статье рассматривается смысловое наполнение концепта *душа* в русской языковой картине мира (на материале словарей русского языка) и в индивидуально-авторской картине мира Ф.М. Достоевского. Автор делает вывод о широких текстопорождающих возможностях концепта *душа* в романе «Братья Карамазовы», значительно расширяющем общеязыковое (узуальное) смысловое наполнение концепта.

Ключевые слова. Концепт, душа, коннотации, когнитивная метафора, Ф.М. Достоевский, роман «Братья Карамазовы», семантический аспект.

На протяжении последних десятилетий актуальной проблемой в когнитивной лингвистике является «человеческий фактор в языке» (Ю.Н. Караулов, 1988). Целью данной статьи является рассмотрение особенностей репрезентации концепта *душа* в индивидуальной картине мира Ф.М. Достоевского, на примере романа «Братья Карамазовы».

В настоящее время в науке можно выделить три основных подхода к пониманию *концепта*. Первый подход предполагает, что *концепт* – главный элемент культуры в ментальном мире человека. Представитель этого подхода Ю.С. Степанов рассматривает культуру как совокупность взаимосвязанных концептов. Согласно второй теории понимания *концепта* (Н.Д. Арутюнова и ее школа, Т.В. Булыгина, А.Д. Шмелев), единственным способом формирования концепта является семантика. Сторонники третьего подхода (Д.С. Лихачев, Е.С. Кубржкова) считают, что концепт не возникает непосредственно из значения слова, а является результатом личного опыта носителя языка. В носителе языка мы и находим итоговый предел развития [10; 47].

Лингвистический энциклопедический словарь рассматривает *концепт* как «явление того же порядка, что и значение слова, но рассматриваемое в несколько иной системе связей; значение – в системе языка, понятие – в системе логических отношений и форм, исследуемых как в языкознании, так и в логике» [5]. Особенно важны концепты, выражающие национально-культурную и ценностную ориентацию русского народа.

Для народной картины мира характерна антиномия «душа-тело». Душа рассматривается как личное, собственность каждого человека, как то, что в

первую очередь зависит от самого человека [9; 55–68]. «Тело доведу, а за душу не ручаюсь» – гласят русские пословицы, то есть благополучие души зависит только от самого человека. Если душа человека содержится в чистоте, ей ничто не грозит: «Невинная душа непричастна греху». А можно увидеть и обратное, например: «Покривил ты душой, не пожалел ты души своей», «Душе с телом мука».

В словаре В.И. Даля даны следующие дефиниции: «Душа – бессмертное духовное существо, одаренное разумом и волею, в общем значении человек, с духом и телом. Душа – также душевные и духовные качества человека, совесть, внутреннее чувство, напр., *Душа есть бесплотное тело духа, в этом значении дух выше души*» [2]. Важно отметить, что в этом словаре дано примечание: «Дух и душа отделены здесь в разные статьи только для удобства приискания производных» [2].

В словаре С.И. Ожегова *душа* – это «внутренний, психический мир человека, его сознание, в религиозных представлениях сверхъестественное, нематериальное бессмертное начало в человеке, продолжающее жить после его смерти» [8; 178–179].

Как видно из приведенных примеров, лексическое значение слова *душа* по материалам различных словарных статей (на уровне языковой картины мира) содержит похожие, интегральные семы, при этом отмечается некоторая нечеткость и размытость смысловых границ рассматриваемой единицы.

Попробуем описать в общих чертах, в чем же состоит различие понимания концепта *душа* по данным современной лексикографии и по материалам творчества Ф.М. Достоевского. Ведь именно Ф. М. Достоевский является одним из самых ярких выразителей русской ментальности, носителем русской идеи (Н.А. Бердяев). Соотношение индивидуально-авторской и общезыковой картин миропонимания позволяет наблюдать их гармоничное слияние на пространстве художественного произведения; одновременно позволяет выделить самобытный этнокультурный пласт художественного сознания автора [1; 87]. Для этого обратимся к самому последнему произведению из «великого пятикнижия», роману «Братья Карамазовы».

Лексема *душа* встречается в романе более 100 раз, что отмечает ее особую семантическую и аксиологическую важность в контексте произведения. В смысловое поле концепта *душа* у Достоевского входят концепты *дух*, *сердце*. *Душа* и *сердце* могут представляться как своеобразный «короб», в котором собраны человеческие качества.

Лексическая единица *душа* вступает в разнообразные синтагматические отношения: *полоснуть по душе*, *любовь души*, *чистый в душе*, *поднимается из души*, *заглохло в душе*, *помин души*, *душевная усталость*, *силой души своей*, *брать душу в душу*, *глубины души*, *исповедывание души*, *свойства души*, *принять в душу*, *привязался душой*, *смирненная душа*, *царило в душе*, *вопрос души*, *иссушить душу*, *душа тоскует*, *живая душа*, *разрешить душу*, *бессмертие души вашей*, *зайти в душу*, *инструмент души*, *ангел души моей*,

бурная душа, тщеславная душа, душа трепещется, изгибы души, идеал в душе, жар души, ничтожнее душой, извлечь душу, лакейская душа, злая душа, что-то порвалось в душе, умиление посещало душу, смятение души, потрясло душу, юная душа, на душе сидит, память душевная, благородная душа, излить душу, показать душу, восторг сошел на душу, бросить семя в душу, душа трепетала, душа жаждет, игла прошла душу, тайна в душе, анатомировать душу, охватить душу, щемило душу, тайники души, душа переполнена, царило в душе, тешить душу, излечить душу, душа полна слез, гневливая душа, горе души, еще не примиренная душа, огадить душу, ангельская душа, снять бремя с души, знание души, сходило в душу, тоска души, обессилеть душу, душа замирала, горячий уголь в душе, чистая душа младенца, голубиная душа. Поражает широта и разнообразие синтагматических возможностей слова в романе Достоевского. Причем, лексемы, вступающие в синтагматические связи с концептом *душа*, практически не повторяются.

В результате исследования множественных контекстов, содержащих лексическую единицу *душа*, мы выявили некоторые постоянные семантические признаки, что позволило смоделировать концепт. Так, в романе Ф. М. Достоевского нашли языковое воплощение следующие смысловые аспекты концепта *душа*:

1. Характеристика души – характеристика человека. Душа имеет качества: чистая, высокая, низкая, мелкая, надменная, злобная. Например, *«чистые в душе и сердце мальчики»* [7; 12]. Чистота души ассоциируется с невинностью и непорочностью детей, с чистотой Христовой.

«Ну и убирайся к черту, лакейская ты душа» [7; 92].

2. Душа – показатель здоровья/нездоровья человека.

«Да и сухо у них в душе, плоско и сухо, точно как я тогда к острогу подъезжал и на острожные стены смотрел. Но умный человек, умный» [7; 461] – говорил Митя про людей такого типа характера, как Ракиткин. Здесь душа выступает не просто какой-то емкостью, а тюремными стенами. Такая репрезентация связано с болезненностью. Человек с такой душой предпочитает мелкие удовольствия, ему близок эгоизм, далеко чувство жалости, заботы. Такие люди циничны и не видят в жизни светлого.

«Аз же вся слышав, глаголах в себе: се врачество Иисусово есть и послал исцелити тщеславную душу мою» [7; 66].

3. Душа – поле битвы между добром и злом. *«Еще страшнее кто уже с идеалом Содомским в душе не отрицает и идеала Мадонны, и горит от него сердце его, и воистину, воистину горит, как и в юные беспорочные годы»* [7; 80].

4. Душа ищет облегчения и спокойствия. *«Разреши мою душу, родимый, – тихо и не спеша промолвила она, стала на колени и поклонилась ему в ноги»* [7; 88]. *«Вы сняли бремя с души...»* [7; 389].

5. Душа возвышается и очищается в страдании. Это явление выражается и в словах Мити Карамазова, после увиденного им сна, он

говорит Алексею следующие слова: *«Можно возродить и воскресить в этом каторжном человеке замершее сердце, можно ухаживать за ним годы и выбить наконец из вертепа на свет уже душу высокую, страдальческое сознание, возродить ангела, воскресить героя!»* [7; 387].

6. Душа – бездна.

«Алеша вышел весь в слезах. Такая степень мнительности Мити, такая степень недоверия его даже к нему, к Алеше, – все это вдруг раскрыло перед Алешей такую бездну безвыходного горя и отчаяния в душе его несчастного брата, какой он и не подозревал прежде» [7; 77].

7. Душа – пространство интимного. Сцена ареста Мити наполнена волнительными моментами. Чтобы ярче показать эту картину, Достоевский оголяет сначала душу Мити, в которую беспощадно плюют, а затем и его самого. *«Помилосердуйте, господа, – всплеснул руками Митя, – хоть этого-то не пишите, постыдитесь! Ведь я так-сказать душу мою разорвал пополам перед вами, а вы воспользовались и роетесь пальцами по разорванному месту в обеих половинах... О боже!»*[7; 88].

Разорвать душу здесь – открыться в самых интимных движениях души, ничего не скрывать. Такая интимность свойственна исповеди. Но в исповеди реципиент – священник, который не станет насмеяться... Именно поэтому Митя «разорвал душу» – т.е. раскрыл тем, кто не способен понять высокую тайну человеческой души и, воспользовавшись, роется пальцами (грубо, черство, по-простому).

Любопытно и то, что здесь душа имеет две половинки (по аналогии с сердцем, но в душе две половинки являются отражением мировоззренческой антиномии добра и зла, одна половинка – область божественного, а на другой может завестись и сатанинское. Митя остается не только с раздетой душой, но и в буквальном смысле раздетым. Достоевский неслучайно несколько раз показывает прилюдную наготу.

8. Душа связана с совестью, позором и стыдом. Здесь нужно понимать позор и в значении современном, и в значении устаревшем – показ.

«И чуть только излил душу, вот вдруг ему и стыдно стало зато, что он так всю душу мне показал»[7; 166].

Причем оголению души (исповеди) нередко сопутствует оголение тела (снятие одежды), как в сцене обыска Мити. Здесь душа и тело мыслятся уже не столько противопоставленными, сколько как две части единого. Душевное и телесное образуют феномен человеческой природы.

«Если все раздеты, так не стыдно, а один раздет, а все смотрят – позор!» мелькало опять и опять у него в уме: *"Точно во сне, я во сне иногда такие позоры над собою выдывал". Но снять носки ему было даже мучительно: они были очень не чисты, да и нижнее белье тоже, и теперь это все увидали. А главное, он сам не любил свои ноги, почему-то всю жизнь находил свои большие пальцы на обеих ногах уродливыми, особенно один грубый, плоский, как-то загнутый вниз ноготь на правой ноге, и вот*

теперь все они увидят. От нестерпимого стыда он вдруг стал еще более и уже нарочно груб» [7; 88].

9. Душа – область эмоций: «...но вся душа его как бы сотряслась от слез. Он подошел к столу и объявил, что подпишет все, что угодно» [7]. «Но обещание слышать последнее слово его на земле и, главное, как бы ему Алексею завещанное, потрясло его душу восторгом» [7; 130]. Душа может испытывать как чувство радости, так и сильные негативные переживания. Достоевский наделяет душу человеческими качествами: плакать, а тем более сотрясаться от слез могут только люди.

10. Душа наделена разумом. Причем разумом, способным постигать истину, что противопоставляет данный концепт концепту ум: «**Убеждение же в том, что старец почивши доставит необычайную славу монастырю, царило в душе Алексею может быть даже сильнее, чем у кого бы то ни было в монастыре**» [7]. Душа понимается как что-то сакральное, это некий секрет.

11. Метафора душа– тайна:

«Грех, рекут нам, о сих бога молить, и церковь наружно их как бы и отвергает, но мысля **в тайне души моей, что можно и за сих помолиться**» [7] – из бесед старца Зосимы о самоубийцах.

«Этот "поступок" он всю жизнь свою потом называл "мерзким" и всю жизнь свою считал, глубоко про себя, в **тайниках души своей** – самым подлым поступком изо всей своей жизни» [7; 214].

«Все время, как он говорил это, глядел я ему прямо в лицо и вдруг ощутил к нему сильнейшую доверенность, а кроме того и необычайное и с моей стороны любопытство, ибо почувствовала, что есть у него в **душе** какая-то **своя особая тайна**» [7; 232].

12. Душа – почва.

«Нужно лишь малое семя, крохотное: брось он его в душу простолюдина, и не умрет оно, будет жить в душе его во всю жизнь, таиться в нем среди мрака, среди смрада грехов его, как светлая точка, как великое напоминание» [7; 226].

«Вот ты прошел мимо малого ребенка, прошел злобный со скверным словом, с гневливою душой; ты и не заметил, может, ребенка-то, а он видел тебя, и образ твой, неприглядный и нечестивый, может, в его беззащитном сердечке остался» [7; 245].

13. Душа – сокровище.

«Эта душа еще не примиренная, надо щадить ее... в душе этой может быть сокровище...» [7;271].

14. Душа постигает крайние полюсы вертикального измерения мира. Герои Достоевского часто открывают как глубины ада, так и высоты небесные. «**Это тоже inferнальная душа и великого гнева женщины**», – говорит Митя, имея в виду Катерину Ивановну.

В толковом словаре значение слова **инфернальный** объясняется так: «Инфернальный, inferнальная, inferнальное (лат. infernalis) (книжн. устар.). Находящийся в аду, происходящий в аду, адский. Инфернальный

огонь. Инфернальные муки. Одержимый бурными страстями, демонический» [8; 226].

«Но с каждым мгновением он чувствовал явно и как бы осязательно, как что-то твердое и незыблемое, как этот свод небесный, сходило в душу его» [7; 277].

В смысловое поле концепта *душа* Достоевского попадает и такой концепт, как *дух*. Дух – это надындивидуальный ум, разум: *«..и возродился бы умный дух, искушавший тебя..»* [7; 233]. Достоевский показывает через понятие *дух*, насколько различен нрав каждого народа. Здесь дан пример не отдельно взятого человека, в отличии от примеров концепта «душа», а целой нации: Алеша Карамазов рассказывает Коле об отзыве немца о русской молодежи: *«Никаких знаний и беззаветное самомнение»* [7; 225]. Коля Красоткин говорит: *«Самомнение – это пусть, это от молодости, это исправится, если только надо, чтоб это исправилось, но зато и независим дух с самого чуть не детства, зато смелость мысли и убеждения, а не дух ихнего колбаснического раболепства пред авторитетами»* [7; 267].

Таким образом, наблюдения показывают, что как живая сущность *душа* не только отражает чувства, она и сама может их испытывать. Зачастую концепт *душа* выступает в паре с каким-либо другим концептом. На основе исследования мы можем сделать вывод, что в данном концепте отразилось понимание души как средоточия эмоциональной жизни личности, как бессмертной сущности, связанной с Богом.

Разумеется, мы не претендуем в своей скромной по объему работе на исчерпывающую полную описания концепта *душа* в романе Ф.М. Достоевского. Концепт представлен в тексте сложно и многопланово. Мы же только наметили ключевые смысловые узлы в репрезентации *души*, показали, что смысловое наполнение концепта в языковом сознании Достоевского значительно шире и глубже, чем узальное, отраженное в словарях.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что творчество Ф.М. Достоевского основано на аксиологических представлениях русского народа, восходит своими корнями к народной картине мира. Так, в языковой картине мира Достоевского преломились общезыковое (узальное) понимание концепта *душа*, система традиционных народных представлений и православная картина мира.

Литература:

1. Григоренко С.Г. Концепт КРАСОТА как символ этнокультуры (на материале творчества Ф.М. Достоевского)//Материалы международной конференции «Русскоязычие и би(поли)лингвизм в международной коммуникации XXI века: когнитивно-концептуальные аспекты». – Пятигорск: изд-во Пятигорского лингвистического ун-та, 2011. – С. 86–90.
2. Даль В. И. Толковый словарь великорусского языка.– М., 1997.
- 3.<http://dislib.ru/kulturologiya/17609-1-koncept-vremya-tvorchestve-fm-dostoevskogo-kulturologicheskii-aspekt.php> (дата обращения: 03.03.2015).
4. Достоевский Ф.М. Братья Карамазовы. – М., 1999.
5. Лингвистический энциклопедический словарь /Под ред В.Н. Ярцевой. – М., 1990. – С. 384.

6. Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Русская словесность (антология). – М., 1997.
7. Макеева Н. И. Языковые концепты в истории русского языка // Язык о языке. – М., 2000.
8. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка. – М., 2001.
9. Савина Е. А., Дегтярева Л. Ю. Житейская психология в русских пословицах и поговорках // Человек. 2001, №5.
10. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. – М.: Языки русской культуры, 1997.

М. Ахмет,
Павлодарский государственный университет
им. С. Торайгырова,
г. Павлодар, Республика Казахстан
adon70@mail.ru
(Научный руководитель – Кожаметова Б. Р.,
магистр гуманитарных наук)

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРСОНАЖА: СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация. В статье рассматривается стилистическая и смыслообразующая роль эмоционально окрашенных слов в художественном тексте. На примере творчества Ж. Аймауытова показаны особенности употребления экспрессоидов и отмечено своеобразие авторской стилистики.

Ключевые слова. Экспрессоид, стилистика, художественный текст, языковые средства.

Впечатляющие слова, которые в контексте имеют определенную смысловую нагрузку и дают передаваемой мысли особое звучание, называются экспрессоидами. По мнению А. Байтурсынова, это «слова, вышедшие из глубины и влияющие на душевное состояние» [1]. Академик Р. Сыздык дает такое определение: «Экспрессоид – использованные с определенной стилистической целью, влияющие на читателя экспрессивные слова или словосочетания» [2]. Можно привести примеры экспрессоидов из романа «Акбилек»: *«Жена Мамырбая – Байбише, важно переваливаясь, велела прислуге выбить пыль из войлока юрты и, сложив, убрать его подальше. Любимая доченька Мамырбая Акбилек в белом, развевающимся на ветру платье, звеня золотыми серьгами и серебрянными подвесками, вытряхнула красно-желтые одеяла и несла их в дом»* [3]. В этом отрывке обратим внимание на мастерство автора, передающего движения жены Мамырбая и его дочери, обживающих зимовья. Сочетание «важно переваливаясь» очень кстати, это слово говорит не только о черте возраста Байбише, но и о ее спокойствии и степенности. А то, что Акбилек ходит, звеня серьгами и развевая платье, говорит о ее красоте и воспитанности.

Роль экспрессоидов в представлении отношения персонажа к персонажу или автора к персонажу особенна. Например: *«Тезекбай и имя-то свое написать не способен, только и слава, что мулла. Из когда-то заученных сорока хадисов Пророка помнил лишь «халаннабы галлайссалам – айты пайгамбар галайссалам». Упомянет Бога да бренность бытия человека вспомнит при похоронах, освящении поминальных лепешек да то же при гибели скота – вот и вся служба; при разговени во время поста, бывает, что-то пробормочет, проговорит парочку арабских слов, и все»* [3]. Если в этом отрывке автор использовал слова «халаннабы галлайссалам – айты пайгамбар галайссалам», чтобы показать безграмотность и шарлатанство муллы Тезекбая, то усиливающим экспрессоидным словом является глагол «пробормочет». Через слово «пробормочет» автор высмеивает незнание, чтение и положение муллы Тезекбая.

«Отец каждый год выплачивал положенный мечети налог и держал при себе гладенькую ходьбу с вздернутыми усами. Ходжа вроде бы учил нас, детей. Где-то восемь лет отучились мы с ним, летом в отдельно поставленной юрте, зимой в гостиной дома задремав и не проявляя внимания» [3]. В этом предложении автор экспрессоидами «задремав и не проявляя внимания» говорит о безрезультатном старании ходжи.

«Лицо белое, лоб открытый, шея лебединая, глаза сияют, брови тонкие, губы нежные, пухленькие, как у младенца. А когда зазвенела она монистами в косах, вскакывая с места, когда округлила коленями белый подол платья, присев снова, когда прошлая в щегольских тупфельках, выходя из комнаты, засмеялась с серебряным звоном, пошептавшись с матерью, когда разливала чай, чуточку смущаясь и представляясь тихоней, когда, придержививая тремя пальчиками, подносила пиалу, выстреливая глазами из-под падающих тяжелых ресниц...» [3]. Этот отрывок – скопление следующих друг за другом экспрессоидов, автор использовал их для описания красоты, воспитанности, грации Акбилек. Например, экспрессоиды «лоб открытый, шея лебединая, глаза сияют» говорят о красоте Акбилек, «зазвенела, смущаясь» – о ее воспитанности, «представляясь тихоней» – о ее игривости. Здесь экспрессоиды передают положительные или отрицательные эмоции. В этом отрывке автор оценивает Акбилек глазами Бекболата, то есть автор экспрессоидами показывает не только свое отношение к персонажу, но и отношение персонажа к персонажу.

Жусипбек Аймауытов, как писатель и психолог, в раскрытии образа персонажа всегда умело использовал их слова, движения и привычки. Мастерств автора проявилось в создании образа персонажа: *«Лишь один крохотный дефект был у Боз-изен: на ней самой платье всегда в идеальном порядке, а вот до остальных женских забот ей дела нет. Новенькие одеяла раскиданы как попало, постель никогда не убирается, замусорена, вещи в беспорядке»* [3]. Здесь при помощи слова «крохотный» автор выражает иронию Боз-изена, то есть использует слова в переносном смысле. При помощи этого приема Ж. Аймауытов показывает неряшливость Боз-изена. А

в предложении *«Боз-изен расправила на плечах края кимешека, уселась поудобней и в ожидании в более или менее свежих новостей подставила соседке ухо, угадывающееся под белой тонкой тканью накидки»* автор указывает на то, как любит Боз-изен сплетничать, и его слова *«расправила на плечах края кимешека, уселась поудобней»* очень уместны. *«Но власть поговорить не удалось, сообщили что вернулся муж, и пришлось хозяйке встать и пройти в переднюю комнату. Вернулась с чашкой муки, отдала ее соседке»*, или *«Оповестив всех в своем доме, Боз-изен с этой новостью рванула наружу, вышла и, важно сложив руки калачиком на передке, двинулась по домам»* [3]. В этих отрывках экспрессоиды «рванула, двинулась» раскрывают всю суть Боз-изен, как она торопится посплетничать. Здесь автор использует выигрышные экспрессоиды для раскрытия образа Боз-изен.

Для описания Орик, еще одного отрицательного персонажа книги, автор в отрывке *«утром новаяявленная мамаша встала раньше всех и принялась таскаться туда-сюда: убрала постель, вышла за тазом для известных нужд своих и мужа, искала полотенце, вынесла таз и все с размахом, с грохотом, показушно»* экспрессоидами «с размахом, с грохотом, показушно» он показывает свое отношение к Орик. *«Орик оказалась бабой работающей: с ходу, подвязав пояс и закатав рукава, влезла в изготовление конских колбас, не позволив ни одной бабе присвоить внутренний жир»*[3], здесь слово «влезла» имеет не столько лексическую, сколько эмоционально-экспрессивную окраску. «Пах! Смотри ты, братик ее! – и понесла, понесла...» – здесь слово «понесла» является экспрессоидом, показывающим, какая Орик звытельная, скандальная личность, а экспрессоиды, показанные ранее, служат для раскрытия образа как Орик, так и Боз-изен. Чтобы показать недолюбивание Уркией Токала, в отрывке *«Орик с невозмутимым видом, сдвинув колени, принялась пить чай, отвернувшись от всех присутствовавших»*, писатель пользуется экспрессоидами «сдвинув, с невозмутимым видом». За этими экспрессоидами можно заметить то, что Орик, лишь переступив порог, уже считает себя хозяйкой этого дома и никого не считает себе равной.

«Когда сказали «Блестящий» усмехнулся и погладил чисто выбритую голову, подчеркивая свою значимость и будто всем должна быть знакома его физиономия. Блестящий дернулся и тут же впился в него глазами: – И что же вы обо мне слышали?» [3]. В этом отрывке для описания движений блестящего автор применил экспрессоиды. И за счет этого раскрывается эгоистичный, самонадеянный образ Блестящего.

« – Нет, не рано. Прежде всего, я сказал, что рад вас видеть. – Толеген разулыбался. – Вот, закуривайте! – и вытянул из кармана все тот же серебряный портсигар, открыл крышечку» [3]. Ж. Аймауытов удачно вставил здесь экспрессоид «разулыбался», чтобы показать подхалимство Толегена.

Таким образом, писатель применял экспрессоиды для раскрытия положительных или отрицательных образов персонажей. Мастерство Ж. Аймауытова в том, что в описании персонажей он не использовал поток

слов, а одним уместным экспрессивом раскрывал всю суть художественной ситуации и умело изображал яркие образы.

Литература:

1. Байтұрсынов А. Шығармалары. Алматы, 1989.-302 б.
2. Сыздықова Р. Сөз құдіреті. -Алматы, 2005. -271 б.
3. Аймауытов Ж. шығармалары. Алматы, 1989.-559 б.

А.Е. Бабина,
Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
nastiababina1995@ya.ru
(Научный руководитель – Григоренко С.Г.,
канд. филол. наук, доцент)

ОККАЗИОНАЛЬНОЕ СЛОВОПРОИЗВОДСТВО В ТВОРЧЕСТВЕ И. СЕВЕРЯНИНА И В. МАЯКОВСКОГО

Аннотация. В статье рассматриваются особенности употребления окказиональных слов в творческом наследии И. Северянина и В. Маяковского. На основе сравнения окказионального словопроизводства поэтов сделаны выводы о чертах сходства и различиях индивидуально-авторских словоупотреблений.

Ключевые слова. Окказионализм, Маяковский, Северянин, лирика.

Окказионализмы (индивидуально-авторские слова) в художественном тексте используются как лексические средства выразительности или языковой игры. А. Г. Лыков характеризует окказиональные слова как речевые экспрессивные единицы, обладающие свойствами невоспроизводимости, ненормативности, номинативной факультативности [6]. Окказиональное слово противопоставляется каноническому, то есть узальному, соответствующему определенному канону литературного языка. К.И. Чуковский называл их «словами-экспромтами».

Главное отличие окказионализма от неологизма, согласно исследователю Н.И. Фельдману [9], состоит в том, что неологизм – это факт системы языка, то есть реально существующее слово, входящее в словари, заимствованное из иностранного языка (в качестве примера приводятся такие слова, как *имидж*, *маркетинг*, *токсикомания*), а окказиональное слово – это факт речи, не входящий в язык (пример: слово «*спустярукаваишность*» из творчества Т. Толстой) [1].

Так, кубофутуристы, или «будетляне» (окказионализм, присвоенный поэтической группе «Гилея» Велимиром Хлебниковым), исходили в своем творческом мировоззрении из того, что культурная традиция прошлого исчерпала себя, нужны новые формы, свежие идеи. В их программном

манифесте «Пощечина общественному вкусу» декларировался отказ от искусства прошлого, от преемственности («...сбросить Пушкина, Достоевского, Толстого и проч., и проч. с парохода современности»). Отрицая все старое, они предлагали новое. Например, Велимир Хлебников занимался преобразованиями в области русского языка. Он стремился расширить его границы, работал над созданием новых слов. Большое значение придавалось «самовитому слову»: в статье «Слово как таковое», написанной совместно с А. Крученых и В. Хлебниковым, подробно излагаются мысли относительно процесса создания окказионализмов [5].

В отличие от кубофутуризма, широко представленного направления, эгофутуризм – это явление в поэзии, воплощенное одним лицом – Игорем Северяниным. «Я, гений Игорь Северянин», – будет писать он о себе. Идейная основа этого течения – противопоставление своего «Я» толпе – тема очень привычная для поэтического мира. Сам Северянин писал о своем творчестве следующее: «...Лозунгами моего эгофутуризма были: 1. Душа – единственная истина. 2. Самоутверждение личности. 3. Поиски нового без отвергания старого. 4. Осмысленные неологизмы. 5. Смелые образы, эпитеты, ассонансы диссонансы. 6. Борьба со стереотипами“ и „заставками“. 7. Разнообразии метров» [11].

Яркая художественная манипуляция словом приобретает у Северянина характер языковой игры, основными проявлениями которой являются повторы, использование экзотизмов, окказиональное словопроизводство[2; 243].

И у Игоря Северянина, и у Владимира Маяковского много окказионализмов в художественных произведениях. По подсчетам лингвистов, у эгофутуриста на 3 тысячи единиц узуальной лексики – 118 авторских «новообразований» [7]. Это довольно высокая частотность. Для анализа нами было выбрано было выбрано четыре стихотворения И. Северянина: «Грандиоз», «Эпилог (Я, гений Игорь Северянин...», «Увертюра» и «Ажур весенний».

В первом стихотворении поэт использует окказиональные слова «жемчужу», «сладкогрешна». Слово жемчужу (личная форма глагола жемчужить – метать жемчуг) образовано от существительного «жемчуг» суффиксальным способом. Образование глаголов от существительных нетипично для русского языка, представляет собой оригинальный авторский способ деривации. В окказионализме «сладкогрешна» объединено два прилагательных – «сладкая» и «грешная», автор сделал кратко прилагательное с помощью соединительной гласной. Способ образования этого слова называется в лингвистике сложением [8].

В стихотворении «Эпилог» авторских слов довольно много: «повсеградно», «озкранен», «повсесердно», «взорлил», «отсверкал», «чаровом», «снегоскалого», «беззаконце». Слова «повсеградно» и «повсесердно» – наречия с приставками «по-» и двумя корневыми основами.

Способ образования этих окказионализмов – префиксально-корневой. Подобный способ – абсолютное новшество Северянина.

«Оэкранен», «взорлил», «отсверкал» – глаголы, образованные суффиксально-префиксальным и префиксальным способами. Первые два образованы от существительных «экран» и «орел», а третье – от слова «сверкать».

Слова «чаровом» и «снегоскалого» – прилагательные. «Чаровом» образовано от «чары» с помощью суффикса -ово-, а второй случай – сложение + суффиксация, от существительного и глагола образовано прилагательное. Слово «беззаконце» – существительное, опять образовано префиксально-суффиксальным способом от слова «закон» с уменьшительно-ласкательным суффиксом -ц.

В стихотворении «Увертюра» три окказионализма: «ветропросвист», «крылолет», «грезофарс». Все три слова образованы сложением. «Ветропросвист» – существительные «ветер» и «свист», а между ними – соединительный гласный и приставка «про-». «Крылолет» – соединительный гласный связал вместе существительное «крыло» и глагол «летать». «Грезофарс» – объединены «греза» и «фарс», оба слова – существительные.

«Ажур весенний» избилует окказионализмами: «офиолили», «алоусть», «фиолью», «весенься», «весень», «тесень», «простарься», «озвенься», «алозвонь», «фиольно».

«Весенься», «простарься», «озвенься», «алозвонь» – глаголы в повелительном наклонении. Образованы они суффиксальным, префиксально-суффиксальным способами и сложением. «Офиолили», «фиолью» и «фиольно» – однокоренные слова. Стоит отметить, что употребление однокоренных окказионализмов является довольно частотным средством выразительности И.Северянина. Повторением одного корня в разных частях речи поэт добивается колористики стихотворения, как бы украшает его, создает определенное настроение у читателя: «Весенься, весенняя весень!». Слова «алозвонь», «алоусть» настраивают на лирические тона.

Окказиональные слова как средства выразительности необходимы автору для придания произведению ритма, определенных переживаний, передачи душевного состояния лирического героя. Игорь Северянин, играя словами, сочетая несочетаемое, стимулирует фантазию читателя, дает ему возможность насладиться кружевом слов. Не смысл, а музыкальность произведения выходит на первый план, и окказионализмы помогают автору достичь этой цели.

Частотность употребления окказиональных слов у Владимира Маяковского значительно ниже. В среднем у Северянина на строфу приходится по два таких слова, а у Маяковского порой их можно и не встретить. Если для поэта-эгофутуриста окказионализмы – это неотъемлемая часть его поэзии, средство обновления не только формы, но и содержания, то для кубофутуриста окказиональные слова являются, скорее, дополнением, помогающим усилить эмоциональное воздействие слова.

Рассмотрим некоторые случаи употребления окказионализмов у Владимира Маяковского на примере «Баллады Редингской тюрьмы», поэмы «Про это», тетраптиха «Облако в штанах» и поэмы «Во весь голос».

Омолнили, осовело, звоночки, звоночище, мячище, «иголит», троглодитский, троглодичьей, зеркалось, размедведил, задеваньем, лихорадюсь, лаплю – такие слова встречаются в «Балладе Редингской тюрьмы». Шесть глаголов, одно наречие, четыре существительных, два прилагательных. Уже из такого обзора видно, что чаще Маяковский образует окказиональные глаголы – это придает стихотворению динамику. В основном слова образованы от существительных: «омолнили» – от «молния», «зеркалось» – от «зеркало», и т. д. Также можно обнаружить, что автор использует много суффиксов с уменьшительно-ласкательными или с увеличительными и пренебрежительными коннотациями: «звоночки» и «звоночище».

В поэме «Во весь голос» можно найти следующие слова: *кудреватые, мудреватые, мандолинят, песенно-есененный, амурно-лировой, многопудье*. Тут появляются составные окказионализмы-прилагательные: амурно-лировой, песенно-есененный. Это принципиально новый уровень, на который выводит поэт окказиональные слова. Они становятся сложнее. У Северянина нельзя встретить составных окказионализмов. В этой поэме эпитеты играют главную роль, а не глаголы, как в предыдущем произведении, поэтому новообразования являются именно прилагательными.

В тетраптихе «Облако в штанах» тоже есть окказионализмы: *выжиревший, изыздеваюсь, огрОмив, словословятся, залежанные, декабрьый, окошечное, любеночек, коночек, свылись, тинится, покреплюсь, наслезненные, поцелушко, выстони, размозолев, безъязыкая, испешеходили, златоустейший, крикогубый, исслезенные, изругивался, иссосанной, потноживотые, неисцветишую, выпляшет, крыластый, кудластый, божище, божик* – на четыре части поэмы приходится 30 окказионализмов. «Облако в штанах», пожалуй, самое насыщенное авторскими словами большое лирическое произведение В.В. Маяковского. Здесь есть все способы словообразования, которые мы встречали у Северянина.

Стоит заметить, что важно не то, как поэт сочиняет слова, а то, какую смысловую и коннотативную нагрузку они несут. У Маяковского чаще всего находим оценочные окказионализмы, часто негативно окрашенные. Они, как острый нож, вонзаются в память. В отличие от мягкой лирики Игоря Северянина, лирика кубофутуриста довольно грубая, резкая, экспрессивная.

В поэме «Облако в штанах» Маяковский даже указывает на это, подтрунивая над Северяниным:

*...А из сигарного дыма
ликерною рюмкой
вытягивалось пропитое лицо Северянина.
Как вы смеете называться поэтом
и, серенький, чирикать, как перепел!*

*Сегодня
надо
кастетом
кроиться миру в черепе!*

Итак, сделаем выводы. В художественном языке И. Северянина окказионализмов значительно больше, чем в текстах В.В. Маяковского, что уже само по себе становится свидетельством особой выразительной и смысловой функции указанных единиц. Кроме того, у Северянина разнообразнее способы образования окказиональных слов, многообразнее их семантическая гамма.

Словотворчество Северянина, в отличие от словотворчества Маяковского, получается более жизнеутверждающим. У Маяковского важна динамика стихотворения, его броскость, резкость – отсюда и слова: «крикогубый», «потноживотые», «безязыкая» и т.д. Окказиональных глаголов и отглагольных прилагательных Маяковский употребляет в своем творчестве больше. Для кубофутуриста принципиально звучание слова: хлесткое, звонкое, а для эгофутуриста – слово работает на колористику смысла произведения.

Заметна и разница в лексическом значении и смысловых оттенках слов. У Маяковского преобладает оценочная маркированность, у Северянина – лирическая. Другими словами, тексты Северянина обнаруживают ориентацию на поиск новых смыслов (их углубление и значительное расширение), у Маяковского – на поиск новых оценок (в том числе усиление их эмоционального воздействия).

У Северянина более ярко выражен эстетический компонент слова, его ориентация на благозвучность. У Маяковского можем наблюдать, скорее, противоположную тенденцию: окказионализмы появляются там, где требуется отрицательная маркированность (антиэстетизация).

В заключение хочется отметить, что если Игорь Северянин вводил в свою лирику окказионализмы, чтобы сделать ее более тонкой, изысканной, то Владимир Маяковский с их помощью буквально раздавал «пощечины общественному вкусу». И у того, и у другого словотворчество играет важную роль, но художественные задачи у этих поэтов были разные.

Литература:

1. Белова Н.А. О критериях разграничения понятий «неологизм», «окказионализм» и «потенциальное слово» // статья, http://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2009/russian/lexis/belova.pdf (16.01.2015).
2. Григоренко С.Г. Жанрово-стилевое своеобразие поэзии И.Северянина: к проблеме языкового синкретизма.//Анна Ахматова и Николай Гумилев в контексте отечественной культуры. Материалы Международной научно-практической конференции. – Тверь: изд-во ТвГУ, 2009. – С.243-246.
3. Земская Е.А. Окказиональные и потенциальные слова в русском словообразовании // Актуальные проблемы русского словообразования. – Самарканд, 1972. С. 19–28.
4. Клобуков Е.В. Словообразование. Современный русский литературный язык / Под ред. П.А. Леканта. – М., 2009.

5. Крученых А., Хлебников В. Слово как таковое, 1913, <http://www.futurism.ru/a-z/manifest/slovo.htm> (23.01.2015).
6. Лыков А.Г. Современная русская лексикология (русское окказиональное слово). – М., 1976.
7. Портнова С. Лингвопоэтический аспект оценочных значений в творчестве Игоря Северянина, <http://poet-severyanin.ru/library/lingvopoeticheskiy-aspekt-otsenochnih-znacheniy25.html> (24.01.2015).
8. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А.. Словообразование. Словарь-справочник лингвистических терминов. Изд. 2-е. – М: Просвещение, 1976.
9. Фельдман Н.И. Окказиональные слова и лексикография // Вопросы языкознания. 1957. № 4. С. 64–73.
10. Ханпира Э. Об окказиональном слове и окказиональном словообразовании // Развитие словообразования современного русского языка. – М., 1966. С. 153–166.
11. Эгофутуризм и кубофутуристы, статья: <http://slova.org.ru/n/egofuturizm/> (23.01.2015).

Т.В. Гайдук,
*Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
princessai-13@mail.ru
(Научный руководитель – Григоренко С.Г.,
канд.филол.наук, доцент)*

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР СОВРЕМЕННОЙ РОК- ПОЭЗИИ

(на примере творчества И. Бродского и Д. Арбениной)

Аннотация. В данной статье рассмотрены интертекстуальные связи творчества Дианы Арбениной с поэзией Иосифа Бродского. Проанализированы характерные особенности тематического, грамматического, стилистического и лексического построения произведений современной рок-поэзии и влияния на нее русской поэзии второй половины XX века (на примере текстов Д. Арбениной и И. Бродского). На основе проведенного исследования автором сделан вывод о значительной преемственности творчества поэтов.

Ключевые слова. Интертекст, интертекстуальность, рок-поэзия, Д. Арбенина, И. Бродский, тематика, грамматика, лексика.

Русский рок всегда считался музыкой интеллигенции. Не случайно большая часть наиболее известных русских рок-групп (таких, как «Король и шут», «Сплин», «Алиса», «Кино», «Аквариум») начинали свою творческую деятельность в Санкт-Петербурге – культурной столице России. И уже в этих условиях совсем не кажется удивительным частое обращение отечественных рок-поэтов к творчеству элитарного поэта Иосифа Бродского. Его произведения так или иначе находили отражение в песнях и стихах таких музыкальных рок-групп, как «Ночные снайперы», «Сплин», «Сурганова и оркестр» и др.

В данной работе мы рассмотрим интертекстуальные связи с произведениями И. Бродского, проявляющиеся в поэзии группы «Ночные снайперы», а точнее, в стихах их солиста и автора большинства песен – Дианы Арбениной. Под интертекстуальностью здесь мы понимаем реминисценции «другого текста», обнаруживаемые при анализе того или иного произведения [3].

Сама Арбенина в интервью неоднократно называла Бродского одним из своих любимых поэтов, человеком, наиболее сильно повлиявшим на ее творчество: «Есть три однозначные фигуры: Пушкин, Бродский, Высоцкий – более тотальных русских величин я вообразить не могу» [5]. Также, рассуждая о гениях в поэзии, артистка говорила: «В наше время таких нет. Последним был Бродский» [5].

В своем творчестве Диана Арбенина не раз прямо обращалась к Иосифу Бродскому. Так, его имя упоминается в рассказе Арбениной «Любовь и триумф» [1]. На сайте группы «Ночные снайперы» есть заметка «Бродский» [6], написанная Д. Арбениной. В альбоме «Ночных снайперов» «Тригонометрия–2» присутствует песня «Бродский», написанная на стихи Иосифа Александровича «Я всегда твердил, что судьба – игра...». Также на музыку Дианой Арбениной было положено и исполнялось в качестве песни стихотворение Бродского «Солнце».

В первую очередь, сходство поэзии двух авторов – не только Арбениной и Бродского – можно наблюдать на тематическом уровне. В стихах русских поэтов круг тем так или иначе замкнут: темы жизни и смерти, одиночества, любви и ненависти, творчества, Бога и человека, времени и пространства, свободы, Родины.

Темы в песнях и антипеснях («Я никогда не говорю “стихи”, я обычно говорю “стихий” либо “антипесня”...» [7]) Дианы Арбениной, которые отличаются явной связью с творчеством Иосифа Бродского – это темы человека и города, одиночества, смерти. И все эти темы раскрывают художественный мир авторов, который постоянно «на пределе»: у Арбениной если осень, то «терпкая», лето – «опасное», весна – «западная»; у Бродского если лезвие горизонта, то «острей ножа», если рок, то «жадный».

И Диана Арбенина, и Иосиф Бродский в своей поэзии рисуют современный им мир, современную реальность, современного человека предельно откровенно, без прикрас. Ту жизнь, мимо которой мы проходим каждый день и которую не всегда замечаем. Художественный мир Арбениной и Бродского – это часто большой город, в котором маленький человек остается одиноким, непонятым, не услышанным:

*Теперь ты идешь один, идешь один по асфальту,
И навстречу тебе летят блестящие автомобили.*

И. Бродский «Наступает весна»

*Я по асфальту шагаю с тем, кого сберець не смогу,
До остановки трамвая, звяжцаго на бегу.*

Д. Арбенина «Асфальт»

Тема смерти, которая постоянно проскальзывает в произведениях обоих авторов, воспринимается и Бродским, и Арбениной без фатализма. Смерть у них – это логическое завершение жизни, совсем не то, чего нужно бояться.

Значит, нету разлук.

Существует громадная встреча.

Значит, кто-то нас вдруг

В темноте обнимает за плечи,

И полны темноты,

И полны темноты и покоя,

Мы все вместе стоим над холодной блестящей рекою.

И. Бродский «От окраины к центру»

Плакать не смей – я стал птицею в небе.

Под облаками нет боли и времени.

Плакать не думай – жалей тех, кто рядом с тобой.

Д. Арбенина «Он не дожил до ста»

Наиболее часто используемым приемом грамматического построения стихотворного произведения в творчестве «Ночных снайперов» является обращение к форме верлибра. Стоит отметить, что до Бродского белый стих практически не был разработан в русской литературе [4].

Также у И. Бродского Диана Арбенина заимствовала так называемый рваный ритм. Такой ритм является весьма трудным для восприятия, но он же дает дополнительные возможности. Например, в стихотворении «Бабочка» Бродский при помощи рваного ритма смог передать полет насекомого, а также сосредоточил внимание читателя на конкретном и главном образе произведения. А в песне «Реггей» Арбенина при помощи этого же ритма рисует обстановку разрыва с любимым человеком с все возрастающим напряжением.

На морфологическом уровне и в поэзии Иосифа Бродского, и в стихах Дианы Арбениной мы можем обратить внимание на частотность употребления определенных частей речи. Так, у обоих авторов есть произведения, в которых количественно и качественно преобладают глаголы («Пароходы», «Южный полюс», «Бонни и Клайд», «Рубеж» – Д. Арбенина; «Набросок», «Прачечный мост», «Чаепитие», «Стихи на бутылке» – И. Бродский). Также и у Бродского, и у Арбениной во многих стихотворениях ярко выражена главная роль субстантивных рядов:

Я буду ждать тебя

В самолетах, поездах

В приютах горных рек,

В приютах гордых птиц...

На разных языках,

Чужие профиль-фас

Везде тебя найду...

Д. Арбенина «Актриса»

Мимо ристалищ, капищ,

*мимо храмов и баров,
мимо шикарных кладбищ,
мимо больших базаров,
мира и горя мимо,
мимо Мекки и Рима,
синим солнцем палимы,
идут по земле пилигримы.*

И. Бродский, «Пилигримы»

Характерным грамматическим приемом в творчестве и Бродского, и Арбениной является ярко выраженная разговорность произведений. Оба автора используют разговорный синтаксис, что ярко проявляется в диалогах (неполные предложения, частые обращения).

Так, многие стихотворения обоих авторов построены в форме диалогов или основаны на обращении к кому-либо. Иногда повествование переходит в прямую речь и обратно («Одиссей Телемаку», «Представление», «Посвящается Ялте», «На независимость Украины» – И. Бродский; «0,4 промилле», «Лето 93-го», «Эспераль» – Д. Арбенина).

*Мой Телемак,
Троянская война
окончена. Кто победил – не помню.*

...
*Милый Телемак,
все острова похожи друг на друга*

...
Расти большой, мой Телемак, расти.

...
*ты от страстей Эдиповых избавлен,
и сны твои, мой Телемак, безгрешны.*

И. Бродский «Одиссей Телемаку»

*Мы с тобой прощались осенью, наступали холода.
Я тебя, моя хорошая, не согрею больше никогда.*

Д. Арбенина «Лето 93-го»

Но, говоря о разговорности, стоит отметить ее присутствие и на лексическом уровне. Так, оба автора используют в своих стихах слова с высокой степенью оценочности. И Бродский, и Арбенина часто прибегают к помощи эпитетов как к одному из сильнейших средств создания оценки («смотреть на этих некрасивых людей», «много белых и черных ночей» у Арбениной; «пятая колонна гнилой цивилизации», «доступное пространство» у Бродского). Также категория оценочности убедительно проявляется в сравнениях («февраль рваными потек ночами», «мы летим через горы проводами на крышах», «мы расстались как звери» у Арбениной; «салятся орлы, как магнит, на железную смесь», «каштаны ... плывут ... как гальванические мины» у Бродского).

Разговорность многим произведениям Дианы Арбениной и Иосифа Бродского придадут грубые, резкие вставки, жаргонные слова, а иногда и ненормативная лексика («Ночь. Камера. Волчок...», «Пьяцца Маттеи» – И. Бродский; «Водный плацдарм в Литве», «Поэту мусора и Брамса», «На елке у Ивановых» – Д. Арбенина). При помощи жаргонизмов и обценных слов авторы изыскиваются предельно цинично, но характерным является то, что и у Бродского, и у Арбениной цинизм всегда сменяется лиризмом. Как бы жестко они не высказывались и не рассуждали в начале произведения, в конце это всегда тихие и мягкие ноты – и наоборот.

Он ставит Микелину раком,

как прежде ставил.

Я тоже, впрочем, не в накладе:

и в Риме тоже

теперь есть место крикнуть "Бляди!",

вздыхнуть "О Боже"

...

Сидишь, обдумывая строчку,

и, пригорюнясь,

глядишь в невидимую точку:

почти что юность.

И. Бродский «Пьяцца Маттеи».

В творчестве «Ночных снайперов» можно обнаружить множество аллюзий на тексты Иосифа Бродского:

Смерть – это только равнины.

Жизнь – холмы, холмы.

И. Бродский «Холмы».

...что наша жизнь – холмы холмы.

Д. Арбенина «Холмы».

Север крошит металл, но щадит стекло.

И. Бродский «Север крошит металл...»

Но север хранит стекло

и не бережет металл.

Д. Арбенина «Лето 93-го».

Ах, боже мой, как много птиц,

а жизнь всего одна.

И. Бродский «Шествие».

Птиц,

как много сегодня птиц

...

а я

уже шесть дней на земле. Д. Арбенина «Шесть дней».

Можно отметить и то, что Д. Арбенина часто прибегает к помощи окказионализмов или авторских слов (например, «однопланетяне» в стихотворении «Ночной курьерский» и «равнодышащий» в стихотворении «Москва держит небо»). Вопреки расхожему мнению, этот прием присущ не только творчеству футуристов. Окказионализмы встречаются и в творчестве Иосифа Бродского (например, «Тихотворение»), что также роднит с его поэзией Арбениной. Но здесь мы уже можем говорить не о влиянии какого-либо одного поэта или течения, а о традициях русской литературы в целом.

Еще одним лексическим приемом при написании стихотворений Бродским и Арбениной является использование (как правило, без перевода) иностранных слов и выражений («Роза ветров», «Католический священник», «Старая женщина» – Д. Арбенина; «Шествие», «Петербургский роман» – И. Бродский).

Главная функция, которую иностранные слова выполняют в произведениях обоих авторов (помимо технической функции – сохранения размера строфы) – это и сохранение полного значения этих слов. Ведь при переводе с одного языка на другой многие слова теряют одно из своих дополнительных значений, что не позволяет создавать новые смысловые оттенки. Так, в стихотворении И. Бродского «Представление» строчка «Как фиш на блюде» подчеркивает нелепость происходящей ситуации. А в песне Дианы Арбениной «Бальные танцы» пояснение «Vallée во Франции – пуля. В России – шальная» позволяет названию композиции приобрести новый, совершенно неожиданный смысл.

В творчестве Дианы Арбениной на первый план всегда выходят чувства, эмоции: «Я о чувствах. Я только о них. Мои пули – слова» [2]. Именно поэтому интертекст – это то средство, которое дает читателю подсказки: как именно расшифровать написанное.

Преемственность и влияние Иосифа Бродского, как показало наше исследование, прослеживаются в поэзии Арбениной на всех уровнях языка и текста: лексическом, грамматическом (морфология и синтаксис), стилистическом, жанровом. Знакомство с произведениями Иосифа Бродского в той или иной степени помогло лидеру группы «Ночные снайперы» создать материал для двадцати одного альбома и пяти сборников стихов. А читателям и литературоведам обращение к творчеству Бродского позволит истолковать созданные Дианой Арбениной произведения.

Литература:

1. Арбенина Д. С. «Любовь и триумф» // Огонек. – 2005. – №08 (4887).
2. Арбенина Д. С. Стихотворение «Подожди». – М., 1995.
3. Григоренко С.Г. Интертекстуальность булгаковской прозы в аспекте моделирования художественного пространства (Гоголь, Достоевский, Чехов, Блок)//Современная филология. Материалы международной научной конференции.– Уфа, 2011.– С. 11-14.
4. Солженицын А. И. «Иосиф Бродский – избранные стихи» // Новый мир. – 1999. – №12
5. Интернет-ресурс <http://apre1pp.ru/bse/member/254> (дата обращения: 28.02.2015).
6. Интернет-ресурс <http://snipers.net/brodskiy-1/> (дата обращения: 04.03.2015).
7. Интернет-ресурс <http://websnipers.narod.ru/articles/rock.ht> (дата обращения: 04.03.2015).

А.Д. Дуйсенбаева,
Казахский гуманитарно-юридический
инновационный университет,
г. Семей, Республика Казахстан
adon70@mail.ru

(Научный руководитель – Абикенова Г. Т.,
канд. филол. наук, преподаватель)

МИМИКА И ЖЕСТЫ В РОМАНЕ М. АЭУЗОВА «ПУТЬ АБАЯ»

Аннотация. В статье рассматриваются особенности национальной кинемы в романе «Путь Абая» М Ауэзова, представлена классификация слов, обозначающих мимику и жесты.

Ключевые слова. Языкознание, этнолингвистика, кинема, соматизм, лексема.

У каждого народа в сформировавшихся традиционных обычаях и обрядах встречается много психологических проявлений. Чувства, настроения, какие-либо движения, действия могут передаваться немногословно, через мимики и жесты. Есть смысловые понятия, передающие человеческие чувства. Внутренние переживания и волнения человека, особенности их характера и др. непосредственно связаны с поведением и движениями души человека. Различные чувственные колебания, психические и эмоциональные состояния раскрываются через описание действий и движений. Широкое использование невербальных средств общения усиливает художественное своеобразие, многогранность и многоплановость литературного произведения. Исследование этих языковых средств дает возможность овладевать вербальным и невербальным общением для их комплексного применения. В своих произведениях писатель использует мимику и жесты, выражающие чувство и эмоции стыда. Также внутренние переживания и чувства персонажей, такие, как злость, недовольство, отрицание, соглашение, зависть, умиление проявляются во время взаимоотношений в виде паралингвистических понятий: кинесика, такесика, состояние тела, просодика и др. Злость, чувство стыда можно передавать через невербальные способы, которые дают возможность автору передавать более натурально чувства персонажей. Человек не может скрывать такие качества, данные самой природой. Как бы ни пытался человек скрыть свое состояние, природные инстинкты не дают это сделать. Например, человека, который хочет скрыть свою радость, выдают его веселые глаза и улыбчивый взгляд. Также чувство зависти можно определить по состоянию лица и поведению. Рассмотрим употребление таких слов в тексте художественного произведения.

Кинемы, связанные со словом-соматизмом: *зубы* или *рот*. Посредством слов-соматизмов *зубы*, *рот* передается широкий спектр чувств: гнев, смущение, недовольство, пренебрежение, зависть, насмешка, обида, удивление и т.д. С соматизмом *зубы* связаны кинемы, передающие

презрительное, неодобрительное отношение, Например: *Начинающая стареть, много выдавшая невестка, изменившись в лице, шлепнула губами. Затем, царапая себе лицо, прищурившись: Говорили «джигит», «лучший из казахов». Вон тот, подстриженный оборвыш солдатик что ли, стыд-то какой!* (Путь Абая). ...*Абай презрительно сморщил губы* (Путь Абая).

Кинемы *шлепнуть губами, шлепнуть ртом* передаются посредством слов-соматизмов *губы* и *рот*, при помощи диффузных звуков. К. Жубанов отмечал: «Шлепать ртом, хлопать ртом – один из видов синкретизма, комплексно использующий звуки и мимику. Например, при шлепании ртом губы находятся в позиции, при которой произносится звук «в», а язык в позиции, при которой произносится звук «д», выдыхаемый воздух направляет язык к нижним зубам и моментально отрывает губы друг от друга. Единственное различие – звуки «в» и «д» произносятся сразу и губы хлопают друг о друга (поэтому издается шлепок), при произношении звука «в» раскрывается только середина. При хлопании ртом сначала губами произносится звук «п», короткое время, находится в позиции, при которой произносится специфический звук «ү», затем произносится звук «ұ» и в завершение звук «т». Однако эти звуки чередуются с такой скоростью, что звучат как единый звук. Эти звуки являются звуками языка и используются между людьми только в живом общении. Данные звуки не рассматриваются в фонетике, так как они не связаны со звуками звукового языка, а являются остатками языка жестов» [2, 41].

Кинемы, связанные со словом-соматизмом *лицо* (*подбородок*). Психосоматические процессы, наблюдаемые на лице человека, также относятся к мимике, так, например, покраснение лица говорит о смущении, побледневший вид показывает эмоции страха и испуга. Мимические движения воспринимаются как сигналы, знаки согласия, вопроса и т.д. Например, *«Байтас в ответ засмеялся: Что сказать? Разве может выдержать бедная женщина, когда к ней издалека в песнях с просьбой обращаются? Пришел, а она сама мне навстречу выходит, привязывает лошадь, – сказав это, Жумабай горделиво огляделся и сделал утвердительный знак движением подбородка. В этот момент Жиренше подмигнул Абаю и вышел наружу»* [1;20].

«Вот-вот заплачет, расчувствовался:

– Пострелец, не ко мне, к отцу пошел! Пострелец!...– подбородок дрожит.

Как бы желая показать строгость семьи вновь пришедшим, всхлипывая, дрожая подбородком снова заплакал странным слабым голосом» [1;40].

Кинемы, связанные с соматизмом *рука*. Кинема, связанная с соматизмом *рука*, является одной из часто употребляемых. Посредством соматизма *рука* передаются такие эмоции и сигналы, как одобрение или несогласие, гнев, хорошее отношение, приветствие и т.д. Обратимся к роману-эпопее «Абай жолы»: *«Подав правой рукой знак, распорядился, чтобы*

верблюда опустили на колени"[1]. Здесь данный соматизм использован как сигнал: прекратить, остановить действие.

«Кунанбай **резко подняв левую руку, подал знак «Прекратить!»**. Будто прикрыл лицо от яростных проклятий»[1].

В традициях и обычаях казахского народа в обычном общении у кинемы *плювать* сложилось несколько значений. Во-первых, она применяется для передачи состояния активного включения в работу. Перед выполнением сложной работы или перед тем, как взять в руки орудие труда, по традиции, плюют на ладони. Традиционно так поступают мужчины. Также эту кинему используют мужчины перед выходом на поединок в спортивной борьбе. Во-вторых, эта кинема используется при сильном гневе, злости.

В обычаях и обрядах, верованиях-суевериях кинема *плювать* довольно часто используется в повседневной жизни. Особенно она широко распространена среди женщин – используется, чтобы не сглазить хорошую вещь или хорошего человека [3].

В романе-эпопее «Путь Абая» используется в целях пренебрежения, унижения, высмеивания: *«Впоследствии на вопрос, что значат эти слова, Суиндик оправдывался: Оказалось, этот нечестивец близок со своей снохой... Что прикажешь теперь мне делать? Держал бы я его рядом с собой, так ты завтра же плюнул бы мне в лицо»*[1,27].

В произведениях М. Ауэзова используются следующие кинемы как символы, передающие различные эмоции и черты характера личности: хмурить брови – огорчение и обиду, морщить нос, лоб – презрение и недовольство, кусать губы – досада и сожаление, высовывать язык или выпячивать губу – насмешка, высмеивание и презрение, вздрагивать ресницами – смущение; скрипеть зубами – гнев и негодование, надуть губы – обида. Теплые рукопожатия и объятия при встрече, радостные благожелательные взгляды, поцелуй в лоб (*маңдайынан сүйу*) героев, изображенных писателем, показывают национальные особенности казахского этикета: почитание старших по возрасту и социальному статусу, толерантность, благожелательность. Особенность, присущая казахскому народу, его культуре, традициям и обычаям, – сохранение различных форм приветствий родственников, старших по возрасту.

К примеру, во всемирно известной эпопее «Путь Абая» ярко показаны особенности казахского общества. Не только история и быт казахского народа, но также его традиции и обычаи. Например, главный герой романа Абай, мальчик, который за годы учебы истосковался по родному аулу, возвращается в родные места и радостно бежит навстречу матери. Но мать строго говорит: «Иди, сначала поздоровайся с отцом». Здесь прослеживается уважительное отношение к отцу, почтительное отношение к мужчинам, национальные обычаи и традиции.

Сильное волнение персонажа, его растерянность умело передается через его поведение и движения. Похлопывание по спине означает как признак удовлетворенности и поддержки. Признак недовольства выполняют

такие кинемы, как вскочить с места, мотать головой, махать рукой и т.д. Встречаются и кинемы унижения и насилия. Например, садиться лицом назад на ишака или корову, плевать в лицо, обмазать лицо сажей, отрезание волос у женщин считались как наказание через позор и унижение, которое выполнялось при народе. Признаком вражды являются также невербальные способы их проявления, такие, как: отрезать хвост коню, бросать горсть земли на человека, от которого отрекаются. У казахского народа считаются самыми тяжелыми наказаниями такие кинемы, как: раскрывая ладонь внешней стороной к лицу, давать благословение-проклятие, плевать в лицо, бросать горсть земли и т.д.

Такие кинесические и просодические способы, как мандай терісі кырысып (сморщив лоб), бет-аузы тырысып (напрягая лицо), дардиып (делать значительный вид, нахохлиться), саусылдап (говорить очень много), мардамсып (важничать), бажырайып қарап (смотреть удивленно), қара көзі жаудырап (растерянно пристальный взгляд черноглазой) и др., использованы автором для описания внутренних чувств и особенностей характера персонажей. Автор, передавая многие вещи через мимические жесты, различные движения тела, сумел довести до высокого уровня содержание своего произведения. Таким образом, использование писателем невербальных средств позволяет показать особенности индивидуального авторского стиля.

Литература:

1. Азузов М. Путь Абая. – Алматы, 1999.
2. Жубанов К. Исследования казахского языка. – Алматы: Ғылым, 1999. – 581 с.
3. Нұрсұлтанқызы Ж. Невербальные средства общения в произведениях О.Бөккеева. Кандид. дисс. ...филол. наук. – Алматы, 2006. –128 с.

*А.В. Коротеева,
Алтайский
государственный университет,
г. Барнаул, Российская Федерация
nastyakoroteeva@mail.ru
(Научный руководитель – Алимужкина О.А.,
канд. филол. наук, доцент)*

ДВОРЯНСКАЯ УСАДЬБА КАК ФЕНОМЕН РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ (на материале художественной литературы)

Аннотация. В данной статье рассматривается образ дворянской усадьбы в произведениях русской литературы. Автор делает вывод о значительном влиянии феномена дворянской усадьбы на русскую культуру в целом.

Ключевые слова. Дворянская усадьба, М.Ю. Лермонтов, И.А. Новиков, миф.

Изучение русской дворянской усадьбы – значительная тема в отечественной науке, ведь именно усадьба была воплощением жизни русского дворянина. В данной работе представлено описание дворянской усадьбы в произведениях М.Ю. Лермонтова и И.А. Новикова.

При исследовании дворянской усадьбы с позиции культурологического подхода необходимо определить, что такое «дворянская усадьба». Усадьба – «комплекс построек (жилых, хозяйственных, парковых и др.), составляющих одно хозяйственное и архитектурное целое. В истории отечественной культуры усадьба рассматривается как специфический вид архитектурного ансамбля. Появилась она в пору русского средневековья в вотчинах и состояла из жилого дома, флигелей для гостей и хозяйственных построек» [1].

В культурологических работах можно выделить следующую особенность, которая позволяет увидеть специфику подхода: усадьба не «вырывается» из контекста эпохи и среды, ведь взаимосвязь с историко-культурным контекстом считается одним из условий культурологических исследований усадебной культуры. А именно в работах культурологического характера анализируются основы культуры, предложенные Ю.М. Лотманом и Д.С. Лихачевым. Изыскание усадьбы с культурологической стороны считается на данный момент актуальным, так как связано со становлением государственного самосознания. Российская усадьба считается феноменом, отчасти определившим специфику отечественной культуры, ее исторической жизни и духовного содержания. Усадьба рассматривается как некий символ России, знак отечественной культуры.

Дворянская усадьба – это феномен русской истории и культуры, который стал неизменным предметом изображения в литературе. К теме дворянской усадьбы обращались почти все русские писатели. Традиция изображения расцветает в конце XVIII – начале XIX вв.: первый раз упоминание об усадьбе было замечено в творениях Г.Р. Державина. Интерес постепенно угасает в начале XX в. «Усадьба – это колыбель российской традиционной литературы» [2; 88].

Усадьба в произведениях писателей описывается мифологически, она всегда в прошлом и приходит героям в воспоминаниях о детстве и юности, атмосферы любви и заботы, которые царят в замкнутом, тихом мире поместья. Также во многих стихотворениях мифологическое время усадьбы пересекается с биографическим, которое характеризует детство, юность и зрелость героя, с историческим, которое описывает смену поколений в поместье и с циклическим, которое предстало перед нами в разновидностях, таких как календарное, суточное, земледельческое. Именно мифологическое, биографическое, историческое и циклическое время мы встречаем чаще всего в произведениях русских писателей, ибо они привлекались для создания образа русской усадьбы. Признаки и особенности усадьбы ощущались в сюжетных стихотворениях, которые позволяли поэту не только передавать чувства героев, но и рассказать о событиях, происходивших в имении [3].

В творчестве М.Ю. Лермонтова усадьба играла немаловажную роль. Известно, что Лермонтов всю свою юность прожил у бабушки в имении Тарханы, а, став взрослее, стал посещать усадьбы родственников, друзей и коллег, поэтому мир дворянской усадьбы не мог не повлиять на него, на его творчество. В ранних произведениях он описывает парк вокруг усадьбы, это заметно в таких стихотворениях, как «К гению», «Пир», «Все тихо, полная луна» и т.д. Лермонтова не привлекают, как Пушкина, золотые поля, зеленые луга, ему больше нравятся «Бури шумные природы, бури тайные страстей» («Из альбома С.Н. Карамзиной»). Усадьба не наделена смыслом, а просто перечисляются предметы ее существования. Лермонтов в своих произведениях отчуждает героя от прекрасного мира природы и «навязывает» ему судьбу одиночества и отчуждения. Это видно в стихотворении «Как часто пестрою толпою окружен». Здесь герой на миг забывается и «улетает» душой к природе, к усадьбе:

*Лечу я волной, волной птицей;
И вижу я себя ребенком; и кругом
Родные все места; высокий барский дом
И сад с разрушенной теплицей;
Зеленой сетью трав подернут слящий пруд,
А за прудом село дымится – и встают
Вдали туманы над полями.
В аллею темную вхожу я; сквозь кусты
Глядит вчерашний луч, и желтые листья
Шумят под робкими шагами [4].*

В стихотворении «Выхожу один я на дорогу» природа связана с судьбой человека. Темный дуб, который указан в последнем четверостишии, осмысливается не только как часть природы, но и как символ вечности, памяти, передаваемым из поколения в поколение. Очень часто садили дубы в парках усадеб и считали, что именно это дерево будет означать символ рода, потому что как известно дубы растут очень долго и за это время в усадьбе могло смениться несколько поколений:

*Чтоб всю ночь, весь день мой слух лелея,
Про любовь мне сладкий голос пел,
Надо мной чтоб вечно зеленея
Темный дум склонялся и шумел [4].*

Таким образом, Лермонтовым была осмыслена природно-культурная среда дворянской усадьбы, где прошло больше половины жизни поэта.

Дворянская усадьба находит свое отражение в творчестве многих писателей, особенно тех, кто родился в имении. Среди таких писателей можно выделить Ивана Алексеевича Новикова. Он родился в деревне Ильково в семье помещика. В рассказе «Золотые кресты» присутствует любовь, природа, упадочническое настроение. Он описывает судьбу усадьбы как упадок: «Солнце еще попадало сюда, сквозь громадные окна когда-то царившего над всей горой здания. Случайно, гуляя, увидел его Андрей с

площади и с тех пор не расставался с ним, нанимая из года в год огромный пустырь, обнесенный забором, с этими развалинами полудворцов, полухрамов и с одним резным домиком, пока уцелевшим и годным еще, чтобы в нем поселиться» [5]. Однако достоинством усадьбы было ее расположение среди окружающего ее живописного ландшафта, и центром был барский дом: «Нравился дом ему, походил на замок средневековый. Высокие окна с полукруглым изгибом вверх, резьба по карнизам, такая ажурная на вечерней легкости неба, две стрельчатые башенки с узеньким ходом к ним через крышу. Но не было тяжести, какую-то легкостью было пронизано все. ...это ведь красота, а красота формы – соблазн» [5]. Автор с чувством описывает внешний вид усадьбы. Ведь в то время для строения усадьбы были огромные возможности, которые проявлялись во вкусах владельцев – каждый на свое желание обустроивал усадебный дом, разбивал сады и парки, также собирали художественные, научные коллекции, собирали свои архивы и библиотеки. Каждый владелец хотел, чтобы его усадьба выглядела красиво. Усадьба представляла многообразие и богатство мира, а культура усадьбы дала образцы архитектурных и парковых сооружений, искусство интерьера, даже плоды вдохновения для писателей, музыкантов, художников. А что уж говорить о культурном досуге и семейном общении, традициям и восприимчивостью к западной культуре.

Внутреннее убранство усадьбы описывается И.А. Новиковым как призрачная реальность или миф: «В зале светят шесть окон с полукруглым верхним стеклом. Опять впечатление замка. Но заколдованного, опущенного куда-то на золотисто-зеленое дно глубокого моря. Такая тут тишина, такой безмятежный покой – сон предзакатной природы. Вот смотрит она во все шесть раскрытых окон...» [5]. Эти качества сделали усадьбу своеобразным постоянным источником русского быта, ведь именно вглубь средневековья уходят ее корни.

Также автор описывает окружающий усадьбу сад: «Золото листьев, лучи изысканно-нежного солнца, немного расслабленные от собственной предсмертной их теплоты, в прошлом когда-то такие горячие, жаркие, быть может, слишком, с избытком – в своей напряженности заживавшие мертвую землю жизнью пышной, обильной, безбрежной, а теперь согревающие в изысканности своей только самих себя да немного вокруг; цепкие руки деревьев, воздушные корни, все обнажающиеся в своей узловатости, в своей жадной изломанности, застывшие в вечном желании что-то схватить, быть может, осмыслить этим объятием весь непонятный, омывающий их воздушный мир... И какой покой, обещающий вечный, непробудный, ненарушимый сон!.. Умиравший трепет сулит, что пройдет короткий, как самое короткое мгновение, ряд человеческих веков – подняла изначально дремлющая, одна сущая жизнь веки свои и закрыла их – и опять разольется по вселенной сладость единого наслаждения в мире – сна, покоя, нерожденного бытия... И лепечет об этом природа покорно, с грустью тонкой, как кружево, отходящей листвы, и тихой, как шепот ее падения...» [5]. В душу

читателя сразу же вторгается спокойствие, умиротворенность и желание посетить это место, уйти от городской суеты, чтобы почувствовать то наслаждение и всю прелесть природы, какой она описана в рассказе. Во многих рассказах красота природы как будто открыта ее персонажам, но ее не замечают люди, которые погрязли в суете своей жизни. Но в рассказе «Золотые кресты» персонаж видит пейзажи во всей их красе, во всем богатстве их ароматов и красок. В таком мироощущении и осмыслении усадьбы Новиковым усадьба обрела воплощение как духовный смысл родовой дворянской культуры.

Таким образом, можно сделать вывод, что описание усадьбы как феномена культуры можно проследить при анализе текстов русских писателей-дворян. Усадьба отражала образ жизни российских дворян, и сейчас она занимает немаловажное место в культурном наследии. Русская усадьба – это ценность России, ведь через нее можно проникнуть в отечественную культуру и, может быть, понять, почему она так вдохновляла талантливых людей, среди которых были писатели, художники.

Литература:

1. Большой энциклопедический словарь. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Норинт, 2004.
2. Новиков В. Русская литературная усадьба. – М.: Ломоносовъ, 2012.
3. Жаплова, Т.М. Усадебная поэзия в русской литературе XIX – начала XX веков: автореферат. – М., 2007. – 39 с.
4. Лермонтов М.Ю. Стихотворения. – М.: Эксмо, 2007.
5. Новиков И.А. Золотые кресты: Роман. Повести и рассказы / И.А. Новиков; сост. А.С. Новикова; предисл. М.В. Михайловой; худож. С.И. Прокопов – Мценск, 2004.

***Б.К. Кабышев,**
Павлодарский государственный
университет им. С.Торайгырова,
г. Павлодар, Республика Казахстан,
adon70@mail.ru
(Научный руководитель – Баратова М.Н.,
канд. филол.наук, профессор)*

СВОЕОБРАЗИЕ ФОЛЬКЛОРНЫХ ОБРАЗЦОВ, СОБРАННЫХ МАШХУР-ЖУСИПОМ

Аннотация. Статья посвящена выявлению особенностей фольклорных текстов, собранных Машхур-Жусипом. На примерах прозаических произведений казахского народа показаны особенности мировоззрения и системы ценностей.

Ключевые слова. Фольклор, Машхур-Жусип, мифология, предание, рассказ.

Большинство фольклорных образцов, собранных Машхур-Жусипом, составляют предания и рассказы. Среди них предания, посвященные

географическим наименованиям («Ой түндүк беленде деген кай жерде» [1] и др.); святым («Шайкы Буркы әулие» / «Святой Шайкы Буркы», «Талмас ата әулие» / «Святой Талмас ата», «Болган ана мен Белең ата» / «Мать Болган и отец Белен» [2] и др.); историческим личностям («Асан кайгы» / «Асан Кайгы» [3] и др.); пророкам («Сүлеймен Пайгамбар мен кұмырсқа» / «Пророк Сулеймен и муравей», «Сүлеймен Пайгамбар мен байгыз» / «Пророк Сулеймен и сыч», «Нұх пайгамбар мен бір кемпір туралы» / О пророке Нух и одной старушке» [4] и др.). Большинство из них еще не изданы. Теперь остановимся на некоторых преданиях.

Среди рукописей Машхур-Жусипа встречаются и мифы, и религиозные повествования. К примеру, в повествовании «Нұх пайгамбар мен бір кемпір туралы» («О пророке Нух и одной старушке») говорится о том, что и пророк может ошибаться, как человек. Повествование о пророке Нух основывается на сюжетах о всемирном потопе, описанных в Библии и Коране. Мифы о всемирном потопе, о том, что мир остается под морем, известны нам еще из шумерской и вавилонской, а также из древнеиндийской и китайской мифологии. В древней мифологии, Библии и Коране говорится о том, что всемирный потоп – это наказание для человека. Следует различить, что в древней мифологии человека наказывают несколько богов, а в Библии и Коране – один: Бог или Всевышний. В этой книге повествуется о том, что Всевышний заранее предупреждает пророка Нух о всемирном потопе и просит его сделать корабль и взять с собой по одному представителю из насекомых.

Передадим содержание повествования из рукописей Машхур-Жусипа, являющегося одним из вариантов этого сюжета: признаки всемирного потопа определялись по хлебу, испеченному в тандыре. Тандыр изготовлен в городе Куфа. В этом городе пророк Нух двадцать лет мастерил корабль. На его известие о том, что будет всемирный потоп, иноверцы отреагировали с насмешкой. Только одна старушка каждый день доила корову, кипятила молоко, готовила айран и приносила пророку Нух. Также просила пророка Нух, чтобы при потопе он взял ее с собой в корабль. В суматохе пророк Нух забыл о старушке. Тем временем проходит шесть месяцев, двенадцать дней, на земле наступает суша. Однажды старушка пришла к берегу с айраном и снова просила: «Во время потопа возьми меня и мою корову с собой!». Тогда Всевышний был удивлен искренностью чувств старушки и не забыл про нее (хотя пророк Нух забыл). Старушка, подоив корову, легла отдохнуть и уснула. Проснувшись, она пришла к берегу с айраном. Машхур-Жусип, приведя это повествование, приходит к мысли, что доброе пожелание никогда не останется без внимания.

Известно, что истоки художественной литературы восходят к легендам о пророках, богах или Всевышних. Однако под «классовостью идеологии» многие религиозные произведения не могли получить достойную оценку. В настоящее время, на наш взгляд, наряду с преданиями о ханах, биях, батырах,

широкого внимания заслуживают литературные образцы о богах и Всевышних, пророках.

Внимания заслуживает также повествование Машхур-Жусип Копеева о пророке Сулеймене. Известный ученый-фольклорист С. Каскабасов в своем труде «Казахская несказочная проза» отмечает, что повествование о пророке Сулеймене построено на трех сюжетах и имеет огромное воспитательное значение [5]. А повествование Машхур-Жусипа «Сүлеймен пайғамбар мен құмырска» («Пророк Сулеймен и муравей») можно считать четвертым сюжетом. В восточных преданиях и рассказах очень много повествуется о повелителе Сулеймене. Ученый А. Кыраубаева отмечает, что в эпической поэме «Рабгузи» есть рассказы такого характера: *«В баснях, рассказах такого рода неживым существам придается умение говорить. Через такой прием раскрываются разные качества животных... Сказки, басни, рассказы, песни, широко распространенные в фольклоре, письменной литературе, глубоко корнями уходя в образцы такого характера»*. Выражая такую мысль, ученый останавливается на повествовании «Муравей, словом победивший Сулеймена» [6].

По сюжету это повествование сходится с образцом Машхур-Жусипа. Однако образец акына имеет свои особенности. Во-первых, в повествовании айтыс между Сулейменом и муравьем заканчивается разговором о «кольце». Во-вторых, в образце Машхур-Жусипа сюжет продолжается «заточением» муравья, освобождением и назначением его советником других повелителей. В-третьих, в «Рабгузи» «разговорные передряги» между Сулейменом и муравьем очень короткие. В рукописи Машхур-Жусипа, наоборот, разговор между Сулейменом и муравьем длится долго.

Краткое содержание повествования таково. Однажды Сулеймен со своим войском проходит по муравьиному улью. Властелин муравьев приказывает подчиненным спрятаться. Об этом слышит Сулеймен. Он останавливается и приглашает к разговору властелина муравьев. В ходе разговора муравей спрашивает у Сулеймена: «Что дал тебе Всевышний?». Сулеймен отвечает: «Силу, которой владею ветром». Тогда муравей ему говорит: «От этого нет пользы в том мире. Это подобно жизни, унесшей ветром». На вопрос «Еще что дал?» Сулеймен говорит о кольце. Муравей спрашивает: «В чем цена богатства с размером в ноготь?». Затем Сулеймен спрашивает: «Ты лучший или я лучший?», на что муравей доказывает свое превосходство. На вопрос «Кого Всевышний создал сильным?» муравей побеждает своей силой. В конце муравей угощает войска Сулеймена зерном. Сулеймен интересуется, откуда муравей достал зерно. Муравей рассказывает о караване, который остановился здесь на ночлег, с которого высыпалось это зерно. Он также говорит о том, что одно зернышко можно есть семь лет. Сулеймен не верит этому и запирает муравья с одним зернышком на семь лет. Через семь лет он выпускает муравья и видит, что муравей съел только половину зернышка. Сулеймен с удивлением спрашивает муравья об этом, на что муравей отвечает: «Человек, который говорит неправду, никогда не верит другому. Не

поверив мне, ты заточил меня на семь лет. Не поверив в тебя, в то, что ты меня выпустишь через семь лет, я оставил половину еще на семь лет».

Таким образом, в основу сюжета повествования Машхур-Жусипа «Сүлеймен пайғамбар мен құмырсқа» («Пророк Сулеймен и муравей») легли философские мысли об отношениях природы и человека, об их гармонии. И человек, и животный мир, и насекомые – все является плодом природы. Поэтому они должны жить в согласии и гармонии. Именно эту идею выражает Машхур-Жусип в фольклорном образце «Сүлеймен пайғамбар мен құмырсқа» («Пророк Сулеймен и муравей»). В книге «Құран кәрім» («Коран карим») имеется следующее сведение. «Войска Сулеймена собраны из бесов (злых духов), людей, птиц. Когда они подошли к муравьиному улью, один из муравьев предупредил: «Ей, муравьи! Прячьтесь в ульях! Смотрите, чтобы Сулеймен с войском не раздавил вас». Сулеймен, услышав слова муравья, улыбнулся и поклонился. «О, Всевышний! Посчитай меня достойным совершать добрые дела, чтобы доволствоваться тем, что дал ты сам, дали родители...» [7].

Интересуясь тем, от кого услышал и записал это повествование Машхур-Жусип, мы обратили внимание на сведение, данное в копиях рукописей Фазыла, хранящихся в «семейном архиве». Что рассказывал Турсынбаю отец Боштай мудреца Издена: «Слово муравья, сказанное Сулеймену, стало наставлением для повелителя и помогло ему справедливо занять трон». Машхур-Жусип переписал этот рассказ из уст Турсынбая, который, в свою очередь услышал это от отца Боштай мудреца Издена. Здесь также имеются сведения о том, кому адресован этот рассказ (указано имя). Это определяет одну из сторон собирательской деятельности Машхур-Жусипа.

Известно, что Машхур-Жусип Копеев не ограничивался только записями рассказов и легенд, исторических сведений, ораторских изречений. Он собирал образцы разных жанровых видов фольклора, таких, как бытовые и обрядовые песни, эпосы, сказки, пословицы и поговорки и айтысы акынов. Жанровое своеобразие фольклорных образцов, собранных Машхур-Жусипом, заключается в том, что из уст народа им собрано около 30–40 бытовых и обрядовых песен [8]. Из них только половина, то есть 19 образцов, издано [9], остальные еще не вышли в свет. В материалах, имеющихся под рукой: образец «беташар» (песня, сопровождающая обряд снятия покрывала с лица невесты) составляет 30–31 страницу; «жар-жар» (свадебная песня) – 25; различные бата (пожелания) – 20; «жоктау» («поминальная песня по умершему») – 30; остальные – 45–50 страниц. Общее количество – 150 страниц.

Многие образцы, собранные Машхур-Жусипом, например, «Беташар», «Жаңа түскен келінге ақ тілеу айтуы» («Доброе пожелание невесте»), «Келіншекке өсиет» («Наставление невесте»), «Сарғайып атқан сары таң бір беріп көрінеді», «Жоктау» (оплакивание умершего), «Батырбек дегеннің қызы Балғын өлгенде шешесінің жоктауы» («Плач матери по умершей дочери Батырбека Балгына»), «Бопының қарындасы күйеуі өлгенде жоктағаны»

(«Плач младшей сестры Бопы по умершему мужу»), «Тәтіні жоқтау» («Плач по умершему Тати»), «Кейінгіге аманат» («Поколению наказ»), «Қара өлең» (разновидность стихотворного произведения, относящегося к казахскому народному творчеству), «Ақ бата» (доброе пожелание, напутствие), «Өтірік өлең» (небылицы в стихах), «Қаршығаны мақтағаны» («Восхваление ястреба»), «Азаматтар, шоралар» («Граждане господа»), «Қойкелді» («Койкелди»), «Қожамберді айтты» («О том, что говорил Кожамберди»), «Оу, Шон биім, Шон биім» («О, мой Шон би, мой Шон би») [10] созвучны с произведениями, собранными известным ученым-востоковедом В.В. Радловым в книге «Образцы народной литературы тюркских племен», вышедшей в 1870 году в Санкт-Петербурге [11]. Впервые эти универсальные признаки определил ученый С. Каскабасов. Он говорил о необходимости исследования этих вопросов.

В ходе сравнения в процессе работы мы пришли к такому заключению. На наш взгляд, чтобы определить эти соответствия, возникает необходимость решения следующих вопросов: от кого и когда были получены каждым из них эти материалы. В.В. Радлов в своей книге не указывает, от кого и когда он получил вышеперечисленные образцы. Только в предисловии к книге пишет: *«Казахи делят произведения казахской литературы на две части: народные произведения (прозаическая речь) и книжные стихи. Произведения народа составляют стихи и рассказы, переданные из уст народа. Поэтому к ним относятся произведения, не испытавшие на себя влияния религии ислам. Их знали только простые люди, грамотные муллы смотрели на них с пренебрежением. Я не видел и не слышал, чтоб кто-то записывал эти произведения на бумаге. Стихи назывались книжными, потому что сказители не читали их наизусть, а читали с книги. Такие книжные стихи писали муллы, грамотные казахи. В их оборотах явно заметно влияние ислама, книжного языка. Многие из этих стихов, написанных на искаженном книжном языке, вошли и в разговорную речь. Эти книжные стихи я переписывал благодаря помощи простых казахов, предостерегаясь грамматических форм и слов, чуждых казахскому языку. Несмотря на то, что слова, заимствованные с арабского и персидского языков, использованы в рукописи правильно, я старался передать их формами, понятными для простых людей. Эти стихи таким образом получили казахское описание»* [12].

Из этого следует: во-первых, казахи классифицировали произведения литературы в два вида, среди них произведения, написанные в прозаической форме, не признавались грамотными муллами. А среди рукописей Машхур-Жусипа очень много образцов, написанных в прозаической форме.

Во-вторых, имеется сведение о том, что некоторые образцы записаны В.В. Радловым, что в этом ему помогали простые люди. Однако здесь не упоминается то, из чьих уст записаны эти образцы, и кто помогал записывать.

В-третьих, когда В.В. Радлов переписывал тексты, он менял некоторые слова. В. Белинский был против текстологических изменений. Беря за основу это утверждение, ученый Б.П. Кирдан замечает, что в сборнике собирателя

украинской народной литературы М. Максимовича тексты подвергались изменениям. По этой причине ценность этих произведений несколько снизилась [13; 27].

Литература:

1. ҚР Ғылым академиясының Орталық қолжазбалар қоры, 1177-папка, 45 б.
2. Сонда, 25-26, 46-51 б.
3. Сонда, 874-папка, 1177-папка, әрі "әулеттік архивте" сақталған.
4. Көпеев М.Ж. Сүлеймен пайғамбар мен құмырсқа. Сүлеймен пайғамбар мен байғыз.// Азия, №3, шілде, 1992, 5 б.; Нұх пайғамбар мен бір кемпір туралы. // Қазақстан мектебі, №4-5, 1994, 79 б.
5. Қасқабасов С.А. Казахская несказочная проза. А., Наука, 1990, 206–207 б.
6. Қыраубаева А. Ғасырлар мұрасы. А., Мектеп, 1988, 35-37 б.
7. Құран кәрім /ауд. Рәтбек қажы Нысанбайұлы/. Жазушы, 1991, 26 б.
8. ҚР Ғылым академиясының Орталық қолжазбалар қоры. 1125, 1170, 1176, 1177-папкалар; Нұсқалардың біразы "әулеттік архивте" де сақталған.
9. Көпеев М. Ж. Таңд., шығ. П-т., Алматы, Ғылым, 1992, 19-52 б.
10. Сонда, 22-52 б.
11. Қараңыз: Ел қазынасы- ескі сөз. В.В.Радлов жинаған қазақ фольклорының үлгілері./ Алматы, Ғылым, 1994, 40-67; 287-293; 408 б.
12. Сонда, 9-10 б.
13. Кирдан Б.П. Собиратели народной поэзии. М.: Наука, 1974, 96 с.

С.М. Кырыкбай,

*Казахский государственный
женский педагогический университет,*

г. Алматы, Казахстан

happy_sani@mail.ru

*(Научный руководитель – Абдикалык К.С.,
канд.филол.наук, доцент)*

ТЕМА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ В КАЗАХСКИХ РАССКАЗАХ

Аннотация. В данной статье разносторонне рассмотрены произведения казахских писателей С. Шаймерденова, Ш. Муртазы, С. Жунисова, С. Муратбекова, М. Мағауина, раскрывающих тему Великой Отечественной войны. В работе не только представлен анализ с идейно-тематической точки зрения, но и осмысливается речевое мастерство писателей в создании монолитных образов. Раскрывается своеобразная ценность художественных рассказов, заставляющих читателей думать.

Ключевые слова. Солдат, завет, надежда, честь, моральное обнищание, инвалид, образ, битва, проза, судьба.

В 1960–1980 годы казахская проза вступила в стадию своего интенсивного развития и была обогащена с жанровой, стилиевой и идейно-художественной стороны. Художественные рукописи талантливых писателей старшего поколения, создавших своеобразное наследие того

периода, чье творчество несет в себе основной груз современной казахской прозы, стали общим достоянием казахского художественного слова.

Рассказы талантливых казахских писателей, таких как Сафуан Шаймерденов, Шерхан Муртаза, Сакен Жунисов, Сайын Муратбеков, Мухтар Магауин и др., отличаются тем, что они описывают события как есть, реально, не преувеличивая и не умаляя значения этого события. Мы хотим обратить внимание на тех произведениях этих писателей, которые затрагивают тему Великой Отечественной войны.

В рассказе С. Шаймерденова «Алтын сағат» («Золотые часы») описывается горькая, но правдивая история, которая имела место в годы Великой Отечественной войны. Мысль писателя передана через диалогическую беседу двух пассажиров, отправившихся в дальнюю дорогу. Три дня эти люди ехали, даже не познакомившись, но их внимание привлекла простая вещь – часы. Именно часы заставили познакомиться совершенно чужих людей.

Рассказ ведется от первого лица. Персонаж произведения, увидев старые часы «Павель Буре» в руках соседа, который сначала был нелюбезен с ним, начинает рассказывать свою историю, связанную с часами.

Когда-то герой рассказа как зеницу ока хранил часы отца «Павель Буре», оставленные ему на память как завет, а в трудные дни непрерывных военных действий потерял эти часы. А во время одного из ожесточенных боев увидел эти самые отцовские часы в мешке боевого товарища Түйемойына, который был почти его другом. В мешке, случайно попавшем ему в руки, нашлось много таких ценных часов. Түйемойын, ни капли не стесняясь и не чувствуя угрызений совести, рассказал, что их он снял с рук погибших солдат, что по приезде домой он их продаст и построит дом и таким образом разбогатеет. Его поступок неприятно удивил героя рассказа.

Однако Түйемойын даже другу не сразу вернул часы «Павель Буре». «Если тебе так нужно, найди золотые часы и отдай мне, а я тебе отдам эти часы», – сказал он. Прошло несколько дней, после одного из боев, в котором советские солдаты одержали победу, наш персонаж начинает искать золотые часы в руках погибших солдат. Его цель – найти часы, которые не отличались бы от подарка отца, и отдать Түйемойыну, чтобы тот отдал ему часы “Павель Буре”. И в этот момент он видит мертвого Түйемойына. Вот так погиб Түйемойын, который собирал часы в руках мертвых солдат и хотел разбогатеть за счет них, когда вернется домой [1; 184].

С. Шаймерденов описывает это событие с большим мастерством. В рассказе видна человеческая натура главного героя. Он не берет часы. Он хоронит Түйемойына, а все его часы ставит рядом с ним. После этого случая он дал себе слово никогда не носить часы.

В этом рассказе автор изобразил реальный образ мещанина, который даже во время кровопролитных боев, во время горя и бед умер, думал о

собственной выгоде. События, действия людей не оставляют равнодушным никого, кто его читал. Правда и то, что образ Туйемойына, без зазрения совести собирающего часы в руках своих же товарищей, павших смертью храбрых в битве за Отечество, вызывает отвращение в сердцах читателей. Автор этого рассказа через этот образ показывает моральное обнищание, подлость и мещанство. Писатель хочет доказать, что вещи, имущество ничего не стоят перед человеческой жизнью, честью, совестью и моральными качествами. Главное богатство, главное достояние человека – это всегда высокий моральный дух, человечность, совесть и честь. Вот что пропагандирует писатель.

В рассказах Ш. Муртазы описаны реальные события, связанные с жизнью и бытом казахских аулов, все стороны общей человеческой психологии, жизни в тылу в годы Великой Отечественной войны. В его рассказах, благодаря мастерству писателя, можно увидеть настоящую жизнь, описанную художественным языком.

Главный герой рассказа «41-жылғы келіншек» («Женщина 41-го») – Хадиша. Когда муж Максут вместе со всеми ушел на фронт, она была молодой женой, которой было всего восемнадцать лет. Вот закончилась война, все, кто остался жив, вернулись с фронта домой, а от ее мужа не было никаких вестей. Она не хочет верить в то, что он погиб, и одна живет в его доме и ждет его. Когда она уже выдала замуж дочь Жанар, та хочет ее забрать с собой, чтобы мать не оставалась одна. Но и тогда она была против, не хотела оставлять дом Максута без хозяина. Так она долгие годы верно ждет своего мужа, отправившегося на защиту Родины, посвятив ему всю свою молодость.

События, происходящие в рассказе, передаются через сон главного героя. Хадиша во сне видит Максута, молодого, какого она провожала на войну, и рассказывает ему все испытания, все горе, все беды, выпавшие ей на долю [2; 301]. А муж почему-то не переходит через порог, стоит у двери, и она, разозлившись, так сильно кричит на него, что сама со страхом просыпается от своего голоса. Хадиша, удивившись, что муж во сне совсем ничего ей не ответил, продолжает жить дальше с надеждой на будущее, неся груз молодой вдовы.

Здесь писатель простым языком изображает не только образ одной Хадиши, он этим реально рассказывает о жизни, трудной доле, горе женщин-вдов. Образ Хадиши передан мастерски правдиво и живо.

Среди рассказов о жизни в тылу в годы Великой Отечественной войны С. Жунисова отметим произведение «Мүгедек» («Инвалид»). Духовный мир героя, его душевные переживания, отношение к изображаемому самого автора призывает читателей к рассудительности. Конечно, читатель может подумать, что разговор идет об инвалиде, потерявшем один из органов человеческого тела [3; 28]. Но рассказ не о физической инвалидности, а об инвалидности морально обнищавших людей с низким кругозором, мещанским мировоззрением.

Читая рассказ, думаешь, ломаешь голову, как же можно наказать Хикмета, который, не оказав помощи, без сожаления оставил своего друга в руках врага. Автор тоже хочет поделиться с читателями своей позицией. Писатель ставит рядом физическую инвалидность и духовную инвалидность. Кто из них по-настоящему инвалид? Судьба Хикмета в конце рассказа дает ответ на этот вопрос. На Хикмета смотрит и жалеет его только пустой перрон. Его никто не встретил.

В этом рассказе писатель преподает урок будущему поколению., заставляя жестокого бесчеловечного человека признать свою вину, который оставил своего друга в руках врага в годы войны, Он разоблачает таких индивидуалистов, как Хамит, который думает только о себе, о своем благополучии.

Итак, это произведение С. Жунисова о Великой Отечественной войне не только рассказывает о трудностях военных лет, о горе и бедах, выпавших на долю простого человека, но и имеет огромное воспитательное значение.

Читая рассказ известного писателя С. Муратбекова «Жусан иісі» («Запах полыни»), испытываешь душевную боль за народные страдания за судьбы людей, которые были разбиты в результате страшной войны. Главный герой произведения – мальчик по имени Аян. В рассказе описана трудная и жалкая жизнь круглого сироты, оставшегося без родителей и бабушки [4; 160]. Главной причиной этой страшной трагедии явилась страшная и жестокая война. Видим все испытания, которые пришлось пережить этому маленькому существу.

Аян – чувствительный, простосердечный мальчик с фантазиями. Когда с фронта пришло письмо с черной вестью о смерти отца, он перед людьми не показывает слез, держится как взрослый мужчина. И это говорит о его сдержанности и терпении, силе характера. В рассказе видно, что он, рассказывая другим детям разные истории, сказки, успокаивает себя. Когда сучает по отцу, он плачет, но слезы свои не показывает никому.

Это образ мальчика, который верил в то, что от отца исходил запах полыни, значит от него тоже исходит этот же запах полыни. Вот такие детские поступки, детская вера и его чувства изображены реально. Этот рассказ писателя показывает, как рано выросли дети военных лет, как они стойко переносили все тяготы, которые им пришлось испытать уже в детстве.

В этом рассказе реально передана жизнь села в тылу: как матери ждали своих сыновей, как молодые женщины с тоской молили бога о возвращении мужей, как дети ждали своих отцов, моля только о том, чтобы они вернулись живыми.

Автор заставляет задуматься, показывая терпение Камар, которая в лютый мороз во время перевозки урожая в буранный день, обморозила ногу и не сетовала не на то, что болят ноги, что она может остаться инвалидом, а переживала, что не едут сани, что не сможет довести зерно.

Через образ Камар автор создал типичный образ казахских женщин тех суровых лет.

М. Магауин в рассказе «Бір атаның балалары» («Дети одного рода») пишет о судьбе детей-сирот, привезенных в годы войны в село. Шестерых детей – сирот разных национальностей, родители которых погибли во время войны, приютили сельские жители, которые потеряли своих сыновей, братьев на войне. Люди, которые потеряли кто сына, кто мужа, кто брата, готовы были взять этих детей к себе домой как родных.

Но среди них был мальчик немецкой национальности, и его никто не хотел брать. Причина ясна, если сказать словами Дауренбека: даже те, кто хотел взять мальчика с «плохой наследственностью», боялись людских разговоров. Но среди собравшихся старик Ахмет рискнул все-таки взять на воспитание Зигфрида Фольфганга Вагнера [5; 480].

Старик Ахмет делает обрезание немецкому мальчику по мусульманскому обычаю, дает ему свою фамилию, и он становится Зекемом Ахметовичем Бегимбетовым. Этот поступок героя заставляет читателя задуматься. Главная ценность – не национальность, а человечность, гуманность человека. Человек с высокой моралью, с развитым духом – духовная ценность общества. Старик Ахмет не побоялся людской мольбы, он взял немецкого мальчика, чтобы доказать это.

Среди шестерых детей, привезенных в село, особенно судьба Якова. Якова прозвали в селе Жакыпом, но он долгое время не мог привыкнуть к казахскому аулу. Что же хотел показать писатель образом этого осторожно смотрящего на все подозрительного мальчика?

Сакыпжамал, которая взяла на воспитание Жакыпа, умирает, попав под косу машины. Но этот случай не поранил душу мальчика. Он все время думал только о городе. По словам геологов, весь рай в городе, и Яков уходит вместе с ними, устраивается на работу.

Образом Якова писатель старается приблизить городскую культуру к жизни сельских жителей. Но Яков женится в селе и навсегда остается в селе, это тоже решение писателя. Гуманность и человечность, единство и взаимопонимание Яков-Жакып ищет в селе.

Концепция писателя известна: духовную чистоту, человеческие ценности, здравомыслие и понимание можно найти в селе, на родной земле.

Подводя итог, можно сказать, что в рассказах, посвященных теме Великой Отечественной войны, реально и художественно переданы все трудности, выпавшие на долю мирного казахского народа, судьбы молодых вдов, детей, оставшихся сиротами.

Литература:

1. Шаймерденов С. Таңдамалы шығармалар жинағы. – Алматы, 2011.
2. Мұртаза Ш. Алты томдық шығармалар жинағы.– Алматы: Қазығұрт, 2002.
3. Жүнісов С. Өшпейтін іздер. – Алматы: Жазушы, 1968.
4. Мұратбеков С. Көкорай. – Алматы: Жазушы, 1979.
5. Магауин М. Шығармалар жинағы. – Алматы: Қанағат, 2002.

К. Мухитов,
*Павлодарский государственный
университет им. С.Торайгырова,
г. Павлодар, Казахстан*
adon70@mail.ru
(Научный руководитель – Жусупов Н.К.,
доктор филол. наук, профессор)

ИССЛЕДОВАНИЕ ФОЛЬКЛОРНОГО НАСЛЕДИЯ МАШХУР-ЖУСИПА

Аннотация. В статье представлен обзор филологических работ, посвященных изучению фольклорного наследия Машхур-Жусипа. Автор делает вывод о недостаточной изученности творчества выдающегося фольклориста, а также о его большом вкладе в казахскую, и в мировую культуру.

Ключевые слова. Машхур-Жусип, фольклор, текст, казахский народ, культура, литература.

Известно, что духовным источником казахского народа является его богатый фольклор. Несмотря на то, что сбор казахского фольклора, его изучение являются объектом многих исследований, в этой области еще имеются вопросы, остающиеся вне поля исследования. Подтверждение этому – фольклорное наследие Машхур-Жусипа Копеева в 15–20 томов до настоящего времени не вышло в свет. Казахский фольклор как наука развивалась, безусловно, не обособленно. Учítывая, что он является кладезем мировой культуры, вместе с тем следует отметить, что «белые пятна» в казахском фольклоре оказывают негативное влияние на мировое духовное развитие. Вместе с тем недостаточная изученность фольклорного богатства осложняла возможности разностороннего исследования истории казахской культуры, источников казахской письменной литературы, истории казахского языка, педагогики, философии и т.д. В этом контексте следует подчеркнуть, что труды Машхур-Жусипа в сфере фольклористики заслуживают особого внимания ученых. Началом решения этой проблемы, на наш взгляд, является краткий обзор точек зрения на данную проблему.

Известно, что Машхур-Жусип Копеев опубликовал незначительную часть материалов на страницах казахской газеты «Дала уалаяты газетi» (1889–1900). В результате, в указанном издании появляются статьи, посвященные акыну как собирателю, исследователю казахского фольклора. Например, одна из них – статья Мухаметгали Толыбайоглы, вышедшая в свет в 1890 году, вторая – опубликованный в 1892 году труд Матена Ботбаева, написанный в стихотворной форме [1]. А в 1919 году в журнале «Трудовая Сибирь», издаваемом в Омске, публикуется статья Смагула Садуакасова «Киргизская литература» [2]. В этой статье отмечается, что со второй половины XX века в истории казахской литературы начинается формирование новой письменной литературы, у истоков которой стоят Машхур-Жусип и Абай Кунанбаев.

Эти первые источники, опубликованные при жизни акына, уже подчеркивают его неопределимый вклад в развитие казахского фольклора. Они охватывают первый этап машхуроведения, а второй этап начинается с 1931 года, после смерти акына.

Рукописи акына составляют фонд редких рукописных вариантов в Центральной библиотеке Академии наук Республики Казахстан. Из воспоминаний Дихана Абилова известно, что первые сведения, то есть две рукописи Машхур-Жусипа получены из рук старшего сына Машхур-Жусипа Шарафидена по поручению Габита Мусрепова, с участием Д. Абилова [3]. Остальные рукописи были сданы в фонд племянником Машхур-Жусипа Жолмуратом Жусипулы.

В воспоминаниях писателя Зейтина Акышева [4] говорится о том, каким образом первоначально произведение Машхур-Жусипа «Шайтанның саудасы» («Чертов торг») было переведено с письма хадим, как оно было отправлено Д. Абилову, как Д. Абилов потом отправил его составителям Хрестоматии по литературе для 8-го класса К. Бекхожину и Е. Смаилову. Позднее этот дастан вошел в Хрестоматию и до 1946 года переиздавался 3–4 раза.

Таким образом, исследование творчества Машхур-Жусипа, положившее начало в 30–40 годах, в конце 40-х годов претерпевает «неудачи». Одни за другим выходят в свет работы, посвященные однобокому, только с социологических позиций, изучению творчества акына. Одна из них – доклад С. Муканова «Абайдың шәкірттері туралы» («Об учениках Абая») [5]; вторая – труд М. Габдуллина «Діншіл, ұлтшыл М.Көпеев туралы» («О религиозности и национализме М. Копеева») [6].

Причиной выхода в свет таких статей послужило постановление Центрального Комитета КП(б) от «21» января 1947 года «О грубых политических ошибках в работе Института языка и литературы Академии наук Казахской ССР» («Қазақ ССР Ғылым академиясы Тіл және әдебиет институтының жұмысындағы өрескел саяси қателіктер туралы») и др.

Позднее, начиная с 1956 года, на страницах изданий впервые появляются работы, в которых выражается оценка творчества Машхур-Жусипа как собирателя образцов устной народной литературы. Так, например, указывая на неправомочность ошибок, имеющих место в вопросах истории казахской литературы и народного творчества, учитывая научный опыт таких акынов, как Машхур-Жусип, М. Каратаев призывает дать объективную оценку его творчеству [7]. М. Ауезов, А. Кобыратбаев, М. Базарбаев, Х.С. Сулейманов, Б. Кенжебаев, Ы. Дуйсенбаев и другие ученые проявляют огромный интерес к творчеству акына, в особенности, к собранным им образцам фольклора [8]. Подтверждение тому точка зрения М. Ауезова: *«Мы не должны забывать, что заслуга Машхура велика в том, что, отодвинув даже свои произведения на второй план, он довел до нынешнего поколения многое из наследия прошлых веков. Поэтому в казахской устной и письменной литературе, научном направлении – историографии труд Машхура должен получить*

нужную оценку». Эта точка зрения М.Ауезова явилась первой, поистине высокой оценкой фольклористской деятельности Машхур-Жусипа. *«Поэмы Машхура представляют собой сюжетные произведения, написанные на основе сказок, легенд и преданий»*, – так характеризуя творчество Машхур-Жусипа, ученый Б. Кенжебаев подчеркивает народность его произведений.

В материалах научно-практической конференции 1959 года, посвященной исследованию литературного наследия Машхур-Жусипа, дается высокая оценка творчеству крупного фольклориста, собирателя образцов устного народного творчества.

В опубликованных в 1956–60-е годы статьях наблюдается тенденция доминирования идеи об умении пользоваться литературным наследием Машхур-Жусипа. Позднее, в период с 1961 по 1969 год, степень изученности данной проблемы несколько снижается. Тем не менее ряд ученых, выражающих мнение о том, что деятельность Машхур-Жусипа заслуживает достойного внимания, постоянно пополняется. Так, исследователь Ы. Дуйсенбаев [9], на наш взгляд, глубоко анализирует произведение акына «Чертов торг» («Шайтанның саудасы»). В своем труде [10] А. Жиреншин исследует труды Машхур-Жусипа, опубликованные в 1907 году в Казани.

Одним из первых, кто с 1970 года начал собирать труды Машхур-Жусипа, кто ставил перед собой задачу об издании произведений акына отдельной книгой, кто поднимал данную проблему на государственном уровне, – был ученый М. Божеев. Однако не все идеи его были реализованы. Ученый отмечает: *«В наследии Машхур-Жусипа Копеева имеются разнообразные произведения, посвященные социальным проблемам, событийные повествования, айтысы, родословные, исторические материалы, образцы фольклора. Вместе с этим, учитывая копии произведений акына на арабском, персидском, чагатайском языках, следует заметить, что все наследие составляет около 30 томов. Произведения Машхура написаны арабскими буквами им самим, племянником, его учеником, Жолмуратом. Если некоторые из них написаны гусиным пером на языке хадим, то другие написаны арабским алфавитом. Известно, что Машхур-Жусип широко занимается сбором образцов казахского фольклора. Наряду с такими образцами, как «Желкілдек», «Ер Көкие» («Мужественный Көкие»), «Көрүзгелі» («Корузгу»), «Алтын бас, күміс аяқ» (Златоглавый, сребреногий), «Сайын батыр» («Мужественный Сайын»), «Қырғызға барған батыр» («Батыр, побывавший у кыргызов»), встречаем мудрые слова Бухар жырау, Сақау акына, Шоже акына, Шортанбая, Орынбая и др. Машхур находится в центре внимания благодаря тому, что он записывал «устаревшие слова», насколько не меняя их формы, собирал образцы жыр в их первоизданном виде» [11].*

Таким образом, ученый акцентирует внимание на том, какие жанры охватывают образцы фольклора, собранные Машхур-Жусипом, какой объем они составляют, кем переписаны рукописи, на каком языке написаны, вплоть до того, что они написаны гусиным пером. Самое главное, – отмечает

М. Божеев, – это то, что Машхур-Жусип собирал образцы устного народного творчества, строго придерживаясь принципов, характерных для сбора. Основным принципом сбора как раз является сохранение форм «устаревших слов» без каких-либо изменений. Вместе с тем некоторые произведения акына опубликованы на русском языке: одни – в антологии «Песня степей», вышедшей в свет в 1940 году в Москве, другие вошли в сборник «Поэты Казахстана», изданный в Ленинграде. Начиная с 1983 года, произведения Машхур-Жусипа находятся в центре бурного исследования. Этому свидетельствуют опубликованные материалы, посвященные 125-летию акына [12].

Значительный вклад в изучение творчества Машхур-Жусипа внесли также ученые Института литературы и искусства имени М.Ауезова Академии наук Республики Казахстан. В книге «Қазақ фольклористикасының тарихы» («История казахской фольклористики») под редакцией доктора филологических наук Р. Бердибаева целая часть посвящена жизни и творчеству Машхур-Жусипа [13]. Вместе с тем в первый том книги «Дала уалаяты газеті» (Сост. У. Субханбердина) включены материалы, опубликованные в 1888–1894-е годы на страницах этой газеты [14].

В 1990–1992 годах в издательстве «Ғылым» вышло в свет два тома произведений Машхур-Жусипа. Периодические издания образцов письменной литературы и устного творчества на страницах республиканских газет и журналов обеспечивают ценность наследия акына, обширность издания его.

В 1994 году ученый С.Н. Сутжанов защищает кандидатскую диссертацию по теме «Мәшһүр-Жүсіп Көпеевтің әдеби мұрасы» («Литературное наследие Машхур-Жусип Копеева») [15]. При этом следует подчеркнуть, что все вышеназванные работы открывают широкие возможности для исследования наследия Машхур-Жусипа. Заметим, что автор первой кандидатской диссертации ограничивается лишь информацией о жизни и творческой деятельности акына, обзором его произведений. Сбор фольклорного наследия Машхур-Жусипа из архивов, классификация его, издание его, сравнение и анализ разных рукописных вариантов, вследствие этого определение вклада Машхур-Жусипа в казахскую фольклористику – вопросы перспективы.

Итак, исследование фольклористской деятельности видного представителя казахского фольклора Машхур-Жусипа Копеева охватывает историю казахского народа, раскрывает исторические связи казахского народа и соседних стран, взаимовлияния литературы соседствующих друг с другом стран, раскрывает их общие духовные источники.

Литература:

1. Толыбайұғлы М. Қарқаралыдан хат. Дала уалаяты газеті. 1980, №19, 11 май; Ботбаев М. Кім тұрар сөз сойлемей көніл қызса. Дала уалаяты газеті. 1892, №47.
2. Садуақасов С. Қазақ әдебиеті. // "Халық кенесі" газеті, № 42, 2 наурыз, 1993, 4 б.
3. Әбішев Д. Мәшһүр-Жүсіп. // Жұлдыз, №12, 1992, 116-129 б.
3. Акышев З. Деректер. // Қазақстан мұғалімі, 16 сентябрь, 1983.

4. Бұл баяндама 1951 жылы 15 маусымда Қазақ ССР Ғылым академиясының Тіл және әдебиет институты мен Қазақстан Совет Жазушылар Одағы бірлесіп өткізген "Абайдың әдеби мұрасы" мәселесін талқылауға арналған ғылыми айтыста жасалған. Қараңыз: Мұқанов С. Абайдың шәкірттері туралы. //Абай, № 4, 1992, 57-70 б.
5. Ғабдуллин М. Діншіл, ұлтшыл М.Көпеев туралы. // Социалистік Қазақстан, 1952.
6. Қаратаев М. Қайта карауды қажет ететін мәселе. // Қазақ әдебиеті, 10 август, 1956, 36.
7. Қараңыз: Қоңыратбаев Ә. М.Ж.Көпеев лирикасы. // Қазақ әдебиеті, 19 июнь, 1959, 3 б.; Базарбаев М. Қазақ әдебиет тарихын зерттеудің кейбір мәселелері. // Қазақ тілі мен әдебиеті, 10, 1958, 31-39 б.; Сүйіншәлиев Х. Ғылыми мәні зор еңбек. // Қазақ әдебиеті, 2 декабрь, 1980, 3 б.; Әуезов М. Әдеби мұра және оны зерттеу. А., 1961, 358 б.; Кенжебаев Б. XX ғасырдағы қазақ әдебиеті, А., Мектеп, 1976, 63-65 б.; Дүйсенбаев Ы. Ғасырлар сыры, А., Жазушы, 1970, 7-10 б.
8. Дүйсенбаев Ы. Ғасырлар сыры. А., Жазушы, 1970.
9. Жиреншин Ә. Қазақстан кітаптары тарихынан. А., Қазақстан, 1971.
10. Бөжеев М. Мәшһүр-Жүсіп мұралары хақында. //Жалын, 3, 1974, 127, 129 б.
11. Әбілев Д. Шежіре болған серігі. // Қазақ әдебиеті, 26 август, 1983; Дәуітов С. Халықтың маржан сөзін қадірлеген. Сонда.
12. Қазақ фольклористикасының тарихы. А., Ғылым, 1988, 353- 389 б.
13. Дала уалаяты газеті. А., Ғылым, 1989.
14. Сүтжанов С.Н. Мәшһүр-Жүсіп Көпеевтің әдеби мұрасы. // филология ғылымдарының кандидаты ғылыми дәрежесін алу үшін дайындалған диссертацияның авторефераты. А., 1994.

И.Р. Надршина,

*Башкирский государственный
педагогический университет им.М.Акмұллы,*

г.Уфа, Российская Федерация

Ilzida.bilalova@yandex.ru

*(Научный руководитель – Бухарова Г.Х.,
доктор филол.наук, профессор)*

ВРЕМЯ И ПРОСТРАНСТВО В ПОЭТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ РАШИТА НАЗАРОВА

Аннотация. В данной статье рассматриваются художественные концепты *время* и *пространство* на материале поэзии башкирского поэта Рашита Назарова. Составлены концептуальные поля данных художественных концептов. Исследование концептосферы позволяет раскрыть мироощущение и миропонимание поэта.

Ключевые слова. Художественный концепт, хронотоп, концептосфера, словарные дефиниции: время, пространство.

Как известно, в любом дискурсе (научном, художественном, политическом, фольклорном и т.д.) дается представление автора или коллективной языковой личности (народа) о некотором фрагменте мира. Если в научном дискурсе предмет, явление или процесс внешнего мира описывается автором достаточно объективно, то в художественном дискурсе воплощается объективно-субъективное представление автора о реальном

мире, о каком-либо явлении действительности. Несмотря на то, что в художественном дискурсе описывается реальный мир, действительность, но в нем эта «реальность» видится через призму взглядов автора на этот мир. Образ реального мира воссоздается в связи с его намерениями и установками определенным образом описать этот мир. Таким образом, субъективность описания реального мира обуславливается творческим замыслом автора, его мировоззрением, его ценностными ориентирами, а также его эстетическим идеалом.

Обозначаемое автором в тексте дискурса событие (ситуация) – отображаемые предметы и отношения между ними представляют денотативное пространство текста, т.е. являются денотатом текста. Понятие денотата определяется как «множество объектов действительности, знания о которых выражаются различными языковыми и речевыми единицами, в том числе и текстом». Под денотативным пространством текста понимается «воплощенное в тексте индивидуально-авторское (коллективное) знание о мире, представленное в интерпретированном отображении глобальной ситуации, состоящей из макроситуаций и микроситуаций, связанных определенными отношениями и в совокупности раскрывающих главную тему произведения» [1; 153]. Компонентами денотативного пространства являются изображенные в нем разного рода ситуации. Следовательно, денотат текста можно определить как конкретное представление о том, что данным текстом обозначается. Анализ денотативного пространства текста включает в себя анализ событийно-пропозициональной структуры текста, а также его пространства и времени.

Поскольку основой «авторской картины мира» являются его представления о пространстве и времени, остановимся на этих категориях. Каждый писатель осмысливает время и пространство по-своему, наделяя их собственными характеристиками. Эти характеристики и отражают мировоззрение автора [2; 1217]. Временные и пространственные представления, запечатлеваемые в литературе, составляют некое единство, которое вслед за М.М. Бахтином, принято называть хронотопом (от др.-греч. *chronos* – время и *topos* – место, пространство). «Хронотоп, – утверждал ученый, – определяет художественное единство литературного произведения в его отношении к реальной действительности. Временно-пространственные определения в искусстве и литературе ... всегда эмоционально-ценностно окрашены» [3; 391].

Поэзия башкирского поэта Рашита Назарова (1944–2006) уникальна. Глубоко специфичны представления поэта о пространстве и времени. Созданный автором литературно-художественный образ пространства и времени имеет психолого-концептуальные основания. Концептуализация пространства и времени в поэзии Р.Назарова, как ментального образования, является интересным объектом изучения. Исследование пространственно-временной составляющей поэзии Рашита Назарова позволяет представить целостную картину его художественного мира.

Как известно, понятия пространства и времени относятся к основным категориям бытия, рассматриваются как основные формы существования материи. Именно изучению абстрактных понятий пространства и времени посвящены многие труды представителей немецкой классической философии И. Канта, Г. Гегеля, Л. Фейербаха, Ф. Шеллинга, А. Шопенгауэра. В их работах пространство рассматривается как идеальная сущность бытия, пространство и время как формы созерцания. С другой стороны, большинство отечественных лингвоконцептологов относят пространство и время к классу универсальных концептов [4; 145].

Для стихотворений Рашида Назарова характерно использование ключевых слов, ассоциативно связанных с именами концептов «время» и «пространство» в одном контексте, что позволяет говорить о формировании и реализации единого хронотипического контекста, отражающего общие зоны полей концептов «время» и «пространство». Таково стихотворение «Даулы бэхет». В данном стихотворении автор описывает XX век в том контексте, что «могучий век пролетает сквозь Время («вакыт») и Пространство («Ара»), и в каждом сердце этой эпохи горит Время и Пространство – *«Егерменсе быуат... Мэггүр быуат... Вақыт – Ара Буйлап оса Ер. Ара – Вақыт жайнай Һәр йөрәктә»* («Даулы бэхет»).

Ядро поля художественного концепта «время» включает в себя общеязыковые значения – время суток, время года, единицы измерения времени. О наступлении дня автор пишет: *«...Таң менән көн алмашына»* т.е. меняется рассвет на день. Специфичны в понимание поэта «вчера» и «сегодня». Так в строках *«Кисәге һужмак – бөгөн юл, Узган юл – килер көнгә тиң...»* («Ерзең өстөн байкап үттем») говорится о том, что вчерашняя тропинка сегодня есть дорога, а прошлый год равен одному сегодняшнему дню.

В поэзии Р. Назарова ключевым является «рассвет». Именно этому отрезку дня посвящены многие его стихи. Для него рассвет это не только начало нового дня, но и начало новой жизни, рождение нового счастья. *«Ниндәй гүзәл! Ана тау артында Альбуланып таң күренә»* («Таң»), *«Ел еленде янымдагы гөлгә жунып, Кабаланып кояш калкты»* («Бэхет»).

Особым значением наделил автор единиц измерения времени – секунду и минуту. В стихотворении «Яңынан ошрашыу», выражая скоротечность времени, автор пишет *«... Эх минуттар... Кайһылай за Кыска икән кәһәрзәрең...»* («Яңынан ошрашыу»). Если в строках *«Беззең юлдар бер секунда Бер-береһенә кагылып үтте...»* («Беззең юлдар бер секунда...») секунда выражает значение секундного мгновения, то в стихотворении «Таң фәлсәфәһе» он вмещает в себя вечность: *«Язмыштарга язмыш үрелеп үскән Һәм мәңгелек һыйган секундка»*.

В приядерную зону концепта «время» можно включить следующие когнитивные модели:

1. Вечность – «мәңгелек». *«Мәңгелек юлын яңырта Яй гына урап» («Төн»), «Мәңгелектең серле йәйәнән Атылган ук, Тылсымлы ук Тейә торган сәпкә тук-тук» («Секундтар, секундтар оса!...»).*

2. Эпоха – «дәүер». *«Күпте алыр донъя, аз за бирер, Өтөр кай сак дәүер ялкыны» («Уйлану»).*

3. Период жизни – «мәл». *«О ул мәлдәр хәзер алың нде, Тик хәтерзән, беләм, юйылмаң» («Хәзерге»).*

Периферийную зону концепта время составляют признаки, описывающие данное явление с разных сторон. Автор характеризует время как:

Көслө – сильный. *«Вақыт көслө! Берсә байый кояш, Берсә көлә...» («Вақыт көслө»).*

Етез – быстрый. *«Вақыт ниндәй етез ага! – тиңең, Асыуланма минең һүзәмә...» («Вақыт көслө!»).*

Алмашһыз – постоянство. *«Алмашһыз тик вақыт кына...» («Эшләй кеше»).*

Моңоу – грустный, печальный. *«Вақыт ага моңоу, яй гына...» («Кис ултырып тағын шиғыр язам...»).*

Концептуальная картина мира Рашита Назарова характеризуется очевидным своеобразием. Как концепт «время», так и концепт «пространство» обладает набором собственных и специфических представлений об этом явлении.

Таким образом, ядро художественного концепта пространство представлено словами «киңлек», «сикһезлек», «алың», «якын». В стихотворении «Баһыуза таң» слово «киңлек» в значении “пространство, даль” употребляется для обозначения границ пшеничного поля *«Күз күреме этмәс киңлеккә Колас ташлап яткан...»*, а в стихотворении «Таң калыу» «киңлек» описывает безграничность или пространство мечты, фантазии: *«Хыялыдың төпөз киңлегенә Тәуге канат елпеу шул булыр...».*

Для автора остается актуальной обращение к таким понятиям, как вечность и бесконечность. Оно актуализируется в когнитивной модели «сикһезлек»: *«Азмы гүмер, – ана, кара Мәңгелек һәм сикһезлекте Бер һелкенең оса бара» («Торам донъя уртаһында»).* *«Шиңмәс бәхет! Балкыр! Сикһезлек һуң Гыямы ни нөктә эсенә!» («Кайғы менән күптән күрешкән юк»).*

Когнитивные модели «алың» (дальний) и «якын» (близкий) часто используются автором совместно. Например, в строках *«тыуган ерем ниндәй якын, ниндәй алың»*, родная земля для автора одновременно и очень близка и очень далека. Можно предположить, что она близка территориально, но далека из-за отсутствия возможности приехать. Такое совместное употребление встречается еще в одном двустрочном стихотворении: *«Вақ бәхеттең якынлығы булһын йырақ, Зур бәхеттең йырақлығы якынырақ»*, в том значении, что близость мелкого счастья пусть будет дальше, а дальнейшее большое счастье пусть будет ближе.

Приядерную зону концепта «пространство» в репрезентации Рашита Назарова составляют такие слова, как «ер шары» – земной шар, «Урал», «тирә-ятк» – окружающая среда, «төпһөз күк» – бездонное небо, «ер» – земля, «таузар түбәһе» – вершины гор, «күкрәк» – грудь.

Концепт «пространство» характеризуется различными признаками. В строках «*Донъя иркен. Шуга дуҫтар, яуыз йәндәр өсөн ул – тар*» говорится о том, что мир просторен, и поэтому для плохих людей он узок. Признаки «бейек» и «түбән», то есть высоко и низко, используются для описания моральных качеств людей: «*Сал бөркөт – юғарыға оса, Селәүсендәр қаса түбәнгә*» («Мәскәрәле, яуыз көлөү менән...»). Данные признаки составляют периферийную зону художественного концепта «пространство».

Таким образом, поэзия Рашита Назарова специфична в своем понимании категорий «времени» и «пространства». В этом проявляется своеобразная философия мировосприятия и миропонимания поэта. Концепты «времени» и «пространства» находятся в основе концептуализации действительности автором, и именно они передают мироощущение поэта, его душевное состояние и переживания.

Литература:

1. Бабенко Л.К., Казарин Ю.Ф. Филологический анализ текста. Практикум / под ред. Л.Г. Бабенко. – М.: академический проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2003. – 400 с.
2. Кандрашкина О.О. Категории пространства, времени и хронотопа в художественном произведении и языковые средства их выражения [Текст] / О.О. Кандрашкина // Известия Самарского научного центра РАН, Том 13 №2 (5), 2011. – с.1217-1221.-0,5 п.л.
3. Бахтин М.М. Формы времени и хронотопа в романе: Очерки по исторической поэтике // Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. – 1975. — С.234-407 с.
4. Медведева Г.С. Концепт «пространство» в русской и немецких лингвокультурах // Вестник удмурдского университета. Выпуск 4/2010. – С.145.
5. Назаров Рашит. Гроза. – Уфа: «Китап», 1994. – 224 с.

Н.Ф. Полякова,

*Тамбовский государственный
университет им. Г.Р. Державина,*

г. Тамбов, Российская Федерация

NataP068@yandex.ru

(Научный руководитель – Желтова Н.Ю.,
доктор филол. наук, профессор)

ПОЭТИКА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА В ПОВЕСТИ «МИШУКА НАЛЫМОВ» И РОМАНЕ «ХРОМОЙ БАРИН» А.Н. ТОЛСТОГО

Аннотация. В статье предпринята попытка рассмотреть категории пространства в малоисследованных произведениях русского писателя начала XX века А.Н. Толстого «Мишук Нальмов» (1910) и «Хромой барин» (1912). Целью исследования является

выявление категорий пространства, используемых в произведениях, их идейно-философское содержание, характер их взаимодействия, влияние на систему образов, характеры героев. На основе приведенных примеров из произведений в статье определяются категории открытого и закрытого пространства, их духовная важность в жизни героев романа, территориальная значимость и возможное преобладание одной категории над другой.

Ключевые слова. Русская литература конца XIX – начала XX века, А.Н. Толстой, повесть «Мишука Налымов», роман «Хромой барин», категории пространства.

Одними из известных и важных произведений творчества русского писателя XX века Алексея Николаевича Толстого являются повесть «Мишука Налымов» и роман «Хромой барин». В этих произведениях писатель делает акцент на противопоставление двух социальных лагерей: городских жителей и деревенских, что является основой всех произведений писателя, созданных в дореволюционный период.

Повесть «Мишука Налымов», посвященная С.И. Дымшиц-Толстой, была впервые напечатана в 1910 году в литературно-художественном альманахе «Шиповник» под названием «Заволжье» и открывала первую книгу прозы Толстого, в которую были включены еще пять произведений писателя: «Неделя в Туренева», «Аггей Коровин», «Архип», «Два друга», «Сватовство». В 1917 году Толстой объединил произведения в цикл и назвал его «Заволжье». Позднее писатель переработал основную повесть и в 1923 году опубликовал ее в альманахе «Струги» и дал название «Мишука Налымов». Для создания образа главного героя послужил дальний родственник Тургеневых – Михаил Михайлович Наумов.

Роман «Хромой барин» был написан и опубликован в Петербурге в «Сборнике первом издательского товарищества писателей» в 1912 году. В его основе лежит семейная хроника Толстого. В начальных отношениях между героями романа – князем Краснопольским и Катенькой Волковой – отражается история любви родителей Толстого – отца графа Н.А. Толстого и матери А.Л. Тургеневой.

Творчество Толстого активно исследовалось в советское время. Среди исследователей можно отметить труды С. Боровикова, А. Налдеева и многие другие. Но к концу XX века интерес к творчеству Толстого резко снизился. В наше время писатель снова стал вызывать интерес у ученых. Стали появляться биографические очерки, изданные А. Варламовым, В. Петелиным и другими. Были защищены диссертации Ван Дунмэй (2005), Е.П. Лыновой (2006), Халил Хадил Исмаил (2009) и другие.

Проблема изучения художественного пространства в поэтике повести «Мишука Налымов» и романе «Хромой барин» является актуальной, потому что исследователи изучали творчество Толстого в различных аспектах, а данная проблема оказалась на периферии.

Как известно, одной из составляющих художественного образа является художественное пространство, которое играет значительную роль при рассмотрении персонажей произведения. В свою очередь художественное

пространство подразделяется на такие категории, как замкнутое и открытое пространство.

Замкнутое пространство – это личное пространство героя, например усадьба Мишуки Налымова и усадьба Репьевых. Из повести видно, что главный герой безумен, вспыльчив, может обидеть и оскорбить. И сравнение с медведем, данное писателем, сходно с поведением Мишуки: «<...> с отвислыми усами, с воловьим, в три складки, затылком, поглядывает, насупись <...>» [1; 173]. Он приказывает спускать собак на проезжающие через его усадьбу тарантасы, или зимой может заставить проезжего человека заматать за собой следы, т.к его усадьба – это его замкнутое пространство.

Но в репьевской усадьбе Мишука уже не может хозяйничать. Возжелав и обидев Веру Ходанскую, он сбегает после того, как Сергей вызвал его на дуэль. Невозможно поверить, что Мишука, которого все боятся и пытаются обходить стороной, испугался Сергея Репьева и стал кустами убегать. «Мишука, ломая кусты, вылез из гущи сада и шел теперь по огородам и цветникам, перелезая через канавы и чертыхаясь. Когда громыхнули два выстрела, он сразу присел, бормоча: – Афронт, афронт, – ух, пронеси, пресвятая богородица» [1; 187]. Сбегая из усадьбы Репьевых, Мишука, обезумев, пыгается отомстить им за отказ Веры и свое унижение, испортив их имущество, не осознавая, что он не прав. «Подскочил к лошади, закрутил ей хвост и со всей силой пихнул ее с берега в воду. <...> У Мишуки немного отлегло сердце, мысли прояснились<...>» [1; 188]. Для полного своего удовлетворения Мишука попытался подкупить доярку, чтобы та отрезала соски у коров, в чем получил отказ. Усадьба Репьевых является замкнутой для безумств Мишуки Налымова, потому что это чужое пространство. Только вернувшись в свой дом, в свое замкнутое пространство, Мишука смог обрести душевное удовлетворение, освободиться от безумства натешившись с девками и выгнав их из своего дома.

Усадьба Репьевых является замкнутым пространством для семьи Репьевых и Веры Ходанской. Также дом, в котором они живут, можно обозначить, как семейное пространство. В то время как у Мишуки Налымова нет семейного пространства, он один. Для семейного пространства характерен быт. Ольга Леонтьевна в молодости имела много ухажеров, а теперь живет со своим родным братом Петром Леонтьевичем, который промотал свое имение, пытаясь улучшить свои дела: воплощал свои инновационные идеи (суконный завод, раковый завод, конный утюг для расчистки снежных дорог). Вера Ходанская, сирота, влюблена в Сергея Репьева, который мечтал уехать в Трансваль заработать денег. В тоже время в Веру влюблен Никита, родной брат Сергея. Все это хранилось в пределах замкнутого семейного пространства.

Также семейным пространством является дом Волковых, в котором живет Катенька со своим отцом. Противоположностью Налымову, Репьевым и Волковым является князь Краснопольский. Его родители умерли. Он служил в Петербурге и растрчивал заработанные деньги. Дом, доставшийся

ему в наследство, не стал для него замкнутым хронотопом даже после женитьбы на Катеньке.

Символичным является хронотоп жизненного пути князя. Уже в самом начале романа писатель изображает поиски героя в открытом пространстве, как он глубокой ночью мчится утешиться к вдове Саше. Также писатель углубляется в прошлое князя, рассказывает, как герой существовал в Петербурге, в открытом пространстве, и оказался в имении Милое, что также свидетельствует об отсутствии жизненных позиций. Здесь, в хронотопе жизненного пути, является важным мотив встречи князя Краснопольского и Катеньки Волковой, хоть Толстой и не описывает их первую встречу, из разговора Саши и князя можно узнать, что князь ездит в Катеньке на свидания в волковской беседке. Если знакомство князя и Катеньки уже произошло, его можно охарактеризовать как завязка произведения. Это знакомство сыграло значительную роль в судьбе князя Краснопольского. Он стал стремиться к созданию семьи, своего замкнутого пространства, в котором бы он смог успокоиться. Но его распутный характер требовал не жену, а жертву «живую, теплую, вечную» [1; 449]. Женившись на Катеньке насильно, герой ушел в поиски себя в открытом пространстве – в Петербург или просто куда-нибудь. И он снова пошел по следам своих ошибок. Герой пытался увидеть Мордвинскую, попал к распутным, грязным и гниющим девкам. И в результате пустил свою жизнь на самотек. Он плыл на самолетском пароходе «и вот уже несколько дней, не выходя из каюты, лежал, даже не от расстройства какого, а просто незачем было двигаться и разговаривать, – только пил и спал» [1; 448]. Здесь вода является символом странствия, самопознания. Герой уже готовился к мысли о смерти в каком-нибудь ночлежном доме, как появился монашек, который вывел его на верную дорогу, проведя по открытому пространству. Странствуя с монашком пешком по полям и дорогам, князь стал замечать, что небо голубое, что не все плохо и что любит он Катеньку. «Лежа в темноте на траве, Алексей Петрович плакал, думал: «Милая Катя, родная моя жена» [1; 468]. Это свидетельствует о внутреннем очищении князя. Развязкой романа снова оказывается встреча только уже мужа и жены. Значительную роль играет прощение Катеньки, которое обрел князь после долгих скитаний и поисков себя.

Мотив дороги и встречи также отражен в повести «Мишука Налымов». Случайная встреча Мишуки и Веры Ходанской на проселочной дороге разжигает интерес главного героя к невинной девушке и приводит главного героя в усадьбу Репьевых.

Одним из образов замкнутого пространства является беседка, играющая важную роль в обоих произведениях. В романе беседка – это память и хранилище любви прадеда к умершей супруге. В повести беседка – это хранилище тайных встреч князя Краснопольского и Катеньки Волковой. Можно сделать вывод, что беседка в обоих произведениях Толстого – это личное замкнутое пространство двух героев, женщины и мужчины.

Таким образом, замкнутое пространство играет важную роль для положительного героя в произведении. Герой может быть в поиске этого замкнутого пространства, и, пройдя испытания, приготовленные судьбой, он приобретает свое личное пространство.

Также замкнутое пространство может подразделяться на свое и чужое и распространяться на целую усадьбу (семейное замкнутое пространство). Для одного героя замкнутым пространством является дом (Мишуки Налымова), комната (Катеньки Волковой) или беседка. Под открытым пространством понимаются поля, простор, село, усадьба. Открытое пространство может быть личным. Например, монашек. Он спокойнее ощущает себя в открытом пространстве. Это единственный герой, который спокойно и свободно ощущает себя в просторе. Ему не нужен дом, потому что для него личное пространство – это открытое пространство.

Литература:

1. Толстой А.Н. Собр. соч.: в 10 томах. Т. 2. – М., 1982.
2. Бахтин М.М. Формы времени и хронотопа в романе// Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. – М.: Худож. лит., 1975.
3. Литературная энциклопедия терминов и понятий. Гл.ред. Николюкин А.Н. – М.: НПК «Интелвак»., 2001.

Ф. Сайлауова,

*Павлодарский государственный
университет им. С.Торайгырова,
г. Павлодар, Республика Казахстан
adon70@mail.ru*

(Научный руководитель – Карипжанова Г.Т.,
канд. филол. наук, профессор)

КОНЦЕПТ *ИЗМЕРЕНИЕ* В КАЗАХСКОМ ФОЛЬКЛОРЕ

Аннотация. В статье описаны особенности репрезентации концепта *измерение* в казахской народной традиции. Выявлены основные признаки, положенные в основу номинации единиц измерения.

Ключевые слова. Измерение, концепт, сказка, фольклор, народная культура.

В новом веке появилась необходимость изучения языка в теоретико-познавательном процессе. Этот процесс рассматривает язык и сознание человека как целостное, красноречие языка как плоды человеческого ума, как сложную ассоциативно-вербальную структуру, основывается на описании бытия как системы распространения и объединения мысли и духа. Окружающую истину, разные явления в этом мире человек принимает через органы чувств, воспринимает не только умом, но и дает ответ, по-своему преобразовывая информацию, осознанно или неосознанно стремится улучшить окружающий мир, перерабатывает ее, анализирует, оценивает, использует на практике, делает выводы, и как целостное представление этого создается

языковое описание действительности. И единицы измерения возникают соответственно казахскому познанию, традиции и рисунки окружающего мира измеряются через них. Изучение познавательных моделей измерительных слов базируется на рассмотрении языка в тесной связи с человеком и его миром. Здесь основные принципы познавательных моделей – это основы общественной практики, возможность описания, систематичность и креативность.

Единицы измерения являются неотъемлемой частью жизни человечества, и у них много возможностей для точного описания правды. Они являются показателями не только ума человека, но и его психологии, вкуса, требований и точки зрения. Тут можно заметить, насколько важна роль измерительных слов в передаче национального сознания. Языковые знаки не только представляют информационный источник о познании народом мира, но и дают представление об эстетическом вкусе, характере, о суеверии, традициях, национальном духе чрез родной язык и образуют языковой облик мира. В связи с этим явления материальной и духовной культуры одного народа в языке образуются как культурно-исторический языковой отпечаток. То есть «познание мира через язык» на языке нации носит разные характеристики, единицы измерения возникают в соответствии с познанием нации, а их точность говорит о величии познания народа. Мы убедились, что слова измерительного значения дают возможность познать естество каждого народа.

Богатым наследием казахского народа является устная народная литература. И часть этого наследия составляют сказки. В сказках содержатся целые традиции, принципы воспитания, которые из уста в уста передаются будущему поколению. В сказках можно встретить информацию об образе жизни, о грезах и мечтах, о вере в будущее и прошлой жизни, как народ преодолевал трудности. Сказки являются не только фантазией и воображением народа, они раскрывают нам бытовую жизнь, традиции, особенности веры народа в разные эпохи. Сказки составляют одну часть фольклора. Тематика их разнообразна. Сказки – это начало языкового искусства и традиционного мировоззрения казахского народа.

В давние времена на Востоке в качестве измерения длины брали за основу размеры частей человеческого тела. Эти единицы измерения называли *размах рук, пядь, горсть, толщина пальца*. Возникшие в народе, особенно в сельской местности, слова используются в бытовой повседневности нашего народа: «бие сауым»(промежуток времени между двумя дойками кобыл), «сүт пісірім»(время, равное на полчаса), «әрі-беріден сон»(наконец), «кас пен коздің арасында»(близко), «кадам»(шаг), «карга адым»(очень близкое расстояние), «батпан»(тяжелый), «пут»(пуд), «кадак»(фунт), «мыскал» (маленький) единицы измерения веса и расстояния. Надо учитывать то, что современные сантиметры, метры, километры тогда определялись примерно. Потому что части человеческого тела могут иметь большие различия, так как каждый человек имеет свое телосложение.

1. Измерения расстояния. Верста – мера длины. Распространена в Азии и Казахстане, а также в некоторых странах Востока. У казахов мера *верста* обозначала ту длину, докуда слышен голос человека. Сейчас *верста* составляет одну тысячу метров (1 км).

Укрюк – народное измерение. Обозначает меру длиной с укрюк, то есть 4–5 метров.

В *треногу* – длина между правой передней и задней левой ноги лошади. В *путы* – длина между передними ногами лошади.

Шаг – длина, измеряемая поступью человека; в строительстве, в спорте, в военных подготовках использовалась эта мера. Многие источники говорят, что один *шаг* равен 60–70 сантиметрам.

Аршин – мера в длину примерно на 90–100 сантиметров.

Кез – древнее измерение длины. С персидского языка означает длину локтя. Он равен 62 сантиметрам. Эта мера длины в разных странах в разные периоды по-разному измерялась, она может быть от 50 до 95 сантиметров. Измерение *кез* до введения системы *метр* была равно *аршину*, который применялся в России. В Средней Азии и Казахстане в основном использовался в торговой среде. Название «*кездеме*» возникло от этого же слова «*кез*». В Средней Азии были три вида единицы измерения «*кез*»: 1) Расстояние от кончика пальцев до середины груди или до плеча. На казахском его называют «сай кез»; 2) кез, измеряемый шириной пальца, то есть один кез равен 24 ширине пальца; 3) кез, измеряемый тутамом.

Суйем – мера длины, равная расстоянию между вытянутыми большим и указательным пальцами, примерно 18 см. *Карыс суйем* – мера длины, равная расстоянию между вытянутыми большим и средним пальцами. Примерно 20 см. *Сынык суйем* – мера длины, равная расстоянию от второго сустава указательного пальца до большого пальца. *Сынык суйем* – третья часть одного *суйема*, то есть 14 см.

Тутам – мера длины, равная ширине пяти пальцев. Примерно 8–9 см. Очень короткие вещи называли *один тутам*.

Ели – ширина пальца. Примерно 2–2,5 см. Казахский народ использовал *ели* для измерения ширины жира на ребрах лошади. *Тускилик жер* – лошадиной ездой, примерно 4–5 часов.

Саскелик жер – расстояние, которое можно проехать с раннего утра до девяти-десяти часов. Если расстояние двух аулов друг другу близко, то для хорошей лошади это *саскелик жер*.

Кундик жер составляет примерно 8–10 часов езды на лошадях. *Айлык жер* – расстояние, которое можно проехать за 28–30 дней. *Козыкош жер* – расстояние 14–15 верст, то есть проезжали до того места, куда могут добраться ягнята, потом делали остановку.

Кузди кошжер – расстояние 25–26 верст. *Орта кошжер* – расстояние 90 верст.

2. Измерения времени. *Кас пен коздин арасы* – народное измерение. Быстро, не моргнув глазом. *Кас-кагым* – примерно 0,7–1 секунд, *пока успеешь*

моргнуть. Пока молоко вскипятилось – народное измерение. Время, равное получасу. *Бие сауымдай уакыт* – промежуток времени между двумя дойками кобыл. *Саске (позднее утро)* – время, когда солнце уже встало. *Саске тус* (предобеденное время) – когда солнце наклонилось на 45 градусов, когда длина столба и ее тень стали равны. *Великий саске* – когда приближается полдень. *Полночь* – ночное время, 12 часов. *Середина ночи* – ночное время, 3 часа. *Вечер* – когда солнце уже село. *Тал тус* – когда солнце посередине неба. *Предрассветное утро* – время, когда светает. *К утру* – время, перед восходом солнца. *Заря* – время, когда всходит Венера. *Вороний шаг* – время, когда день удлиняется в январе, оно равно 36 минутам. *Косулий шаг* – промежуток времени когда жень удлиняется от начала января и до конца февраля, он равен 74 минутам.

3. Измерения веса. *Кадак* – мера веса, часто используемая в странах Востока. Встречается в странных записях. Похож на распространенный в Европе меру фунт. Равен 200 граммам. *Пуд* – мера веса, равный 16 килограммам. 1 пуд – 40 кадаков. *Батпан* – мера веса. В одном *батпане* есть 200-300 граммов. *Мыскал* – мера веса, равный 25 граммам (в одном *кадаке* есть 96 *мыскалов*). *Колтык* – это то, что человек может донести, сунув подмышки. *Щепотка* – то, что можно словить пятью пальцами. *Шымшым* – мера вметимости, когда очень маленькую вещь удерживают между большим и указательным пальцами. *Уыс(с ладонь)* – мера вместимости, когда вещь помещается в ладонь. *Кос уыс* – мера вместимости, когда вещь с размеру двух ладоней.

4. Измерения глубины. С помощью человека: *до пояса, до колен, до лодыжки*. Соотносимые с животными: *до колен лошади, до ушей лошади* и т.д. Также на казахском языке есть *с веревку, с копые, с укрюк, с рукоятки кнута, вороний шаг* и другие единицы измерения. В сказке «Алтын санаган аштан оледі» читаем: **«Сагат есімді үрерге иті, сыгарга биті жок, сінірі шыккан ку кедей болыпты. Аркасына аяздай баткан жокшылык уйыктаса да кыр сонынан калмаса керек. Түсінде де осы азаптан бас сауғалап кашып келе жатса, алдынан сакалы белуарына түскен аппак кудай кария шыгады.** – Озін жантайган кумайттын он жагына карай он кадам жүрсен, ескі жертоленін орны бар. Сол арадагы кираган ошактын астын сынык сүйемдей казан, Жүрегі алып – ушып атып турган Сагат уйыктаган жерінен онга карай он адым аттайды [1, 7]. Слова **«үрерге иті, сыгарга биті жок», «сінірі шыккан», «ку»** говорят о том, насколько сильно человек беден. В нашем языке есть также выражение «тапыр кедей». «Ку» – здесь не в значении хитрый, прожорливый, а в значении «неимущий». **Аркасына аяздай баткан** сочетание описывает трудности бедности. **Сакалы белуарына түскен, он кадам, сынык сүйемдей, он адым** – меры длины.

Возьмем как пример отрывки из сказки «Алтын мүйізді киік»: *улдырмерген жуз кулаш алмас семсер алды* [1; 117]. В сказке «Екі каз бен бір бака» встречаются следующие измерительные слова: «Екі каз *кулаштай* узын шыбык тауып келеді [1; 119]. «Алдардын шайтандарды алдауы» Аркалаган

бір кап жиһазы бар. ... **индей жердін** тікенінен сактасын. Буларды корсек, *кош қорім жерден* кашып жүреміз. [1; 194]. Если привести примеры из сказки «Бойы бір қарыс, сакалы қырық қарыс.» , то «Күніне **қырық бөшке** су ішеді, **қырық арба** кумалақ шығарады. **Қырық арба** пішен жейді. Оны жұрт « *бойы бір қарыс, сакалы қырық қарыс* » деп атайды екен [2; 5] и в сказке «Нан батыр» : Батыр жалт қараса, бойы бір *қарыс*, сакалы *жеті кез* аппак қудай шал кіріп келеді екен [3; 68].

В сказке «Жаксылық, Жамандық» через слова «*бір сүйем жер*» видим меру расстояния [8,15]. В сказке «Жарты тостік» :«... жеті *қулаш* ақ семсерді жазады... [3; 11]. Длина меча описана словом *қулаш*. *Қулаш* – мера, обозначающая длину. Означает расстояние вытянутых вдоль рук. Вспоминаем, что расстояние равно 165–175 см. В сказке «Керкула атты Кендебай» есть отрывок «алты айдын ішінде *алты кез* ат болып шығады». «*Аузымен күс тістеген*» ерен *жүйрік* болады...Колына *жүз батпан* шокпарын алған батыр Керкула [3,28] .

В сказке «Карлығаш пен дәуіт» есть меры времени, « Олар *козді ашып – жумғаниша* карлығаштын уясына жетеді»[2;12]. а при чтении сказки «Шымшық пен когершін» мы встретили меру времени «*тал тус*». *Тал тус* – когда солнце посередине неба. В сказке «Тотан батыр» есть пример обеденного времени: « *Сәске түстен* асканда кемпірдін қарасын кореді» [3; 57].

В сказке «Жеті онерпаз» «*Бір күндік жерден* жол кореді екен» [2; 31]. В сказке «Ақ тышқан мен нәресте» « Ақ тышқан әйелдін қасынан *бір сәтте* де айырылмапты»[2]. В сказке «Керкула атты Кендебай» *козді ашып – жумғаниша, айлық жер, тун ортасы, тан алдында* деген мезгіл олшемдері бар[3, 28]. В сказке «Тотан батыр» « Хандыгынын колемі жеті *айшылық жол* корінеді»[3; 57]. *Ат басындай алтын, кой басындай күміс* [3, 83].

Казахский народ в измерениях нередко использовал названия частей тела домашнего скота. Вес он измерял «с лошадь», «с барана», размер – величиной их голов. Если взять пример из сказки «Жарты тостік» ертегісінен мысал алсақ, Жарты Тостік дәудін қасына жақын келіп *ат басындай* шокпармен басынан бір қояды... [3; 11].

В древности для единиц измерения казахский народ использовал размеры частей человеческого тела.

В сегодняшнее время есть современные количественные единицы измерения времени, расстояния и весов. Использование в сказках таких единиц измерения, как *пядь, пун, тутам, сүйем, кез, сай кез, қулаш*, встречается редко. Но мы не должны забывать эти слова нашего языка. Если это богатое языковое наследие, которое нам оставили наши предки, мы будем использовать чаще в повседневной жизни, то статус нашего языка явно станет выше.

Литература:

1. Эжемнін ертегілері. Алматы, «Аруна » баспасы 2005.- 72 б.
2. Казак ертегілері. Алматы, « Балауса » 2000.- 227 б.
3. Казак ертегілері. Шымкент, 1998 .- 103 б.

А.С. Соина,
Севастопольский государственный университет,
г. Севастополь, Российская Федерация
anastasiasoina@gmail.com
(Научный руководитель – Кабанова Н.Е.,
ст. преподаватель)

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНЫЕ СВЯЗИ РОМАНА Г.К. ЧЕСТЕРТОНА «ШАР И КРЕСТ»

Аннотация. В статье анализируются интертекстуальные связи романа Г. К. Честертона «Шар и крест» в контексте эпохи постмодерна с учетом ризоматического мышления современного читателя. Особое внимание уделяется различным формам интертекстуальности в романе. Утверждается, что «Шар и крест» имеет разветвленную интертекстуальную структуру на разных уровнях.

Ключевые слова. Интертекстуальность, Честертон, «Шар и крест», цитата, аллюзия, топос, парафраза, травестия.

Творческое наследие Гилберта Кийта Честертона невероятно обширно: стихотворения, детективные рассказы, эссе, пьесы, религиозно-философские трактаты, романы. Актуальность темы данного исследования обусловлена современными интегративными процессами в поликультурном обществе.

Роман «Шар и крест» более чем неоднозначен. Литературоведы расходятся во мнениях о его жанровой принадлежности, причисляя его и к антиутопии, и к роману-диспуту, проводят параллели с традициями робинзонады и фантастического сатирического романа, сравнивают произведение Честертона с рядом шедевров мировой литературы, принадлежащих перу Г. Уэллса, Э. Золя, А. Франса, Дж. Байрона, П. Б. Шелли, О. Уайлда, М. Твена, Ш. Бодлера и Гете [3; 46].

Тематика «Шара и креста» разнообразна: тема веры и религии, тема любви, тема дружбы, но противостояние света и тьмы в романе подчеркивается особо. Согласно К. Г. Юнгу, человечеству предстоит осознать, что добро и зло, свет и тьма – части парадоксального целого. Юнг считал, что в трагедии «Фауст» Гете показал не только власть зла, но и его роль в духовном очищении человека [2; 116].

То же самое демонстрирует и Честертон: сознание обоих центральных персонажей романа, – и Макизна, и Тернбулла, – окончательно пробуждается после того, как они увидели во сне утопические миры, показанные Люцифером: *«Сны эти посланы адом. Чтобы поставить крест, нужен земной шар. Но в том-то и разница, что земля даже шаром быть не может. Ученые вечно твердят нам, что она – как апельсин, или как яйцо, или как сосиска. Они лепят из нее сотни нелепых тел. Джеймс, мы не вправе полагаться на то, что шар останется шаром, что разум останется разумным. Шар мира сего покосился набок, и только крест стоит прямо»* [4].

В ходе нашего исследования выявлено, что в произведении Г. К. Честертонa присутствуют следующие формы интертекстуальности: цитату, топос, аллюзию, парафразу, травестию.

Цитата способствует обогащению семантики текста): «...что движет солнце и светила, – само насилие» [4; 76] – полемическая перекличка с «Божественной комедией» Данте. Пример традиционного цитирования: «*Vae victis! Gоре, горе побежденным!*» [4].

Топос – готовая риторическая формула, стереотип метафорического высказывания, традиционность образов. Примером тематически-фабульного топоса в литературе служит образ Люцифера («Таинственный незнакомец» М. Твена, «Литания Сатане» Ш. Бодлера и «Негасимый огонь» Г. Уэллса, «Восстание ангелов» А. Франса). Отметим, что семантическое обогащение происходит вне зависимости от трактовки архетипа конкретным автором.

Аллюзиями насыщен весь текст, например: «*На верхней галерее, огибающей купол собора, отец Михаил обрел самого лучшего из людей, самого благородного и достойного любви, того, кто чище святых, величественнее героев – он обрел Пятницу*» [4] – «Робинзон Крузо» Д. Дефо.

Аллюзия более глубокого плана: «*Но ваш Ницше говорит, что убивать вообще хорошо. Питать людей нельзя, и если даже их питает церковник, надо схватить его за руку. Но ваш Толстой говорит, что никого никогда за руку хватать нельзя*» [4] – отсылка к различным философским воззрениям и их представителям.

Следующий фрагмент романа обретает подтекст уже в контексте эпохи постмодерна; во времена Честертонa приведенный отрывок, разумеется, аллюзией не был. А современному читателю эти слова напоминают фильм «Матрица»: «*Пока мы едем, я смотрю на улицы, на дома, на храмы. Сперва я удивлялся, почему всюду так пусто. Потом я понял: из-за нас. Мы – самые важные люди во всей стране, может быть – во всей Европе. Нынешняя цивилизация – сон. Мы с вами реальны*» [4]. Еще одна аллюзия скрыта в своеобразном донкихотстве главных героев.

Парафраза, в качестве которой можно рассматривать весь роман Честертонa, как бы иллюстрирующий тему Апокалипсиса в «Бесах» Ф. М. Достоевского (глава 9 «У Тихона», о «горячих», «холодных» и «теплых») [3]: «*Полный атеизм почтеннее светского равнодушия... Совершенный атеист стоит на предпоследней верхней ступени до совершеннейшей веры (там перешагнет ли ее, нет ли), а равнодушный никакой веры не имеет, кроме дурного страха [1] Тихон прочел, припоминая слово в слово: «И ангелу Лаодикийской церкви напиши: сие глаголет Аминь, свидетель верный и истинный, начало создания божия: знаю твои дела; ни холоден, ни горяч; о если б ты был холоден или горяч! Но поелику ты тепл, а не горяч и не холоден, то изблюю тебя из уст моих. Ибо ты говоришь: я богат, разбогател, и ни в чем не имею нужды; а не знаешь, что ты жалок, и беден, и ниц, и слеп, и наг...» [1] Вас поразило, что Агнец любит лучше холодного,*

чем только лишь теплого, — сказал он, — вы не хотите быть только теплым» [1].

В данном случае мы имеем дело с интерпретацией текста Достоевского, из чего можно сделать вывод, что в романе Честертон просматриваются элементы метанаррации.

Травестия – перенос героев в непривычную для них обстановку с целью создания комического эффекта. Последнее свойственно и другим романам Честертон («Человек, который был четвергом», «Жив-человек», «Перелетный кабак»), где эксцентричные герои в условной действительности попадают в абсурдные ситуации.

Применительно к роману «Шар и крест» можно говорить и о паратекстуальности – взаимодействии текста и заголовка: заголовок комментирует текст, а текст комментирует заголовок.

Заголовок символичен. Символика Честертон архетипична, понятна представителям разных культур: купол собора – шар – земной шар – человечество, крест – Церковь – Бог. Сумасшедший дом воплощает собой ад или, по меньшей мере, чистилище. В этом нам видится явная перекличка с Ф. Кафкой: врачи в этом сумасшедшем доме так же безумны, как их пациенты.

Как отмечает Н.В. Пращерук, в романе Честертон есть театральные черты: подробное описание действий героев, пейзажи-декорации, сценографическая композиция [3].

Этот аспект заслуживает внимания в том смысле, что сценографический и кинематографический потенциал произведения увеличивает его интертекстуальное значение. Известно, например, что Московский государственный историко-этнографический театр в 2012 г. поставил спектакль «Шар и крест».

Хотя роман Честертон и не относится к литературе постмодерна, которая характеризуется тем, что создает новые тексты на основе уже известных произведений, интертекстуальные связи прослеживаются в нем на разных уровнях.

Таким образом, «Шар и крест» – оригинальное произведение с разветвленной интертекстуальной структурой.

Литература:

1. Достоевский Ф. М. Бесы / Ф. М. Достоевский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://predanie.ru/lib/book/68774/> (дата обращения: 19.02.2015).
2. Збровська Н. В. Психологія і літературознавство: Посібник. – К.: «Академвидав», 2003. – 329 с.
3. Пращерук Н. В. Театрально-драматическое начало в романе Г. К. Честертон «Шар и Крест» / Н. В. Пращерук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/20328/1/dc3-2011-51.pdf> (дата обращения: 19.02.2015).
4. Честертон Г. К. Шар и крест. Пер.с англ. Н.Трауберг / Г. К. Честертон [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zavet.ru/b/chestsik> (дата обращения: 19.02.2015).

*Солохина М.С.,
Кабанов Д.С.,
Елецкий государственный университет
им.И.А.Бунина,
Институт истории и культуры,
г. Елец, Российская Федерация
marg-soloxina@mail.ru
(Научный руководитель – Седова О.В.,
канд. филол. наук, доцент)*

СИМВОЛИКА ЦВЕТА В ЛЕГЕНДАХ БЕРНСКОГО НАГОРЬЯ

Аннотация. Истоки символики цвета берут свое начало в глубокой древности. Легенды Бернского нагорья, возникшие много столетий назад, являются важным источником для изучения цветовой символики. Цвет в легендах Бернского нагорья играет концептуально важную роль

Ключевые слова. Цвет, цветовая гамма, символ, цветообраз, сказания Бернского нагорья, традиции, народная культура.

Цвет, обладающий символическим смыслом, играет важную роль в народной культуре. В нем проявляется ментальность народа, традиции и мышление, поэтому для каждой культуры характерно свое собственное толкование цвета и его связи с предметами физического и чувственного мира. Часто истоки символики цвета следует искать в глубоком прошлом.

Это явление можно проследить, изучая мифы, легенды и сказания народов. Часто в них можно увидеть яркую цветовую гамму, которая неслучайно присутствует в том или ином произведении народного творчества. Цвет всегда обладает символическим смыслом, который внимательному читателю будет, несомненно, понятен. Если рассматривать сказания из Бернского нагорья, то можно увидеть, что цвет играет в них концептуальную роль. О важности цветового компонента говорит факт вынесения его в названия легенд («Die weisse Gemse», «Die weisse Frau», «Wie der Blausee seine Farbe erhielt»).

Легенда «Как голубое озеро приобрело свой цвет» («Wie der Blausee seine Farbe erhielt») повествует о несчастной любви юной девушки. Ее возлюбленный сорвался со скалы, когда собирал сено в горах. С тех пор она каждую полночь приходила к озеру, где они вместе гуляли, постепенно теряя рассудок. Однажды на дне озера нашли затонувшее судно с несчастной. Именно с того времени озерная вода в Кандерталь, как гласит легенда, стала синего цвета. Люди говорили, что воды синие как глаза утонувшей девушки. Безусловно, здесь символика синего цвета перекликается с символической трактовкой этого цвета, характерной для романтизма. В связи с этим уместно упомянуть «голубой цветок» романтиков. Другая положительная грань этого цветообраза заключается в том, что синий – цвет неба и вечности. Цвет у многих народов был «символом божественной созидательной силы, вечной истины и бессмертия» [1; 29].

Но не всегда этот цветовой компонент выступает в положительном виде. Если обратиться к прошлому германо-скандинавских народов, то можно вспомнить, что до принятия христианства их главный, особо почитаемый бог Один (иногда германцы называли его Вотан) ассоциировался с синим цветом, так как он являлся людям в виде старца в синем плаще, тем самым проверяя, чтят ли они обычай гостеприимства. Один покровительствовал военному искусству, колдовству и магии. До христианизации германцы почитали сине-голубые тона как священные, подразумевая под ними Одина. Но после крещения ситуация в корне изменилась: новые религиозные установки диктовали иное отношение к этим цветам. Видимо, поэтому «в древних верованиях жителей северного побережья Германии голубой цвет вызывал далеко не положительные ассоциации. Считалось, если кто-то повстречает женщину в голубом фартуке, то с ним случится несчастье, а, если в доме оконные рамы покрашены в голубой цвет, то там живет ведьма. Вообще, вся нечисть, согласно немецким поверьям, появляется в голубом одеянии» [2; 28].

Следующая легенда, на которую хотелось бы обратить внимание, – «Die weiße Gemse» («Белая серна»). Согласно преданию, Каменный рог, торчащий из скалы, в народе называют рог Шнюдера (Schnyers Horn). Горцы рассказывают историю, что давным-давно в долине жил юноша. Он был бездельником, и единственным его желанием была охота на серн. Тогда, странствуя в горах, он заключил договор с дьяволом. С тех пор юноша стал знаменитым внушающим ужас охотником. Дьявол разрешил убивать ему всех серн, кроме белых, потому что они были его любимицы. Охотник купался в крови бедных животных, пил ее и с каждым убийством он становился все кровожаднее. Однажды он настолько увлекся, что хотел убить белую серну, но тут кара дьявола настигла его. Он схватил охотника и разбил о скалу. Через год и день после этого на горном роге нашли его винтовку.

Странным в этой истории кажется то, что любимица дьявола, именно белая серна, а не черная, к примеру. Белый цвет у большинства народов обозначает чистоту, невинность, мир, покой. В христианской традиции это цвет одежд святых и Иисуса Христа, белизна которых символизирует святость. Белый цвет – полная противоположность черному. Это соотносимо с оппозициями жизнь и смерть, добро и зло. Возможно, поэтому дьявол запретил убивать белых серн, потому что он знал, белый – цвет Бога, и их убийством сатана навлек бы на себя гнев и возмездие.

Третья история из Бернского нагорья от Германа Гартманна также связана с белым цветом – «Die weiße Frau» («Белая женщина»). «Белой женщиной» называли гору, вершина которой покрыта вечным снегом. Согласно легенде когда-то это место было цветущим лугом, где вели свое хозяйство слепая мать и сын. У них было прекрасное стадо и коровы давали несколько удоев в день. Повзрослев, сын стал грубым и невоспитанным, вступил в незаконную связь с девушкой, и грубил своей матери. Тогда материнский гнев обернулся проклятием: зеленый луг вместе со стадом и

непокорным сыном были погребены под горой с заснеженной вершиной. Считалось, что проклятие можно снять, если в страстную пятницу подоить коров до того, как взойдет солнце. Однако это еще никому не удалось и все, кто пробовал, становились жертвой жуткого чудовища.

Возникает закономерный вопрос: что это за слепая женщина, чьи проклятия обладали такой невероятной силой, что заставили поле превратиться в гору? Вероятно, она находилась в некоторой связи с древнегерманской богиней плодородия Нертой (также ее называли мать-земля). Обычно ее изображали едущей на повозке, запряженной коровами. Можно предположить, что слепая мать неблагодарного сына была провидицей и поклонялась матери-земле, поэтому в долине были обильные травы, и их стадо приносило хороший удой. Чтобы наказать юношу, Нерта вняла проклятию матери и накрыла луг горой, оставив при этом возможность освобождения. В данном случае наблюдается амбивалентность белого цвета, здесь он выступает как знак божественной кары, наказания.

Чтобы получше разобраться, с какого рода персонажем мы имеем дело, обратимся к другой швейцарской легенде, в которой говорится о белой женщине, появляющейся раз в сто лет над засыпанным землетрясением городом. Здесь она выступает как дух разрушенного города, жители которого могли как-то разгневать Нерту, и она в наказание засыпала их. В итоге, белый цвет – это не только цвет святости, чистоты, но и божественного наказания.

Таким образом, в сказаниях Бернского нагорья цвет играет большую смысловую роль. Ведь яркая цветовая гамма присутствует в том или ином произведении народного творчества не случайно. Это своеобразный символ, знак, отсылающий читателя в прошлое древнегерманских народов. Изучая мифы, легенды и сказания народов, замечаешь, что у каждого народа свое представление о цвете так же, как и ментальность и традиции.

Литература:

1. Седова О.В. Религии мира сквозь призму цвета: монография. – Елец: ЕГУ им. И.А. Бунина, 2011 – 120 с.
2. Седова О.В. Символика цветообозначений во фразеологизмах немецкого языка. Гуманитарное образование: история, традиции, перспективы: сборник научных трудов – Выпуск 1. – Елец: ЕГУ им. И. А. Бунина, 2012 – С. 27 – 29.
3. Hartmann H. Sagen aus dem Berner Oberland. – Interlaken: Schläfli Verlag, 1985. – 176 S.

Раздел III

Научные и прикладные аспекты истории и философии

СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЕ РАЗВИТИЕ КУБАНИ В ПЕРВЫЕ ПОСЛЕВОЕННЫЕ ГОДЫ

Аннотация. Статья посвящена важнейшей отрасли Кубани – сельскому хозяйству в период его начального развития в первые послевоенные годы. Процесс восстановления этой отрасли, был затруднен рядом факторов: нехваткой людей, техники, а также погодными условиями (засуха). На Кубань возлагалась большая ответственность – накормить не только население края, но и население всего РСФСР. С большим трудом кубанским тружениками это удалось сделать.

Ключевые слова. Колхозники, сев, политико-массовая работа, хлебозаготовки, план, урожайность.

Сразу после окончания войны, летом и осенью 1945 г., началось проведение важнейших мероприятий по переводу страны к мирному развитию. Отменялась сверхурочная работа, и восстанавливался 8-часовой рабочий день.

В отрасли сельского хозяйства набирали обороты колхозы. В МТС появились отремонтированные тракторы, комбайны, молотилки. Их явно не хватало на все колхозы, потому партийные собрания первичных парторганизаций проходили по боевому, принципиально подходили к каждому нарушению, мобилизуя коммунистов на быструю, слаженную работу. Имелись серьезные недостатки в организации труда колхозников и рабочих совхозов, занятия на прополке и междурядная обработка почв. Колхозниками и рабочими не устанавливались индивидуальные планы [1].

Весенний сев в крае проходил более организованно и с лучшими показателями, чем в 1944 г. К 1 мая план сева был выполнен 100,2%, сев яровых 90%, что составляло 1,328,4 тыс. га., а сев колосовых выполнен на 106,5%. Более успешному ходу сева яровых содействовала широкая развернутая политико-массовая работа среди трактористов МТС и колхозников. К 25 мая в 10 районах края полностью закончили сев яровых. В целом край закончил сев и посадку поздних овощных культур и табака в первой декаде июня 1945 г.

В этом же году колхозы края должны были убрать 1270000 га колосовых, 88300 га проса и 303400 га подсолнечника. Положение с уборкой было намного хуже, чем в предыдущем году из-за недостатка с/х машин. МТС и колхозы имели 2935 комбайнов, 6094 жаток, 800 сеялок, 4076 зерноочистительных машин. Колхозы края нуждались в увеличении техники для уборки [2].

Зерно вывозили и на автомашинах марок Форд, Шевроле и Студебекер, предоставленных еще по Ленд-лизу во время войны. Машины были хорошие, но они не выдерживали той нагрузки, которая приходилась на них во время уборки. Они часто выходили из строя, для их ремонта нужны были дорогие детали, которые государство не могло поставить [2; 76].

Во время уборки все же не все комбайны включались в работу из-за их неподготовленности к полям. Зерно, скопившееся на токах, вывозили на лошадях, из 752 машин стояли всего 302, из-за того, что не было аккумуляторов и запасных деталей. В связи с тем, что большая часть колосовых созрела вовремя, тягловый скот находился на уборке, и на него возлагались большие объемы вывоза зерна. В связи с неустойчивой погодой это все могло привести к потере хлеба на заготовительных пунктах [2;92].

Выполнение плана хлебозаготовки по отдельным группам районов совхозов таковы: север-восток края план хлебозаготовки составлял 24519 пудов или 46%, колхозы сдали государству 13112 тыс. пудов хлеба. Колхозы центральной и южной части края были близки к выполнению данного плана на 22%. Совхозы края план заготовки зерна выполнили на 92,5%, хотя в с/в части края план заготовки они не выполнили: вызревание кукурузы запоздало в связи с поздней весной [2; 95].

В текущем году колхозы Кубани из-за плохой погоды (засуха) получили малое количество сена, вследствие чего почти все они не были обеспечены кормом скоту на зимний период 1945–1946 гг.

За последние шесть довоенных лет в районах Краснодарского края посеы хлопчатника занимали в год в среднем 43 тыс. га., средняя урожайность за эти годы составляла 4,67 ц. с га. В отдельные годы урожайность была значительно высокой (1937 г. – 7,7 ц. с га. и 1939 г. 6 ц. с га.). После освобождения хлопковых районов от оккупации, Наркомтекстиль СССР, учитывая растущую потребность текстильных предприятий в хлопковолокне, принимало меры к восстановлению разрушенных в годы войны хлопковых заводов, до существующей до войны мощностей. В крае было решено в 1946–1947 гг. засеять площадь хлопком в наиболее высокоурожайных районах. По наличию семенного фонда возможность посева хлопка в Краснодарском крае в 1946 г. определяется до 10 тыс. га., в 1947 г. до 25 тыс. га [2; 128]. Земледелие Кубани нуждалось в наведении порядка в землепользовании колхозов и организации их территорий. Краснодарский край, благодаря богатству почвенно-климатических условий, имел все предпосылки к получению в два раза больших урожаев против фактически получаемых, но в результате бессистемного использования земель такой урожайности колхозы края не имели.

Литература:

1. Алешенко И.Б. Коммунисты Кубани в борьбе за новое передовое в сельском хозяйстве. Краснодар, 1961.
2. Центр документации новейшей истории Краснодарского края (ЦДНИКК). Ф.1774-А. Оп.2 Д.1592 (1945 с/х) Л.38.

А.М. Толеулиева, Н.А. Абишева, Г.Э.Темирболат,
Университет «КАЗГЮУ»,
г. Астана, Республика Казахстан
aiganym_toleulieva@mail.ru
(Научный руководитель – Умирзакова Л.А.,
канд. филос. наук, профессор)

«СЛОВА НАЗИДАНИЯ» АБАЯ КУНАНБАЕВА И ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ НРАВСТВЕННОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ КАЗАХСТАНА

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема соотношения духовных ценностей современной молодежи Казахстана и нравственных идеалов, представленных в «Словах назидания» Абая Кунанбаева. Отмечается, что проблема духовно-нравственного воспитания сохраняет постоянную значимость, изменяя свою содержательную и эмоциональную окраску в зависимости от специфики конкретной исторической эпохи.

Ключевые слова. Абай Кунанбаев, «Слова назидания», этика, нравственность, ценности, молодежь Казахстана.

На современном, сложном и динамическом этапе развития казахстанского общества чрезвычайно важно понять ценности, которыми руководствуются молодые люди и которые во многом определяют их представления о настоящем, их жизненные стратегии, планы и установки на будущее.

В процессе глобализации нравственные и духовные ценности размываются массовой культурой, а этические принципы перестают служить ориентирами в образовании и духовном воспитании молодежи. Глобализация влияет на культурную идентичность, этнокультурные традиции народов Казахстана, а соответственно и на духовно-нравственные аспекты развития.

Одним из негативных факторов воздействия процесса глобализации является оторванность казахстанской молодежи от родной почвы, вестернизация ценностей, преобладание потребительского сознания, культивирования материального богатства. И в связи с этим назрела необходимость в духовном возрождении, в познании своего исторического прошлого, в сохранении своей уникальной культуры, и, в конечном итоге, определения своего места в глобальной истории.

Насущной задачей является поиск достойных ответов на вопросы: кто мы? кем были? куда идем? Это заставляет обращаться к своему духовному наследию.

Освоение смысловых пластов культуры делает человека открытым к прошлому и будущему. Происходит как бы процесс взаимного обогащения смысла, который позволяет более широко взглянуть на исторический процесс, взглянуть на себя глазами другой эпохи, углубить собственный смысл наших сегодняшних деяний, понять ту историческую реальность, в которой живем сегодня. Смысловое богатство мира превращается во

внутренний опыт личности, обогащает духовную культуру современного общества.

В этой связи считаем, что обращение к творчеству казахского мыслителя Абая Кунанбаева сегодня имеет особую актуальность. Его духовный мир стал востребованным для культурного пространства общечеловеческой цивилизации. Внутренний гуманистический потенциал творческого наследия, замысел и недосказанность его знаменитых «Слов назидания» раскрываются, разворачиваются по-настоящему именно сейчас.

Философские взгляды Абая не могут рассматриваться только в рамках одной страны, одной культуры, одного народа [1; 143]. Абай вненационален, он вне времени. Его взгляды носят общемировой характер, еще более века назад он задумывался над такими идеалами как, просвещение, труд, духовное единство народа. Творчество Абая несет в себе синтез нескольких культур: традиционная национальная культура, русская и западноевропейская. С помощью этих культур мыслитель пытался понять мир в его единстве и многообразии.

Глубина истинного творчества Абая не была должным образом раскрыта ранее, в советский период. И именно сейчас глубокий анализ духовного наследия Абая необходим, когда появились возможности для беспристрастного, объективного рассмотрения многокрасочной палитры взглядов великого поэта.

В «Словах назидания» мыслитель писал: «Нужно учиться, чтобы узнать то, что знают другие народы, чтобы стать равными среди них, чтобы стать защитой и опорой для своего народа. Изучив язык и культуру других народов, человек становится равным среди них, не унижается ничемными просьбами» [2, 16]. Эти слова актуальны и для нынешних перемен, происходящих в мире и конкретно в казахстанском обществе. В этом призыве к единению с мировой культурой Абай выделяет главный принцип всечеловеческого общежития – жить и созидать, трудиться и учиться во благо всех людей, ибо самоизоляция, не обогащает духовную жизнь.

Широким кругам общественности он известен как поэт, мастер художественного слова. Но следует признать, что мировоззрение Абая, как и любого мыслителя исторического прошлого, никак не может быть подведено под заранее заданную схему.

Несмотря на то, что у Абая нет своей философской системы, специальных философских трудов, все его произведения пронизаны глубокими философскими размышлениями. Учитывая это, проблемы мировоззрения Абая заслуживают своего конкретного исследования и изучения.

Необходимо выделить отдельные аспекты в мировоззрении великого мыслителя, дать сущностную характеристику его мировоззрению в целом, ибо именно такой подход мог бы, во-первых, раскрыть действительное содержание философии Абая, во-вторых, предельно определить историческое значение. Чтобы верно понять философию Абая, мало просто констатировать

его идеи. Таких констатаций было предостаточно в нашей историко-философской литературе. Но они оказались не в состоянии внести что-либо существенное в познание общих закономерностей развития философской мысли человечества, в русле которой, собственно, и шел процесс становления передовой для своего времени философской мысли Абая [3; 321].

Нравственная проблематика, характерная для настоящего времени, обуславливает возрастающий интерес ко всем аспектам этических исследований, в том числе и к истории этических учений, позволяющих переосмыслить прошлое, чтобы лучше изучить настоящее и попытаться определить будущее.

Главный труд великого мыслителя – «Слова назидания» – мы решили рассмотреть с точки зрения философского аспекта, с позиции этики, чтобы показать, насколько она уникальна и своеобразна.

Весь духовный мир великого мыслителя, как кристалл мудрости, пронизан светом нравственного оптимизма. Он надеялся, что мир станет более счастливым, справедливым и милосердным, отвергнув тем самым страхи людей за свое будущее. Великодушие, правдивость и совесть, по его мнению, должны составлять сущность мира и человека. Абай видел, что для духовного обновления народа нужны коренные изменения в его сознании. Этого можно было добиться только путем пробуждения угасших национальных чувств, восстановления подлинно народных традиций.

Этика – центральная проблема философии Абая. В его сознании все было стянуто к единому центру – поиску нравственной целостности, который помог бы человеку преодолеть страх смерти, сомнения в осмыслении жизни. Ему по-настоящему важен и нужен человек, только его нравственное, духовное существо. Абай никогда не изрекал легковесных истин относительно науки, бытия, человека. У него больше вопросов, чем ответов. Он ставил под сомнение даже разум, указывая, что, если разум не беспределен, познать вселенную невозможно [4; 245]. Это и есть, говоря европейским языком, философия сомнения, скептицизм. Но Абай приходит к этому путем долгих размышлений и раздумий. Только разумный человек может определить границы разума.

В своих «Словах назидания» Абай предавал особое значение приобретению положительных нравственных качеств людьми и подчеркивал особую роль личной заинтересованности каждого отдельного индивида в достижении уровня «совершенного человека». Путь к ней лежит через знание, через нравственное и духовное совершенствование. У человека, рассуждает Абай, есть выбор: либо дорожи своим невежеством, реально его отстаивая, т.е. быть вместе с людьми без «света души», либо встать на путь могущества, обретения счастья через знания, науку. Только образование, считал Абай, впрочем, так же как и другие мыслители, может помочь избавиться от пороков, дурных привычек и обрести счастье.

Свой высший этический идеал, Абай выразил в нравственной формуле «Адам бол», – будь человеком!», «Адам деген данкым бар – Я горд тем, что я

человек!», – с которой он обращается, прежде всего, к молодежи. Выдвигая свой нравственный принцип «Адам бол»! Абай определяет нравственные цели воспитания и образования.

Высшая цель воспитания, по мнению Абая, сделать из ребенка труженика и патриота, а цель обучения – познание вселенной, приобретение знаний, получение образования и профессии. Главными средствами нравственного воспитания Абай считает труд и просвещение народа. У него нет почти ни одного произведения, ни в поэзии, ни в прозе, в котором не говорилось бы о знании труда в жизни человека. Абай воспевае труд как жизненную потребность человека и как основу его нравственности. Человек труда есть истинный носитель добродетели.

Обратимся к седьмому слову из «Слов назидания», где находим философско-моралистические раздумья мыслителя о плотских и духовных желаниях. Плотские желания, от которых человек не может быть свободным, основаны на биологических потребностях. Духовные желания – это желания познать, научиться развивать ум, мышление, накапливать и реализовывать нравственный потенциал, т.е. быть полноценным, подлинным человеком. По нашему мнению, причина того, что человек с годами все больше увлекается наслаждениями плоти, а не души, раскрывается в следующих абаевских строчках: «Мы приземляем наши души, перестали верить своему чувству, довольствуясь созерцанием, не вникая в сущность явлений. Оправдывались тем, что с другими, жившими подобными нам, не случилось ничего страшного. Но чем мы лучше животных, которые тоже видят мир, не понимают его? Мы тоже ничего не знаем, однако дорожим своим невежеством и рьяно отстаиваем свои права оставаться в невежестве». Если желания души преобладают над плотскими устремлениями, подчиняя их себе, тогда человек имеет право называться человеком» [3; 45].

В слове шестом Абай писал: «Качества духовные – вот что главное в человеческой жизни. Живая душа и отзывчивое сердце должны вести человека, тогда и труд его и достаток обретают смысл», то есть, несмотря на то, что для человека высшей ценностью является богатство, тем не менее, он не должен забывать о своем морально-этическом облике» [4; 62].

Читая и перечитывая «Слова назидания», с каждым разом все более убеждаешься в том, сколько еще не изведенного, не раскрытого таят в себе его бессмертные строки. Каждое поколение по-своему понимает Абая. У каждого поколения – свой Абай.

В рамках научного исследования был проведен социологический опрос. Были опрошены 50 респондентов разных национальностей, среди которых были 10 школьников, 10 начинающих сотрудников различных компаний и 30 студентов вузов Астаны. Было задано 11 вопросов по творчеству Абая, а в частности, по произведению «Слова назидания». Из общего количества опрошенных, 61% участников опроса прочитали данное произведение Абая на русском языке, 38% на казахском языке и 1% на другом. 48% респондентов ответили, что не понимают содержания произведения и 27% не до конца

понимают, оставшиеся 25% ответили, что поняли глубокий смысл данного произведения.

Примечательно, что 81% молодых людей познакомились с данным произведением в рамках учебной программы, 14% лично интересовались и 5% случайно наткнулись в интернете, в журналах, газетах и книжках. На вопрос, помнят ли они до сих пор содержание «Слов назидания» – 57% ответили «не особо», 23% – «нет» и лишь 20% – «да». Мы определили, что большая часть респондентов отдадут предпочтение западной литературе, предпочитая ее отечественной.

Казахская традиционная культура обладает огромным духовно-нравственным потенциалом. В ней воплощены образы-идеалы, веками служившие основой воспитания и просвещения казахов. Педагогический потенциал казахской традиционной культуры, наследование лучших духовно-нравственных ценностей и идеалов, воплощенных в различных видах народного и классического искусства, позволяет решать задачи воспитания и всестороннего развития личности. Основное предназначение современного воспитания и образования молодежи – это прививать любовь к труду, культуре, народу, Родине. Через возрождение народных традиций, обычаев формировать у молодежи принципы духовности, ориентировать их на усвоение общечеловеческих ценностей: мир, природу, красоту, гуманность. Это и есть основное предназначение современного воспитания и образования.

У каждого, по мысли Абая, есть возможность, отпущенная ему природой, но возможность эта может быть как потенциальной, так и актуальной. Большинство же людей не углубляются в суть вещей, их удовлетворяет внешнее их созерцание, они не реализуют данные им природой способности, оставаясь на стадии потенциальной возможности стать совершенным, нравственным человеком. Он считал, что гармония личности и общества может быть достигнута на основе всеобщей любви. Даже в определении совершенного человека главным условием является любовь – любви, словно братьев, людей всех на свете. Призывал людей к моральному совершенствованию. Абай утверждал, что человек по своей природе абсолютно чист и не порочен, а затем в процессе социализации воспитывает в себе любые качества – хорошие и дурные, что может зависеть от его желания и упорства. Человек обретает те качества, которые считает необходимыми для себя. Он обязан стремиться сохранить первоначальную чистоту и непорочность своей натуры.

Говорить об Абае, крупнейшей фигуре казахского Ренессанса, можно бесконечно, и не надо думать, что можно когда-либо подвести черту, уверив себя в том, что мы до конца познали его. Чем выше будет подниматься уровень сознания, тем более будут расширяться наши представления и понятия о нем, у каждого поколения будет свой Абай, свое понимание и осознание его величия. Поэтому, познавая Абая, мы познаем свой народ, постигаем его духовное богатство, его потенциал.

Анализируя последствия глобализации, отраженные на ценностях современной молодежи, отмечаем, что большинство из них испытывает «духовный кризис». В связи с этим, подчеркиваем важность в изучении мировоззрения Абая Кунанбаева, его представления о социально-этическом идеале человека в современном мире, путем введения в образовательный процесс средних школ, колледжей, высших учебных заведений отдельного курса «Абаеведение», как обязательного образовательного компонента.

Изучение наследия казахского просветителя, его нравственно-этической позиции становления личности показывает, что моральные нормы, осуждающие подлость, нечестность, распутство, безволие, лень, злобу, возвышающие любовь к труду, честность, национальное самосознание, упорное стремление постичь науку – высшие нравственные идеалы, которые не только не утратили своей актуальности в наше время, а приобрели новую силу значения и требуют самого пристального изучения, анализа и овладения ими.

Литература:

1. Есим Г. Хаким Абай. – Астана: Фолиант, 2012. – 384 с.
2. Есим Г. Философский трактат об Абае. – Алматы: «Қазақ университеті». – 76 с.
3. Сегизбаев О.А. История казахской философии: От первых архаичных представлений древних до философски развитых форм первой половины XX столетия: Учебник для вузов. – Алматы: Ғылым, 2001. – 456 с.
4. Кунанбаев А. «Книга слов» (Қара сөз). Пер. с каз. Р. Сейсенбаева. – Семипалатинск, 2001.

П.А. Шевченко,

Орловский государственный университет,

г. Орел, Российская Федерация

akamoto0258@gmail.com

(Научный руководитель – Санькова С.М.,

доктор ист. наук, доцент)

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ФИЛОСОФИИ И ЕЕ АКТУАЛЬНОСТЬ ДЛЯ ОБЫДЕННОГО СОЗНАНИЯ

Аннотация. В сознании среднестатистического человека философия в разные эпохи занимала различное место, но общая тенденция сводилась к элитарности этой дисциплины. Ей пришлось пройти долгий путь со дня своего рождения, чтобы, наконец, получить совершенно новый статус. В XXI веке любовь к мудрости, благодаря множеству факторов, стала доступна широкой аудитории и именно сейчас философия обретает практическую значимость для человека, помогая ему обрести себя, свой путь, свой смысл.

Ключевые слова. Философия, практическая значимость, история философии, современное состояние общества, поиск смысла.

Вопрос о месте философии в жизни человека стоял всегда. В античности философия заключала в себе все науки, она являлась

своеобразной копилкой знаний. Ученые мужи различных школ и направлений занимались всем: политикой, этикой, онтологией, космологией, математикой, геометрией, музыкой, литературой и так далее. Но что можно сказать о связи философии и обычного среднестатистического человека той эпохи?

О роли философии в жизни античной женщины мы знаем мало. Здесь можно упомянуть о диалоге Платона «Пир» в котором Сократ в одной из своих речей ссылается на разговор с некой женщиной-чужеземкой по имени Диотима [4; 111], но, согласитесь, таких частных примеров недостаточно, чтобы делать обобщающий вывод. В целом философия носила элитарный характер и была привилегией только граждан-мужчин. Мне думается, что афинские рабы и лаконские илоты вряд ли интересовались философией, скорее они боролись за выживание, но, тем не менее, философия была в почете у всех. Люди, не искушенные в вопросах происхождения мироздания, относились с почтением к мудрецам. Хотя история знает и обратные примеры, но мы говорим об общей тенденции.

В средние века место философии сводилось к роли «служанки богословия», но это было мнение не всех, многие философы ставили их на одну ступень. Науки стали понемногу выделяться от своей праматери и делать первые самостоятельные шаги, но теперь над ними возвышалась еще и религия. В эту эпоху для обычного человека философия была практически недосыгаема, в силу того, что, помимо тяжелых условий жизни крестьян и ремесленников, место мудрости и всего, что необходимо человеку, заняла вера. Таким образом, и в средневековье значение философии оценивается высоко, но круг ее посвященных вновь узок.

В Возрождении философия, казалось бы, начала набирать новую силу и значимость, религия начала уходить на второй план и благородные умы стали вспоминать опыт античности и выдвигать новые мысли касательно всех аспектов бытия. Но, помимо философии, развивалось и общество, и искусство, и науки, и религия (уступавшая свои позиции, но уже начинавшая преобразовываться). Философия теперь скорее входила в состав этих возвышающихся компонентов, нежели властвовала над ними. Мы до сих пор разбираем философию Леонардо, Микеланджело, Томаса Мора и так далее, хотя они сами и многие их потомки не считали их философами в полном смысле этого слова. Касательно большинства людей, они хоть и получили более широкий доступ к философии, нежели в средние века, но особого стремления к ней не выказывали, продолжая акцентировать свою мысль на обыденном знании. Философия вновь удел избранных.

Наступает Новое время. Лидирующее место, наконец, занимает наука. *Scientia potentia est*: знание – сила. Эта и другие фразы Фрэнсиса Бэкона лучше всего выражают в себе дух эпохи. Стремительное развитие технологий, множество научных открытий возвели научное знание на пьедестал человеческого ума. Философия сама по себе не теряется, а скорее, отбрасывает все, что не является подлинно ей. Философия начинает свой путь в поиске места. В сознании среднестатистического человека для нее

почти не остается пространства, появляется больше конкретики в направленности трудов разума. В таком качестве она существует в начале эпохи, после чего получает новый виток в лице Немецкой классической философии. Там она уже сильно отличается от своих предшествующих ипостасей. Кант придает философии новый статус, ориентируя ее на человека, придавая ей так сказать интроспективный характер [2].

К концу XIX в. запад переживает научный кризис. И вот тут появляется «философия жизни», уже акцентируя основные вопросы философии на жизни человека. Ницше говорит о сверхчеловеке, о кризисе христианской морали и морали в целом, о нигилизме [3]. Все это, в моем видении, предвещает поворотный момент в судьбе философии. Как раз на рубеже XX столетия – новой эпохи – все меняется. В конце нового времени философия продолжает быть элитарной, хотя «философия жизни» имеет большую популярность и побуждает людей прикоснуться к мудрости.

XX век – экзистенциализм. Ужасы мировых войн и огромные темпы прогресса, изменение жизни социума во всех проявлениях знаменуют новое восприятие философии. Экзистенциализм, на мой взгляд, отличает от философии жизни направленность на человеческое сознание и внутренний мир, а не на саму жизнь [1]. Мы усматриваем в этом моменты аксиологии римского стоицизма и, в частности, Эпиктета [5]. Нам принадлежат только наши мысли, все, что могут отнять, нам не принадлежит и не должно рассматриваться как большая ценность. Для нас это важно, потому что философия начинает возвращаться к своему главному, по нашему мнению, вопросу, вопросу смысла, вопросу «зачем?». На этом мы заканчиваем свой скупой исторический экскурс, чтобы перейти к главной теме этой статьи.

Суть актуальности философии для обывателя в наше время – это вопрос «зачем?». В XXI веке мы сталкиваемся с целым рядом проблем, такими как снижение критического мышления, чрезмерный плюрализм мнений, огромное обилие информации, множество новых культов и упадок духовности, формирование так называемого общества потребления. Нас то и дело подталкивают занять ту или иную вещь, или воспользоваться теми или иными услугами, нас кормят тоннами абсолютно всевозможной информации, которую организм, безразлично к ее качеству, пропускает, задерживая в себе остаточные данные. Исходя из всего этого, формируется клиповость мышления, снижается способность к анализу.

Если смотреть в ретроспективе на предыдущие эпохи, то в них мы находим какие-либо смыслы, общечеловеческие идеалы. В античности человек мечтал о благе, о том, что бы быть хорошим гражданином, в средние века – о «спасении», в Возрождение – прославиться, в новое время – дать толчок развитию человечества. Нас интересует не насколько каждый к этому стремился, а то, что подобные тенденции были на слуху и практически общеприняты. Сейчас даже идеи о богатстве и успехе, славе и увековечении своего имени прельщают далеко не всех, так как на деле мы видим огромную

массу людей, которые не хотят ничего и ни к чему не стремятся. Люди принимают решения и действуют, в сущности не зная зачем.

Смысл жизни – понятие абстрактное и индивидуальное, но, согласитесь, что «бессмысленные» действия, если рассматривать их со стороны, вызывают у нас мысли об абсурдности данных потуг. Человек не задумывается над банальным вопросом, к чему он делает определенные действия и зачем ему та или иная вещь.

Есть такой психологический тренинг. Много раз подряд задавать человеку вопросы «зачем?» и «для чего?». В результате таких вопросов рано или поздно неминуемо возникает тупик. Тренинг этот направлен не на достижение некоего смысла жизни или чего-то подобного, он лишь помогает человеку лучше разобраться в мотивациях и причинах собственных поступков и выстроить аксиологические приоритеты. В этом и заключается польза философии. Каждый грамотный философ немного циник и немного скептик, что позволяет точнее разбираться в тех или иных вещах, как в себе, так и во вне. Философия учит и сподвигает человека к мышлению, но главный аспект в том, что она не позволяет войти ему в фазу стагнации.

Польза упражнений в философии схожа с пользой от математики. Последняя, являясь предельно абстрактной наукой, отлично развивает аналитическое мышление, чем в общем-то и схожа с философией. А ведь, по мнению большинства ученых, именно способность абстрактного мышления и отличает «человека» от «животного».

Философия – любовь к мудрости. В наше время смешно говорить о таком чувстве относительно основной массы людей. Вся разница в том, что, хотя в античности не все были философы, но все уважали философию, а сейчас, большинство считают ее бесполезной софистикой и демагогией, не пытаясь вдуматься в ее суть. В этом, конечно, и вина многих философов, которые сделали свою дисциплину сложной, в связи с чем, она приобрела элитарный характер.

Так почему же мы постулируем, что любовь к мудрости так нужна нам именно сейчас? Философия приобретает сейчас новый статус для обывателя не только из-за множества социальных недугов и общественных коллизий. В наше время общественный быт в большинстве стран и городов устроен так, что до определенного возраста, как в прочем и потом, у большинства населения земного шара есть время для духовного роста и самосовершенствования. Это очень важная черта нашей эпохи.

Экзистенциализм хорошо показал, насколько важна личность человека для мира и для него самого, и насколько полезно бывает предаться рефлексии, а затем уже и анализу внешних факторов. Средневековый крестьянин, трудившейся от рассвета до заката и при том не только на себя, но и на феодала, не имел ни времени, ни образования для самопостижения. А сейчас, в век свободы и Интернета, такую возможность получил любой, абсолютно любой человек. Исключение могут составлять жители так

называемых стран третьего мира, но это не меняет принципиально общей картины современного мира.

Философия до этого была преимущественно элитарной дисциплиной. Теперь же у нее есть возможность стать общедоступной. Какая же в этом будет польза? К чему все эти мысли, не имеющие практической пользы? На самом деле именно практическая польза их безгранична. Мораль и нравственность, выбор жизненного пути, той или иной стороны – все это станет шире, качественно лучше. Платон писал, что истинным благом является знание, и мудрый человек не будет плохим, а дурак может причинить вред по глупости. Мы видим в этом большую надежду. Настала эпоха не идти за кем-то, а самому проложить себе путь. Естественно, необходимо, чтобы путь был выбран наиболее верно, осмысленно, нравственно. В этом и есть актуальность философии для нашего времени – проделать путь мысли человечества и проложить его дальше самому.

Литература:

- 1 Гайденок П.П. Экзистенциализм [электронный ресурс] // Новая философская энциклопедия в 4т. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Мысль, 2010. – Режим доступа: <http://iph.gas.ru/elib/3505.html> (дата обращения 11.03.2015).
- 2 Кузнецов В.Н. Немецкая классическая философия: Учебник. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Высшая школа, 2003.
- 3 Ницше Ф.В. Малое собрание сочинений. – М.: Азбука, 2010.
- 4 Платон. Пир // Платон. Собрание сочинений в 4 т. / Под общ. ред. А.Ф. Лосева, В.Ф. Асмуса, А.А. Тахо-Годи. Т. 2. – М.: Мысль, 1993.
- 5 Римские стоики: Сенека, Эпиктет, Марк Аврелий / вступ. ст. В.В. Сапов; сост. В.В. Сапов. – М.: Республика, 1995 .

Раздел IV

Научные и прикладные аспекты общественных и гуманитарных дисциплин в журналистике

Т.Д. Авдашкова,
Крымский федеральный университет
им.В.И.Вернадского,
г.Симферополь, Российская Федерация
T.Lade@yandex.ru
(Научный руководитель – Кондратская В. Л.,
канд. наук по соц. коммуникациям, доцент)

КУЛЬТУРА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С АУДИТОРИЕЙ В ДЕТСКОЙ ПЕРИОДИКЕ

Аннотация. В статье рассмотрены детские периодические издания в историческом контексте, а также проанализированы современные журналы. На основе полученной информации сформулированы основные принципы взаимодействия с детской аудиторией.
Ключевые слова. Целевая аудитория, дети, информационная культура, детская периодика.

Целевая аудитория – одно из ключевых понятий журналистики. От правильного выбора целевой аудитории, принципов работы с ней зависит успех любого издания. Но кроме коммерческой, идеологической выгоды со стороны работников медиа, стоит отметить важнейшую сторону корректной работы с аудиторией – морально-нравственную ответственность за воздействие на сознание и личность потребителя информации. Особенно остро этот вопрос стоит в случае ориентации на детскую аудиторию.

Детские издания стали распространяться с XVII века, и уже пятое столетие не теряют популярности, находя связь со своей аудиторией. Во все времена создатели таких изданий старались соответствовать детским запросам и при этом выполнять функции образования и воспитания. Газеты и журналы для детей делали профессиональные педагоги, писатели, литераторы и журналисты, главной задачей для них была идея просвещения юной аудитории.

Сегодня при создании детской периодики на первый план вышла коммерческая выгода, что повлекло за собой смещение акцентов с воспитания и образования на развлечение. Развлекательный характер изданий привлекает детей, однако зачастую может навредить им. Во-первых, это может сформировать привычку работать только с поверхностной, легкодоступной информацией, лишая ребенка интереса трудиться над получением знаний. Во-вторых, развлекательный контент нередко подменяет традиционные морально-этические и культурные ценности, нанося существенный вред при становлении детской личности.

Поскольку современные дети являются активными потребителями информации, работники медиа обязаны осознавать ответственность за то, что они преподносят своей аудитории. На сегодняшний день возникла необходимость определения культуры взаимодействия с детской аудиторией, в этом и заключается актуальность данного исследования.

Основная цель представленной работы в том, чтобы определить ключевые принципы культуры взаимодействия с аудиторией средств массовой информации для детей.

Задачами являются:

1. Рассмотрение принципов коммуникации периодических изданий с детской аудиторией в историческом контексте.
2. Изучение современных моделей взаимодействия на примерах детских образовательных и развлекательных изданий, доступных на рынке русскоязычной периодики.
3. Исследование трудов по педагогике, психологии и журналистике в рамках заданной темы.
4. Составление современных принципов культуры взаимодействия с детской аудиторией СМИ.

Новизна работы заключается в том, что при рассмотрении темы культуры взаимодействия журналиста с аудиторией мы касаемся ее узкого, малоизученного направления – современной культуры взаимодействия с детской аудиторией.

Данное исследование может быть применено при создании детских периодических изданий с целью повышения их качественного уровня, а также информационной безопасности при работе над информацией для детей, что позволяет говорить о практическом значении работы.

При написании статьи мы использовали такие научные методы, как контент-анализ, классификация, обобщение, сравнительный метод.

«Детское чтение для сердца и разума» издателя и журналиста Н.И. Новикова – пионер среди детских журналов России, он начал выходить в конце XVIII века. «Новый журнал предлагал читателям «моральные и нравоучительные пьесы», а также «пьесы из физики, натуральной истории, географии, и некоторых других наук». Основным принципом провозглашалось, если можно так выразиться, «учение с увлечением» [6, 14]. Таким образом, мы видим воспитательную и образовательную функцию, которую изначально заложили в журнал издатели. Эта функция очень важна как пример, который задал соответствующую тенденцию в создании детской периодики.

В XIX веке вопрос о том, нужны ли детские журналы, активно обсуждали в обществе, велись дискуссии, проводились встречи на эту тему, издавались статьи-размышления. Интересно, что было много противников этого вида периодики, но ответ на вопрос XIX века оказался утвердительным, и с тех пор все меньше людей сомневается в том, нужны ли детские журналы. Несмотря на разногласия, детская периодика XIX века развивалась: выходили журналы «Родник», «Детское чтение» и другие.

XX век был насыщен прекрасными идеями по части детского образования, достойным было и воплощение этих идей. На передовую вышли художники-иллюстраторы, детские писатели, педагоги – «все это было вызвано острым интересом взрослых к детству и направлено на понимание

сказочного, загадочного мира детей. Мастера культуры Серебряного века стремились понять специфику детского духовного мира, видя в нем идеал непосредственного чувственного восприятия, горячего соучастия в творчестве, то есть как раз тот принцип духовной жизни, что отстаивала эстетика новой культуры» [8]. Журналы XX века можно классифицировать на дореволюционные и советские. Дореволюционные – «Тропинка», «Золотое детство», «Маяк», советские – «Барaban», «Еж», «Чиж», «Затейник», «Юный натуралист», «Мурзилка».

Сегодня рынок детских журналов имеет широкий диапазон выбора. Существуют литературные, научно-популярные, игровые, исторические, юмористические журналы, а также журналы об искусстве, путешествиях, животных и природе. Некоторые из них рассчитаны на совсем юных читателей – от 2-3 лет. Среди изданий для самых маленьких – «Сказка на ночь», «Зайкина школа», «Волшебный театр», «Мишуткины уроки», они направлены на развитие мышления, логики, наблюдательности, речи. Для детей постарше – «Пuls природы», «Страна историй», «National Geographic. Юный путешественник», «В мире животных», «Твои веселые друзья зверята», «ГЕОленок», «Юная Галактика» и множество других. Прекрасно сформулирована миссия журнала «Страна историй»: «Этот журнал создан для тебя, чтобы ты узнал и развил в себе качества Настоящего Человека, – такого человека, каким задумал тебя Господь: сильным, смелым, добрым, думающим, заботливым, самостоятельным и знающим, откуда приходит помощь» [2].

Для аудитории от 7 лет появляются журналы с гендерными различиями. Для девочек – «Bratz», «WINX. Клуб крутых девчонок», «W.I.T.C.H. Твой стиль». Эти издания предлагают юным леди быть «модными от макушки до пяток» и демонстрируют идеалы красоты – кукол в коротких нарядах и с ярким макияжем. Анализируя контент данных журналов, мы наблюдаем появления феномена желтой прессы для детей. Журналы для девочек предлагают: сказочные романтические истории, остроумные сонники и гороскопы, сюрпризы от знаменитостей, тайны красоты и привлекательности, что очень похоже на содержание взрослых массовых изданий.

Журналов для мальчиков намного меньше, но они носят познавательный характер, например, «Мистер Самоделкин» (предлагает смастерить различные предметы – например, модели машин), «Юный техник» (рассказывает о физических явлениях и процессах). Есть также научно-популярные журналы «Галилео. Наука опытным путем», «Квантик» и другие.

Ознакомившись с историческим опытом и рассмотрев современные примеры детских изданий, можно сделать предварительный вывод, что возможностей для интеллектуального развития детей достаточно, однако родителям необходимо принимать активное участие в выборе периодики, исключая немногочисленные, но все же встречающиеся низкокачественные издания. На примерах рассмотренных изданий можно говорить о

существующей культуре взаимодействия с детской аудиторией, принципы которой мы сформулируем ниже.

Исследователь Е.В.Олешко пишет: «В настоящее время понятие информации связывают с понятием коммуникации (взаимосвязи субъектов) и социального управления. Ведь информация составляет ту часть знаний, которая используется отдельными людьми, социумом и обществом в целом для ориентирования, принятия решений, активного действия, управления, т.е. в целях сохранения, совершенствования и развития различных систем» [5; 92]. Это утверждение подкрепляет понимание того, что информация, полученная посредством средств массовой информации, во многом влияет на жизнь человека – его решения и поступки.

Информацию важно не только получить, но и воспринять: «именно восприятие больше всего связано с преобразованием информации, поступающей из внешней среды. В результате этого формируются психические образы, которыми в дальнейшем оперируют внимание, память, представление, воображение, мышление, эмоции» [4; 106]. Психологи утверждают, что «ребенок воспринимает мир в соответствии со сформированным в его сознании описанием, и эти описания и их интерпретации могут быть частично ошибочными» [4; 107].

Важной задачей средств массовой информации для детей является приобщение юной аудитории к глобальной информационной культуре, формирование правильных навыков работы с информацией. Поскольку термин «информационная культура» находится на стыке наук, то и определений существует множество. Рассмотрим некоторые из них:

Информационная культура – способность общества эффективно использовать информационные ресурсы и средства информационных коммуникаций и применять передовые достижения в области развития средств информатизации и информационных технологий [7]. Информационная культура – знания и навыки эффективного пользования информацией. Предполагает разностороннее умение поиска нужной информации и ее использования [3]. Таким образом, культура взаимодействия с детской аудиторией является важным этапом формирования информационной культуры личности. В современном мире знания и навыки эффективного пользования информацией чрезвычайно актуальны, так как постоянно возникает необходимость фильтровать и анализировать информационный поток, не поддаваясь негативному, а порой и пагубному влиянию информации, которую предоставляют СМИ.

Итак, в данной работе мы рассмотрели детские периодические издания в историческом контексте, а также ознакомились с современными журналами для детей. Для объективного восприятия информации, мы обратились к трудам психологов и исследователей медиа и воспользовались справочным материалом (словарями). На основе проведенного исследования, мы можем сформулировать современные принципы культуры взаимодействия с детской аудиторией:

1. Морально-нравственная ответственность работников прессы перед аудиторией.

2. Понимание особенностей восприятия информации детьми (психологический аспект).

3. Профессиональный подход при подготовке информации: как текстового, так и иллюстративного характера.

4. Налаженная обратная связь с юными читателями и их родителями.

5. Первостепенность функций образования и воспитания перед функцией развлечения.

6. «Учение с увлечением».

Эти принципы свидетельствуют о том, что издание периодики для детей является непростым занятием, и только профессионалы, чьи творческие и идеологические интересы стоят выше интересов коммерческих, могут справиться с задачей в полной мере.

Литература:

1. Библиотека детских журналов. URL: <http://detmagazin.ucoz.ru/> (дата обращения: 5.03.2015).

2. Журнал «Страна историй». URL: <http://stranaistoriy.com/> (дата обращения: 5.03.2015).

3. Кураков Л. П., Кураков В. Л. Экономика и право: словарь-справочник. – М.: Вуз и школа. 2004. URL: <http://dic.academic.ru/> (дата обращения: 5.03.2015).

4. Никольская И. М., Грановская Р. М. Психологическая защита у детей, СПб.: Речь, 2000. – 507 с.

5. Олешко Е. В. Журналистика и культура: модели взаимодействия и реализации. URL: <http://elar.ufru.ru/bitstream/10995/19020/1/iurp-2011-89-12.pdf> (дата обращения: 5.03.2015).

6. Порядина М. Е. Для сердца и разума. URL: <https://lib.lseptember.ru/2004/07/19.htm> (дата обращения: 5.03.2015).

7. Словарь бизнес-терминов. Академик.ру. 2001. URL: <http://dic.academic.ru/> (дата обращения: 5.03.2015).

8. Федченко С. Н. Журнал для детского чтения в представлениях литературной критики начала XX в. URL: http://www.nivestnik.ru/2001_3/7.shtml (дата обращения: 5.03.2015).

М.Ф. Агатова,
Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
Agatova94@mail.ru
(Научный руководитель – Васильева И.В.,
ст. преподаватель)

FORMAL AND SUBSTANTIAL FEATURES OF CULINARY SHOWS ON THE BRITISH TELEVISION

Abstract. As the title implies the article describes some culinary shows on the British television and their formal and substantial features.

Keywords. Television, culinary show, esthetics, recipe.

Today in society already there was a steady stereotype which by all means declares that "the successful person" has to be healthy, young and beautiful. For the modern person a body becomes that essential condition which in many respects defines professional, social and even personal success. Rapid development corporally focused social the practitioner (models of a body and beauty, a healthy lifestyle, healthy nutrition, hobby for physical culture) and a flow of various concepts of a body and a corporeality is available. The tasty and healthy food is one of means of achievement of success.

The part of formation of installations, and also their advances in spectator audience is assigned to modern culinary journalism here.

The number of culinary shows on the British television totals some tens. And outside air of gourmets of all large cities wait for numerous culinary courses, studios, regular or single the master – classes.

The work purpose – to reveal Formally – substantial features of culinary shows on the British television (on the example of the Live program tasty with Jamie' Oliver).

Object of the work is the "Live Tasty with Jamie' Oliver" program.

Subject of the work – it is formal – substantial features of the culinary shows "Live Tasty with Jamie' Oliver".

Material of the work are records of the culinary program "Live Tasty with Jamie' Oliver".

Television – an integral part of life practically each modern person. And though today the Internet actively competes with television, it continues to remain one of the main sources of information.

Naturally, the television has a great influence on people, and is not going to disappear yet.

The segment of informative and consumer programs is directed on aestheticization of appearance of the person and the space surrounding it. The esthetics ordinary is quite independent and significant element of culture of daily occurrence to which at the specialized (elite) level of culture correspond art

culture. At the ordinary level of culture people acquire necessary knowledge and skills not specially, and thanks to daily experience of interaction with the surrounding subject world, to communication with each other, master these or those elements of culture through available information means, the most popular in this case is the television.

Usefulness of information of transfers of this sort consists in an esthetic component. Everything that works for beauty, is demanded by the audience, especially youth, in not a smaller measure, than the transfers devoted to health. Style, fashion, fitness, plastic surgery – all this service information literally captivated screens. It is important to remember thus that all transfers such are directed generally on audience, but not on the specific hero or the heroine. Professionals of high level give advice and teach TV viewers to understand all areas of the industry. Aestheticizing world around, the person forms that cultural space which becomes daily occurrence. We will try to make the short review of the television production lighting this direction. The health subject comes out on top in popularity, perhaps. Always I enjoyed wide popularity at the viewer medical subject, subject of fight against various diseases and preservations of health.

Numerous culinary transfers pay attention to food as to the most important corporal practice. We will call a little: "The naked cook", "To live tasty with Jamie' Oliver ", "The house at the river", "The master the chief", "Infernal kitchen". By means of culinary shows the viewer can not only have a rest, but also broaden the horizons, increase culinary literacy, seize new techniques and technologies of cooking. Cooking is considered positive valuable installation. Such transfers too propagandize a healthy lifestyle, domesticity [1].

The culinary show "Infernal Kitchen" – one of the most popular and fascinating projects on foreign television airing about ten years. In this show the most talented culinary specialists of the country compete among themselves: as the beginning cooks, and honored professionals in the field of cookery. Thus "The infernal kitchen" is the real fight for a survival. One culinary talents a little – still ambitions and character are necessary. The chief judge of a TV show – the well-known English restaurateur Gordon James Ramsay who because of the explosive character and constants having pinned up adds a highlight to this project. According to Ramsay such manner of behavior is only a peculiar style: "Bezmogly rams!", "That it for slops?" The right hand of the cook Ramsay are Scott Libfrid and Marianne Salcedo. Michael Ray who received the chef's position at «Tatou» restaurant became the winner of the first season of show.

It is considered absolutely opposite television culinary show "The house at the river". Once the British journalist Hugh Firnli-Uittingstoll decided to change the life coolly: "I left the big city with its turmoil, a smog and "plastic" products, and I moved to a cozy lodge at the river, to live in harmony with the nature and to enjoy rural life." Nearly all city dwellers dream of such downshifting (except unless those who escaped to the city from the village only recently), and do units. But Hugh's feat would remain to nobody known, if not some seasons of the culinary shows accompanying its escape from the city and which followed it the

world success, turned "The house at the river" into a demanded and mega popular brand. "The house at the river" – culinary transfer in which the city dweller learns to grow up vegetables and fruit on own kitchen garden, breeds hens and pigs, hunts, fishes and learns other delights of rural life. At each series surely there are some recipes – Hugh constantly prepares from the products something simple and rather rural – but not they are the main highlight of transfer. In its role Hugh's "robinzonada", his rural works, communication with locals and return to sources acts. The concept of transfer was to the taste to the viewer – now "The house at the river" it not only some seasons of show, but also a series of books, restaurant, and a set of other projects and undertakings [2].

But we will move directly to main to you our work. This culinary show "Live Tasty with Jemmy Oliver". It is not a secret for anybody that the food plays not the last role in human life. It is said that the person is that he eats. Every new season on our television there is a significant amount of the various shows and transfers devoted to culinary subject. All of them are different. They also differ from each other in some special highlight. Such highlight is at transfer "To live tasty with Jamie' Oliver!" .

The year of establishment of the teleproject – 2002-2003. Duration – 20-25 minutes. On the British television there are many culinary programs, all of them are rather popular – because everyone has the unique highlight.

The host "To live tasty with Jamie' Oliver " – Jamie' Oliver. Feature of transfer is that Jamie doesn't invite star participants, and copes with all cooking itself, dramatizing unexpected appearance of guests, relatives, girlfriends.

Jamie' Oliver remarkably puts into practice the principles: it is cheerful, it shows what it is really simple to prepare and that in the next shop it is always possible to find something like that from what it is possible to create a small culinary masterpiece.

Numerous books, interview in magazines and large social events of Jamie Oliver actually promote public awareness of healthy food. So, the research of school food conducted by it in 2005 revealed the shocking results: teenagers daily consumed the admissible limits of a dose of fat and sugar overstepping everything. After Oliver's intervention, the government of the country allocated half a million pounds sterling for change of structure of school food [3]. "No doubt, it is one of the most complex and important tasks which I set throughout the career. But I am sure that I will manage at least "to seed grains" future changes thanks to which all nation will be able to become more healthy" – Oliver told [4]

In the "Live Tasty with Jamie Oliver" broadcast there is no the cook with the missing person gradually cutting vegetables.

In transfer all really, and the food turns out "house". Off-screen five cooks aren't necessary Jamie' really prepares everything itself. You see everything as it turns out actually, you become the witness of all process of cooking "completely".

In each transfer Jamie' Oliver sets before himself the different purposes. So, for example, once he made a lunch for the friends of graduates. Next time he is going to make a lunch for the girlfriends of models who can eat not everything but

only low-calorie food. All the time of shootings of the telecast passes easy, in the friendly atmosphere. During the program, the friend looks on Jamie' as though and he explains him all subtleties of preparation of this dish.

Besides, Jamie' traveled over the different countries from which collected the most interesting recipes with which it shares each transfer with the audience much. The even beginning culinary specialists and people who practically don't know how to cook, will be able to make something tasty, thanks to its helps.

Thanks to this transfer, it is possible to learn many new recipes which will help to please relatives with tasty dishes for every day.

So, in the course of writing of article we revealed that from year to year the increase entertainment programs and reduction of quantity of the educational remains. It is shown not only in increase in a share of the corresponding genres in television air. "Serious" – publicistic, information and even educational programs also are given an entertaining shape. The usefulness of information of transfers of this sort consists in an esthetic component.

Numerous culinary transfers pay attention to food as to the most important corporal practice. Cooking is considered positive valuable installation. Such transfers propagandize a healthy lifestyle, domesticity.

In their row the Live Tasty program with Jamie Oliver is especially allocated.

The credo of the program: efforts are minimum – the result is maximum.

Литература:

1. Журналистики сферы досуга: учеб. пособие / под общ.ред. Л.Р. Дускаевой, Н.С. Цветовой. – СПб. : Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. – 304 с.
2. <http://www.arborio.ru/dom-u-reki/>(дата обращения: 5.03.2015).
3. http://www.restoriga.com/ru/classic/articles/ALLRUBY/page/440-jamie_oliver_chef (дата обращения: 05.03.2015).
4. http://www.restoriga.com/ru/classic/articles/ALLRUBY/page/440-jamie_oliver_chef (дата обращения: 05.03.2015).

*А.Ю. Ахмадуллина,
Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
Ahmadullinaalex@mail.ru
(Научный руководитель – Васильева И.В.,
ст. преподаватель)*

ОЦЕНОЧНАЯ ЛЕКСИКА В ЗАРУБЕЖНЫХ ПЕЧАТНЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Аннотация. В статье представлен подробный разбор оценочной лексики, употребляемой в зарубежных средствах массовой информации, рассмотрены отрицательные и положительные коннотации оценочных единиц.

Ключевые слова. Лексика, оценочная лексика, журналистика, СМИ, язык, речь, средства, информация, газета, агрессия, общественное мнение, культура общения.

В начале XXI века средства массовой информации охватили 90% населения Земли. С помощью сети Интернета СМИ проникли в каждый компьютер и смартфон и, соответственно, стали играть первостепенную роль в формировании языка и распространении узкоспециализированных слов в обществе. Но помимо этого современные средства массовой информации оказывают активное воздействие на массовое сознание: они диктуют мнения и навязывают ценности. Как отмечают ученые, «в СМИ функция воздействия, убеждения начинает вытеснять остальные языковые функции, и средства массовой информации превращаются в средства массового воздействия» [1]. Именно поэтому вопрос регулирования общественного мнения с помощью СМИ приобретает особую важность.

Современные тенденции в культуре речевого общения делают особенно острой проблему языковой агрессии, проявляемой в обществе и в СМИ. Подробное изучение проявлений речевой агрессии в СМИ необходимо сейчас потому, что люди в своих представлениях о речевых эталонах во многом ориентируются на язык масс-медиа. Намерено или нет, с помощью СМИ обществу предлагаются негативные образцы речевого поведения. Агрессивность речи журналиста может исказить картину мира адресата, отрицательно воздействовать на его языковой вкус, спровоцировать ответную агрессию. В связи с этим одной из насущных задач, стоящих перед журналистами и лингвистами, которые должны быть популяризаторами экспрессивной, правильной, эстетичной речи, является формирование общественного отношения к феномену речевой агрессии.

Одним из самых распространенных в газетной речи средств выражения негативного отношения к кому-либо, чему-либо является лексика с оценочной семантикой. Носителями негативной оценки могут являться разнородные слова: нейтральные, экспрессивно окрашенные, стилистически сниженные, откровенно грубые. Одни из них сами по себе служат лишь

средством выражения оценки как таковой, а другие изначально содержат в себе заряд агрессивности, так как стоящее за ними содержание обидно или оскорбительно для объекта оценивания.

Важно уточнить, что эффект речевой агрессивности может возникать на базе как тех, так и других. Выражая свою оценку, автор текста, предназначенного для публикации, в первую очередь, должен подкрепить свои слова убедительной аргументацией, а во-вторых, знать и соблюдать меру в интенсивности этой оценки. Нарушение этих требований делает текст агрессивным даже в том случае, если журналист использует вполне литературные языковые средства.

Примером неоправданно резкого и недостаточно аргументированного оценочного высказывания может служить заголовок статьи в газете The New York Times: «Road Through Roman History Creates Colossal Headache», который буквально переводится как «Дорога по историческому центру Рима стала огромной головной болью» [2]. В самой статье журналист приводит мнения жителей Рима о запланированной мэром города постройке трехполосной магистрали на месте главной улицы исторического центра:

«The mayor's job is not to pass into history, but to work for his citizens,» said Luciano Canfora, a professor of classics at the University of Bari. «We already had Nero, that's more than enough.» Перевод: "Обязанность мэра – это работать с гражданами, а не вмешиваться в историю," – произнес Лучиано Канфора, профессор античной филологии в Университете Бари. "У нас уже был Нерон, этого более чем достаточно."

«He predicted the plan would "torture" other Romans with "catastrophic" traffic jams. Он предупреждает, что этот план (перестройки в магистраль) станет «пыткой» (издевательством, истязанием, мукой, изошренной пыткой) в виде «катастрофических» пробок для остальных римлян.

Безусловно, эти слова подкрепляют и аргументируют заголовок статьи. Но правильно ли с точки зрения этики журналиста выносить негативные мнения в заглавие? Журналист, в первую очередь, должен осознавать, что он фильтр информации, который пропускает через себя множество различных мнений, а на выходе формирует точку зрения общественности.

В данном случае журналист The New York Times поступил неэтично: он не дал позитивные мнения о строящейся магистрали, следовательно, читатель не увидел полную картину. А заголовок изначально запрограммировал адресата на негатив.

Современные СМИ используют оценочную лексику не только в политических, социальных или развлекательных статьях, но и в экономических. Ярким доказательством является журнал The Economist. Для примера я рассматриваю статью «The criminalisation of American business» [3] [Aug 30th 2014].

Начало у публикации такое: «WHO runs the world's most lucrative shakedown operation?». Перевод: «КТО управляет самыми выгодными

операциями по вымогательству?» (lucrative shakedown – прибыльное вымогательство, написано с пометкой «американский сленг»).

Самым оценочным суждением статьи является предложение «In many cases, the companies deserved some form of punishment: BNP Paribas disgustingly abetted genocide, American banks fleeced customers with toxic investments and BP despoiled the Gulf of Mexico.» Перевод: «Во многих случаях компании на самом деле заслуживали какого-то наказания: BNP Paribas были причастны к отвратительному подстреканию геноцида, американские банки выманивали (fleeced: оставить без денег; обчистить до последней копейки) деньги у клиентов, вкладывая в проблемные фонды (toxic – пагубный, разрушительный и только в плане финансов употребляется в отношении фондов, вкладов, задолженностей), а BP разорили Мексиканский залив (значения из словаря слова despoil – грабить; обирать; ограбить; обобрать; лишать (чего-либо); лишить; разорять)».

Помимо отрицательной оценочной лексики в СМИ иногда встречается и позитивная оценка. Она отличается от негативной тем, что применяется для сильного, неестественного преувеличения заслуг представителей власти, результатов какого-либо мероприятия и тому подобного.

Для более подробного рассмотрения этого лексического и информационного явления, я возьму в пример статью газеты The Washington Post «Sochi, a Russian city with Olympic hopes and dreams» [4] [By Andrea Sachs December 14, 2013].

Первая яркая положительная оценочная лексика встречается в предложении «The Russian host city of the 2014 Winter Games isn't undergoing a simple facelift; it's building an entirely new self, from head to toe to soul». Литературный перевод: «Город-столица Зимних Олимпийских игр не просто прошел реконструкцию (facelift 1. тут либо операция по омоложению лица 2. либо небольшая реконструкция, на это и делается упор), но был снова полностью отстроен (it is building entirely new self – стал чем-то абсолютно новым, журналист говорит о нем, как о личности, обрел нового себя) с головы до ног, даже изменилась суть города.(from head to toe to soul – дословно с головы до кончиков пальцев ног(до ног), до души)».

Но на этом журналист не останавливается, он продолжает восторженно-удивленно описывать Сочи: «Sochi, however, fogs the goggles. Rub them clean and you'll see palms and tropical fruit trees, tea plantations and a seaside promenade still lively in the off-season. Downtown, locals in light jackets relax at outdoor cafes on a mild November day, a social scene that's more South of France than southwest of Siberia». Перевод: «Однако Сочи пускает нам пыль в глаза. (Дословно: Сочи, однако, затуманивает нам изумленный взгляд\очки\телевизоры. Протрите их (глаза, очки) и вы увидите пальмы, тропические деревья, чайные плантации и набережную, оживленную даже вне сезона. В центре местные сидят в легких куртках в кафе под открытым воздухом в теплый ноябрьский день, сцена больше напоминает Юг Франции, чем Северо-Запад Сибири».

Резкое разграничение отрицательной и положительной оценок выражается не только в специальном отборе лексики и фразеологии, но и в постоянной закреплённости тех или иных эмоциональных окрасок за определёнными словами и оборотами. Так, яркую положительную экспрессию несут употребляемые в различных сочетаниях: эстафета, патриоты, дело (доблести, героизма; правое дело и т.д.), форум, братский, заветы, семья, вахта, слава, сыны (верные сыны народа), поступь, инициатива, и др.

Только в отрицательных контекстах встречаем такие слова, как происки, хунта, обуздание (обуздание сил империалистической агрессии), посягательства, подоплека, вояж, коммивояжер, откровения, визитер, потуги, верхушка, повадки, разгул, бесчинства, злодеяния, и др. В различии положительных и отрицательных окрасок заключается специфическая закономерность газетного языка. Многие из приведенных слов употребляются в значении особом, специальном, характерном именно только для газеты, что мы продемонстрировали на примерах статей, взятых из иностранных СМИ.

Литература:

1. Рабибурская Л. В. Язык современных СМИ. Средства речевой агрессии. – М.: Флинта, 2011.
2. Elisabetta Povoledo, The New York Times. July 31, 2013.
3. Jon Berceley, The Economist. Aug 30th, 2014.
4. Andrea Sachs The Washington Post. December 14, 2013.

А.В. Волошин,
*Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
Voloshin55@mail.ru
(Научный руководитель – Григоренко С.Г.,
канд. филол. наук, доцент)*

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ЯЗЫКА НАУКИ В СОВРЕМЕННЫХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ СМИ (на примере программы «Галилео»)

Аннотация. В статье рассматриваются примеры популяризации языка научных телепередач. На примере программы «Галилео» показаны специфические черты жанра санстейнмент, отмечены современные тенденции развлекательных передач: сниженная лексика, просторечия, слова-паразиты, неполнооформленность структур, междометия, нарушения порядка слов.

Ключевые слова. Популяризация науки, санстейнмент, «Галилео», жанр, СМИ.

Популяризация науки – есть не что иное, как перевод научных знаний на язык, доступный широкому кругу людей (читатели, зрители, слушатели). О

том, каким должен быть этот язык, исследователи спорят на протяжении многих лет. Дискуссии на эту тему привели к тому, что к середине 50-х годов XX века, в научной популяризации сложилось два основных метода: актуализм и фундаментализм.

В первом случае приоритет отдается ненаучности повествования. Материал должен быть интересен для каждого, актуален и, желательно, сенсационен. В подаче информации используется много средств художественной выразительности и литературных тропов. Зачастую делается акцент на занимательности контента (научно-популярные фильмы BBC, Discovery).

Фундаменталисты, напротив, выступают за то, чтобы научная информация в прессе освещалась подробно. Представители данного метода избегают вульгаризации науки, «понимая под этим не только искажение содержания знаний, но и трансформацию привычной логико-повествовательной формы» [6; 53]. Для фундаментализма характерно полное исключение занимательности (Academia на телеканале «Культура»).

Конечно, если вести речь о современном телевидении, следует заметить, что здесь пальму первенства держит актуальная форма распространения научных знаний, и связано это, прежде всего, с коммерческой составляющей телевизионного вещания. В огромном потоке информации, выплескивающейся на нас сегодня, каждый канал неустанно борется за своего зрителя, поэтому у научно-популярной передачи, кроме основной цели – рассказать аудитории сложные научные сведения простым языком, появится еще одна – привлечь ее внимание. Это главное требование «масскоммуникативкума», породившего ключевую фразу-доминанту медиатеки: «Оставайтесь с нами!» [5; 203].

Язык телепередач становится предметом филологического изучения. На эту тему написан ряд диссертационных работ: Бирюкова Е.О. Языковая личность в контексте языковой игры (на материале российских ток-шоу), Ларина Е.Г. Лигвопрагматические особенности ток-шоу как жанра телевизионного дискурса и др.

«Телевизионный дискурс как часть медиадискурса, включающего в себя наряду с телевидением также печатные СМИ, радио и интернет-коммуникации, на сегодняшний день является объектом междисциплинарного исследования. СМИ рассматривают с семиотических [Степанов Ю.С., Демьянков В.З.], когнитивных [Олянич А.В., Кубрякова Е.С., Цурикова Л.В.], психолингвистических [Леонтьев А.А., Петренко В.Ф.], культурологических [Артамонова Т.Г., Костикова А.А.] и других позиций» [1;3].

На современном телевидении можно увидеть ряд программ о сложных научных явлениях, представленных в развлекательной форме. Сформировался целый жанр под названием «санстейнмент» (от слов science – наука и entertainment – развлечение). Хотя, некоторые указывают на то, что это лишь разновидность такого явления как инфотейнмент (info –

информация, entertainment – развлечения), суть же остается одна – рассказать о сложных научных вещах не только простым языком, но еще и привнести в программу элемент развлекательности.

Яркий представитель этого жанра на рынке отечественных массовых коммуникаций – передача «Галилео», выходящая в эфир телеканала «СТС». «Наша познавательная-развлекательная программа – некая визуальная энциклопедия предметного мира, окружающего нас. Мы не рассказываем о науке как таковой, мы говорим, скорее, о ее практическом применении»[4], – отмечает художественный руководитель «Галилео» Ирина Кемарская. В программе демонстрируются, на первый взгляд, незамысловатые сюжеты, которые параллельно объясняют принципы достаточно сложных явлений природы. Так, например, в рубрике «Из виртуальности в реальность» корреспондент получил задание «найти такой же огненный шар, которым красный ниндзя смог поразить боса – бэдмена» (речь идет о персонажах компьютерной игры), параллельно был разъяснен принцип горения вещества, а также проведен наглядный опыт получения этилового эфира борной кислоты (эфир с самой низкой температурой плавления). В смешном сюжете о носках, в которые добавляют ионы серебра, зрителю рассказали о том, что такое нанотехнологии и какого размера наночастицы.

Особую роль в создании передачи играет ее ведущий – Александр Пушной. «Его принимают за веселого, развлекающего персонажа, сумасшедшего профессора или «отмороженного» дурачка, клоуна. Но это только образ, над которым Саша долго работал»[4]. Пушной работает в студии, делает подводку к сюжетам, а также ведет собственную рубрику под названием «Эксперименты».

Программа «Галилео» предназначена для широкой аудитории, вне зависимости от профессии или гендерной принадлежности. «Ее показывают в прайм-тайм, рассчитывая на то, что программу будет смотреть вся семья: папы, мамы, бабушки, дедушки, дети; поэтому готовят сюжеты, которые обязательно заинтересуют всех» [4].

В широком смысле, целевой адресат программы – это «простые люди» (неспециалисты в области науки). Не случайно для изложения материала ведущим выбран не просто разговорный стиль, а, скорее, имитация разговорного языка. В чем заключаются его основные признаки и почему мы говорим об его имитации, попробуем разобраться ниже.

Разговорный стиль характеризуется следующими признаками:

– Спонтанность. Разговорная речь не подготовлена. Как говорится, «что у трезвого на уме, то у пьяного на языке». В процессе общения люди излагают мысли в той последовательности, в какой они приходят им на ум. «Можно утверждать, что любой письменный текст (в том числе и текст, написанный малограмотным человеком, который в процессе письма обычно мучительно «подыскивает» подходящие слова и выражения) в этом плане принципиально отличается от нашей спонтанной разговорной речи – речи, обычно

протекающей без предварительного обдумывания ее формы, ее словесного воплощения» [2;136].

– Зависимость от ситуации общения.

– Линейное протекание. При написании текста мы всегда имеем возможность вернуться назад и произвести коррекцию, сказанного же не вернуть. Примером может служить выступление любого оратора (преподаватель, политик, ведущий, студент и т.д.) на публике или в прямом эфире. Готовил он речь всю ночь: писал, репетировал, вышел к аудитории, ошибся в словосочетании, и все – «слово не воробей...».

– Неполнооформленность структур. Это может быть как неполное (беглое) произношение слов, например: Сан Саныч (Александр Александрович), будете (будете), так и пропуск членов предложений (эллипсис).

– Нарушение порядка слов.

– Диалогичность. Как правило, разговорный язык возникает в результате общения между двумя и более оппонентами. «Всякий монолог, – отмечает Л.В. Щерба, – есть литературное произведение в зачатке». Однако исследователи также отмечают, что создание спонтанного, неподготовленного монолога по построению «приближается к диалогической цепи реплик, хотя эти реплики и принадлежат одному человеку» [3;290].

– Употребление слов-паразитов, повторов, просторечий, диалектизмов, разговорных форм. Указанные аспекты, как правило, возникают вследствие необходимости строить рассказ без подготовки.

– Невербальные средства общения (интонация, мимика, жесты и пр.).

В одной из серий [8 сезон, выпуск №059 (557) от 04.05.2010 г.], в рубрике «Эксперименты», ведущий рассказывает о принципе работы маятника Фуко. В руке Александра доска. Перед началом эксперимента он произносит следующий текст:

- Друзья, сегодня два вопроса я буду изучать, которые до сих пор меня мучают.

Здесь мы видим нарушение прямого порядка слов, характерного для неподготовленной разговорной речи. Далее он продолжает:

- Первый, что земля круглая – рас. (Бьет доской по глобусу, тот падает со стола). Извините! И второй вопрос, что земля вращается – два (стучит слегка доской по глобусу).

Если бы глобус не упал на пол, ведущему не пришлось извиняться, что соответствует признаку номер два – зависимость от ситуации. К тому же такая экспрессия, скорее всего, привлечет внимание зрителя, ведь это куда интересней, чем лектор, читающий свой материал с листа.

- Дело в том, что, чтобы понять, что земля круглая, нужно либо взять билет в космос – всего-то двадцать миллионов долларов заплатить и полететь, да – и убедиться, что она круглая, посмотрев на нее издалека, либо пешкодралом обойти ее всю вокруг (пальцами проходит по глобусу), только таким образом можно доказать себе, что земля круглая.

Речь ведущего стоит из «диалогической цепи реплик», характерной для разговорного стиля, к тому же Александр использует просторечное слово *пешкодралом*.

Описывая принцип действия маятника Фуко, модель которого находится в студии, Пушной говорит:

– *Друзья, в чем смысл?!.. Если мы возьмем... Вот этот обыкновенный песочек (плюет на палец, трогает песок), песочек, видите, песочек (нюхает) из-под котика. Вот здесь обыкновенный маятник. Маятник на обыкновенной веревочке. В конце маятника маленькое остриЕ, которое рисует по этому песочку то, как двигается маятник.*

В одном абзаце ведущий, во-первых, пытается выстроить импровизированный диалог со зрителем, во-вторых, перескакивает от одной мысли к другой, в-третьих, пытается шутить, указывая на то, что песок «из под котика», в-четвертых, неправильно произносит слово острие (остриЕ), причем делает это специально, имитируя орфоэпическую ошибку, характерную для разговорной речи.

Вот еще один пример из того же выпуска:

– *В 1851 году, в Париже, вот этот Фуко, а звали его Жан Б-бе Жан бббб...(кричаться)... Жан его звали. Вот... Он, короче говоря, таким же образом сделал длинную, длинную нитку.*

Вряд ли человек имеющий степень магистра по физике, а к тому же еще и, много лет проработавший на телевидении, не в состоянии выговорить такое несложное имя ученого как Жан Бернар. Кроме слов паразитов, вроде «короче говоря», в выпусках передачи можно встретить неполнооформленность языковых структур:

– *Аааа! Проблема! Все компьютеры в один день – бабах, ииии..взорвутся....*

А потом! Глобальное потепление. Щас как растает Антарктида, как зальет всех водой [14 сезон, выпуск № 15 (1030) от 03.03.2015 г.].

Практически всегда, для освещения той, или иной темы, на помощь ведущему приходят его актерские навыки:

– *...и мы запускаем, почему-то ракеты ближе к экватору – с Байконура, хотя это уже не наша территория, американцы (произносит с американским акцентом) запускают почему-то свои ракеты с мыса Канаверал (произносит с американским акцентом). [8 сезон, выпуск №059 (557) от 04.05.2010 г.].*

Из другого выпуска:

– *прыгает как ребенок, говорит плачущим голосом: "Ну, мама, ну, пожалуйста, ну, мааам...(останавливается, говорит обычным тоном). Люди однажды исследование сделали. Заставили вести взрослых себя также, как дети, как младенцы. И выяснилось, что даже хорошо физически подготовленный человек не может делать такое же количество движений, как ребенок. Вы попробуйте вот так вот: (прыгает) Ну, мама, ну,*

В двух следующих примерах используется то, что на языке юмористов называется «обманка». Смысл такой шутки заключается в том, что реципиент, услышав, или прочитав начало фразы, инстинктивно предполагает ее развитие, однако автор целенаправленно обманывает ожидания адресата, в результате чего и возникает комический эффект. Важно, чтобы конечная часть фразы оставалась связанной по смыслу с началом, иначе шутка может превратиться в бред.

– *Девиз нашего шоу, друзья: лучше один раз увидеть, чем ни разу.* [14 сезон, выпуск №14 (1029) от 28.02.2013 г.].

– *Продолжите последовательность. Внимание! Два, три четыре, пять, шесть, семь, восемь, девять, десять...Какие одиннадцать? Какие двенадцать? Что у нас начинается с двойки, заканчивается десяткой, а дальше? Ну?! Двойка, тройки,...десятка...Конечно! Валет, дама, король, туз (Из подводки к сюжету о карточных фокусах)*[14 сезон, выпуск №23 (1038) от 16.03.2015 г.].

Для привлечения внимания зрителя и достижения комического эффекта ведущий часто использует просторечные выражения:

– *(в руке держит картинку с изображением тираннозавра) Я понял. Я понял, почему эти тираннозавры вымерли, потому что смотрите: хвост, да, он себе нарастил, ляхоны себе нарастил, вон, хлебальник какой себе вырастил, а ручки вон, маленькие, маленькие. Видите, вообще ничтожные. Это ручки разве? Козявки две! У него, вон, колено зачесалось, и он почесать его не может и умер сразу из-за этого* [14 сезон, выпуск №21 (1036) от 12.03.2015 г.].

Выше мы уже отмечали тот факт, что зачастую Александр в своих монологах использует актерские приемы. Иногда он в одиночку разыгрывает сразу несколько персонажей, тем самым имитируя полилог:

– *(один в студии со стаканом сока в руке) Эээ, вы что будете пить? Морс, сок, компот? (другим голосом) Аааа, я, наверное, буду морс. Пожалуйста, вам морс? А вы сок! Да, пожалуйста, сок! А вы? А я компот! Пожалуйста, компот! Стоп! Кто-нибудь вообще понимает разницу между морсом, соком и компотом?* [14 сезон, выпуск №20 (1035) от 11.03.2015 г.].

Сегодня телевидение стремится захватить внимание зрителя любой ценой, установить с ним контакт, добиться того, чтобы он не переключил канал, что гораздо сложнее, чем удержать собеседника в живом разговоре. Конечно, вряд ли сами ученые станут смотреть программу «Галилео», но для простого зрителя Александр Пушной создает эффект своего парня, который говорит и мыслит на языке своей аудитории, более того постоянно шутит, ведет себя фривольно и умеет нескучно рассказать о достаточно сложных явлениях природы. В одной из программ он иронизирует на тему академической подачи материала:

– *(изображая занудного преподавателя) Таким образом, не трудно посчитать, длина волны когерентного излучения в данной лазерной указке равняется пятьсот тридцать два (зевает) нанометра. (смотрит по*

сторонам) Хе-хе! Все уснули. Настолько интересно я рассказывал про эту лазерную указку, что все уснули [10 сезон, выпуск №13 (682) от 04.02.2011г.].

«Возврат к единому естественному человеческому языку в массмедийных (массово-коммуникативных) текстах только кажущийся: они отнюдь не являются разновидностью разговорных, хотя векторной направленностью могут их имитировать» [5;180]. Этот возврат появился задолго до изобретения телевидения. Стилизацию разговорной речи можно увидеть во многих литературных произведениях, а также печатных СМИ. Я. Шафир писал о необходимости революции в языке, рассчитанном на массового читателя: «Рабочему и крестьянину необходим язык, близкий к разговорному языку. Последний отличается образностью, производственного характера сравнениями, простотой и ясностью. Наш газетный язык должен, таким образом, иметь уклон к разговорному языку масс» [5;182].

Итак, сделаем выводы. На современном телевидении превалирует актуальный метод распространения научных знаний. Целью научной популяризации становится не просто перевод знаний со специализированного языка на язык потребителя, но и удержание внимания телезрителя.

Речь ведущего программы «Галилео» представляет собой не просто имитацию разговорного языка, а даже, скорее, его разговорно-просторечного варианта, рассчитанного на не очень образованного зрителя с не очень высоким уровнем культуры.

Широко используется сниженная лексика, просторечия, слова-паразиты, неполнооформленность структур; употребляются междометия; нарушается порядок слов. Ведущий не только излагает факты, но и стремится развлечь зрителя, для чего прибегает к таким средствам, как юмор, ирония, актерская игра, яркие причудливые образы и пр.

На наш взгляд, главной причиной снижения лексики и культурного уровня в современных телепередачах является коммерческая составляющая масс-медиа. Если в советское время научно-популярные передачи имели исключительно просветительский характер, то сегодня производители телевизионного контента вынуждены бороться за аудиторию. Ведущий, вещающий с голубого экрана на всю страну, перестает быть неким эталоном ораторского мастерства и превращается в "своего парня", общающегося со зрителем на его языке. Это в лучшем случае. В худшем, он, наоборот, становится таким эталоном, и человек, который ранее не имел привычки употреблять в речи просторечия и сниженную лексику, под влиянием передачи может их повторять.

В итоге получается замкнутый круг. С одной стороны, язык ТВ становится отражением языковой культуры народа в целом, порой отражая ее в самых негативных проявлениях; с другой, формируется некий ложный речевой эталон, пропагандируемый СМИ. С одной стороны, программа «Галилео», действительно, помогает простому обывателю легко разобраться в

сложных явлениях физики, с другой, препятствует развитию его коммуникативных навыков.

Литература:

1. Бирюкова Е.О. Языковая личность в контексте языковой игры (на материале российских ток-шоу). Автореф. дис... канд. филол. наук. – Вологда. 2012.
2. Будагов Р.А. Что такое развитие и совершенствование языка? – М., 1977.
3. Горшков А.И. Русская стилистика. Стилистика текста и функциональная стилистика. – М: АСТ Астрель, 2006.
- 4.Кемарская И. Занимательно об умном // http://strf.ru/material.aspx?CatalogId=221&d_no=30271#.UpHaBFktGrc. (дата обращения: 14.03.2015).
5. Костомаров В.Г. Наш язык в действии. Очерки современной русской стилистики. – М.: Гардарики, 2005.
6. Лапина И.Ю. Научно-популярное телелидение: Драматургия мысли. – М.: Аспект-Пресс, 2007.

С.Р. Демидов,
Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
TurboSD@yandex.ru
(Научный руководитель – Григоренко С.Г.,
канд. филол.наук, доцент)

СПОРТИВНЫЙ КОММЕНТАТОР КАК ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ: ВЫБОР ИНДИВИДУАЛЬНО-РЕЧЕВОЙ СТРАТЕГИИ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности языковой личности спортивного комментатора. На материале работ журналистов Дмитрия Губерниева и Ильи Казакова показаны индивидуально-авторские проявления в речи: выбор коммуникативной стратегии, интонационные, лексические и грамматические особенности дискурса.

Ключевые слова. Языковая личность, языковая игра, дискурс, комментатор, индивидуальный стиль речи.

В современной лингвистике существуют различные подходы к пониманию языковой личности. Так, Ю.Н. Караулов отмечает: «Языковая личность – любой носитель того или иного языка, охарактеризованный на основе анализа произведенных им текстов с точки зрения использования в этих текстах системных средств данного языка для отражения видения им окружающей действительности и для достижения определенных целей в этом мире. Так же наименование комплексного способа описания языковой

способности индивида, соединяющего системное представление языка с функциональным анализом текстов» [4;3–4].

Наиболее привычным подходом в науке является изучение языковой личности автора художественного текста. Так, в статье С.Г. Григоренко показаны особенности языковой личности писателя М.А. Булгакова[1; 78–84]. Однако нам представляется актуальным изучение языковой личности и применительно к различным устным жанрам, в частности, к жанрам современного телевизионного дискурса.

Для каждого журналиста важно развиваться в своей профессии и находить свой индивидуальный стиль речи. Особенно это актуально для комментаторов. Спортивные трансляции в прямом эфире смотрят миллионы телезрителей. Комментатор должен не только помочь зрителю следить за развитиями событий в соревновании, но и рассказывать о тех или иных спортсменах, основных правилах транслируемого вида спорта. Одним словом, спортивному журналисту необходимо уметь работать с информацией. Однако в работе комментатора в наше время отличительной чертой является усиление авторского, публицистического начала. Ведь он по большей части не столько информирует, сколько осуществляет авторский анализ (причем мгновенный, ведь большинство спортивных трансляций идут в прямом эфире), подчеркивая, при этом, свою индивидуальность. Речь – это главный инструмент в работе спортивного комментатора, и этим инструментом он должен уметь грамотно распоряжаться. Не секрет, что спортивные соревнования очень эмоциональны по своему характеру, следовательно, в речь спортивного комментатора эмоциональна и экспрессивна.

Вариативность языка позволяет выразить и подчеркнуть оттенки оценок и эмоций, чтобы донести их и до зрителей. Это важный аспект в работе комментатора, ведь он, таким образом, решает свою прагматическую задачу – налаживание контакта со своим зрителем, некоего виртуального диалога «комментатор-зритель», с целью возникновения интереса и внимания к репортажу у последнего.

В этом случае одним из эффективных приемов в речи журналиста является языковая игра. Известный спортивный комментатор Роман Гутцайт в своей работе «Языковая игра в речи спортивного комментатора» подчеркивает: «Языковая игра применяется исходя из того, что спортивный комментатор находится в центре медиального события и его задача как медиатора реализовать информационно-коммуникативную функцию телевидения, осуществить сопровождение зрительных образов словесным наполнением в целях максимально полного отображения спортивного события»[2; 2–3].

Термин «языковая игра» был впервые применен австрийским филологом и философом Людвигом Витгенштейном («Философские исследования», 1953). В своей работе он рассматривал обычный язык как совокупность «языковых игр», подразумевающих множественность смыслов. Ученый описал систему конвенциональных правил, в которых участвует говорящий, в

нашем случае, спортивный комментатор. По сути, языковая игра – это обращение внимания при построении высказывания на саму форму речи с целью не просто сообщить какую-то информацию, а вызвать некое эстетическое чувство.

Языковую игру спортивного комментария можно разделить на два типа. Первый тип создается при преднамеренном использовании языковых средств, но без нарушения языковой нормы. Второй тип реализуется с помощью сознательного отступления от языковой нормы комментатором. Подробно эти два типа описал Гутцайт: «Если первый тип языковой игры способствует повышению экспрессивности речи, то при мотивированном отклонении от языковой нормы языковая игра может стать средством выражения чувств – отношений к предмету комментирования – иронии, порицания, похвалы и т.д. При этом используются диалекты, жаргонизмы, просторечия, авторские окказионализмы» [2;5–6]. Примером первого типа могут быть фразы, взятые из литературных произведений или кинофильмов (например, «Кто нам мешает, тот нам поможет», комментатор Юрий Розанов в этом случае использовал фразу из кинофильма «Кавказская пленница»). Что касается второго типа, где проявляется отступление от норм языка, то использование таких приемов, как просторечие или жаргонизм, нельзя отнести к часто используемым в языковой игре. Однако спортивные комментаторы осознанно их используют, смешивая с литературной нормой, для оживления и повышения экспрессии своего комментария. Чаще всего, как правило, применяется в этом случае жаргонная лексика, используемая в спортивном репортаже по отношению к жаргону, как правило, футбольного болельщика (например, фраза «Пустил бабочку», довольно распространенная среди спортивных комментаторов и футбольных болельщиков).

Языковая игра может заметно разнообразить любой спортивный репортаж, сделать его интереснее для зрителя, чтобы привлечь его внимание к просмотру того или иного события. Но здесь важно соблюдать меру, ведь при чрезмерном использовании приемов языковой игры речь спортивного комментатора становится избыточной, языковой прием воспринимается как самоцель и речь может потерять информационно-коммуникативный характер.

Работа спортивного комментатора является основополагающей в построении спортивного дискурса. Дискурс – речь, процесс языковой деятельности; способ говорения. Дискурс предполагает наличие двух противопоставленных ролей – говорящего и адресата. Спортивный дискурс происходит между участниками спортивного процесса или события, т.е. субъектами спорта [6].

Но каждый комментатор строит его по-разному, исходя из своего индивидуально-авторского стиля. Исходя из современных спортивных трансляций многих отечественных комментаторов, можно выделить несколько коммуникативных типов «языковой личности» спортивного комментатора[6]:

– **Комментатор-«репортер»**. В его речи коммуникативной доминантой является информирование зрителей о том, что происходит «здесь и сейчас». Авторы работы «Языковые особенности спортивного дискурса» поясняют этот тип «языковой личности»: «Комментатор-«репортер», как правило, сводит к минимуму сообщение о тех событиях или сведениях, которые не имеют прямого отношения к соответствующему спортивному состязанию, почти не выражает своего отношения к происходящему, только констатируя ход соревнования и разъясняя происходящее» [6;11–12]. Примером такого типа языковой личности, на наш взгляд, является комментатор телеканала Россия–2 Владимир Стогниенко: «Гол! Голкипер забил! Бывает же такое! Прибежал он в штрафную площадь в последней атаке, последовала подача с углового, и Палоп выпрыгивает выше всех защитников и забивает такой нужный гол» [8; 15.03.2007, 22:35].

– **Комментатор-«аналитик»**. Его отличительной чертой является упор на подробный разбор действий всех участников данного спортивного действия, на установление причин плохого/хорошего, по мнению комментатора, выступления спортсмена/команды, на прогнозирование развития соревновательной ситуации и т.д. При этом, если трансляция этого соревнования идет в прямом эфире, разбор проводится мгновенно, «по горячим следам». Считаем возможным отнести к указанному типу комментатора Илью Казакова: «Дзагоев очень хорошо потренировался. Так потренировался, что удары выше ворот и пас неточный» [9; 22.05.2011, 17:00].

– **Комментатор-«знарок»**. Его речь отличает обилие спортивных (иногда и телевизионных) терминов. Таким образом комментатор показывает, что он разбирается во всех деталях того вида спорта, о котором он рассказывает (например, Алексей Попов, комментатор автогонок, «российский голос Формулы–1»). Комментаторы данного типа тяготеют к нарративной стратегии речевого поведения. Они могут быть охарактеризованы как языковые личности с доминирующей объектно-аналитической стратегией. Например, Владимир Маслеченко: (Моноotonно, с раздражением) «Откровенный пас чужому... Безадресная передача... (раздражаясь еще сильнее) Отдай мяч ближнему!.. Да не надо давать мяч направо! Выйди, Краль, из ворот! Молодец: слушает подсказки» [10; 14.06.2000, 22:45].

– **Комментатор-«балагур»**. Для него главным является налаживание виртуального диалога со зрителем и общение с ним. При этом, у комментаторов такого типа на второй план может уйти основная составляющая этого общения – сам спортивный репортаж, его объективное освещение. Комментатор-«балагур» часто уделяет большую часть эфирного времени на рассказы о личной жизни участников спортивных соревнований, например, спортсменов и тренеров, их взаимоотношения, наконец, о своих пристрастиях, которые могут касаться не только спорта, но и музыки, искусства и так далее. Например, Дмитрий Губерниев: «Сейчас стреляет Магдалена Нойнер, она очень серьезно относится к своей винтовке,

ухаживает за ней, относится как к ребенку... ну... хорошо, что не как к мужчине, это был бы разговор для другой программы», «Ну а лучшего спортсмена месяца на следующей неделе вы будете выбирать вместе со мной, так как Алексей Попов очень занят, он слушает новый альбом Тимати, ну вы же понимаете...» [11; 20.01.2009,17:00].

– **Комментатор-«болеельщик».** Во время репортажа в прямом эфире он, как правило, не проявляет сдержанности, его оценки отличаются пристрастностью и предвзятостью, ему присуща речевая агрессия и черты конфликтного типа языковой личности. В таком случае, он становится, выражаясь «спортивным языком», «двенадцатым игроком» команды. Часто применяются такие речевые жанры, как критическое замечание, похвала, порицание, подсказка. В ходе репортажа комментатор дает советы игрокам и судьям, оспаривает их действия, при этом, не объясняя свою позицию объективными причинами. Например, Георгий Черданцев: «Пенальти! Пенальти! Ставь! Ставь пенальти! Не имеешь... права... ты так делать! Ты что же, издеваешься, что ли? Свинство, просто свинство!»[12; 21.06.2008, 22:45].

Остановимся на индивидуально-авторских особенностях речи спортивного комментатора. Для этого сравним речь двух журналистов: спортивных комментаторов телеканала «Россия-2» Дмитрия Губерниева и Ильи Казакова. Выбор комментаторов неслучаен: в эфире они являются практически полными противоположностями в плане индивидуального речевого стиля ведения репортажей. Это поможет нам ярче и многообразнее представить особенности работы каждого из журналистов.

Дмитрий Губерниев – спортивный комментатор. Профилирующие виды спорта – биатлон, академическая гребля, гребля на байдарках и каноэ, плавание. В речи Губерниева совмещаются сразу два типа «языковой личности»: «комментатор-знарок» и «комментатор-балагур».

Характеризуя «языковую личность» Дмитрия Губерниева как «комментатора-знарока», надо сказать, что он в деталях разбирается в том виде спорта, о котором рассказывает, и нацелен на то, чтобы поделиться своими наблюдениями и выводами с адресатом. Однако стоит отметить, что чаще всего в репортаже Губерниев-«балагур» преобладает над Губерниевым-«знароком». В своих комментариях Дмитрий Губерниев демонстрирует не только собственную компетенцию в биатлоне и лыжной гонке, но и блестящую языковую игру. В речи он использует самые разные способы выражения эмоций. Его комментарий изобилует интонационными показателями эмоциональности: резкое повышение или понижение тона, большое количество эмоционально-выделительных ударений, паузы, увеличение длительности звучания слов и так далее. К особенностям можно отнести и спонтанность его речи. Однако, это отличительная черта практически всех спортивных репортажей в прямом эфире. Речевая манера Дмитрия Губерниева отличается «живостью». Подтверждением этого является то, что в своих репортажах он использует большое количество

художественно-выразительных средств: метафор, сравнений, гипербол, олицетворений. Одних из ярких примеров его метафор: «Театр биатлона, спортсмены плетут красно-белые кружева». Эмоциональную окраску его работе придает большое количество эпитетов, например, «быстроногая, нереальный, фантастический, феноменальный, невероятный, ликующий, расчетливый, вялый» и так далее. Во время репортажей Дмитрий Губерниев часто использует парадоксальные сравнения и различные приемы языковой игры. Наиболее распространенными приемами в его работе являются:

– **каламбуры** («Я думаю, что сегодня в угадайку абсолютно никто не угадал!»);

– **гиперболизация** («Захенбахер показала всем Захенбахер») [13; 06.03.2013, 14:30];

– **фразеологизмы** («остается на плаву»);

– **ирония** («Но мы с вами понимаем, что биатлон – это не только лыжные гонки, но и стрельба, кхм, как выясняется!»);

– **риторические восклицания**, особо часто используемые им в решающие моменты соревнований («Давай, Максимка, Максимка! Полкорпуса впереди он, давай! Давай, Максимка! Он победил!») [14; 16.08.2008].

Таким образом, можно сказать, что такая индивидуальность языка Дмитрия Губерниева притягивает аудиторию благодаря различным метафорам, усилением голоса, интересным словесным оборотам и другим стилистическим приемам. При этом, они практически исключают нарушения норм русского языка. Это показывает высокий уровень подготовки комментатора к трансляциям.

Илья Казаков также спортивный комментатор. Профилирующий вид спорта – футбол. В отличие от своего коллеги Губерниева, Казакова стоит отнести к «комментаторам-аналитикам». Его речь достаточно спокойная, не изобилует эмоциями. В своей работе Казаков придерживается спокойной манеры ведения репортажа, повышая свой тембр только при очень опасном моменте (когда забивают мяч). При этом к каждой трансляции он подходит с огромным запасом информации, которую постепенно выдает в эфир. Казаков очень хороший аналитик, он может сразу разобрать «по горячим следам» интересный момент. Его речь довольно грамотная и выразительная, всегда соответствует литературным нормам. Казаков – не только комментатор, но и писатель. Он написал несколько книг о футболе. И свои репортажи он тоже ведет так, будто пишет новую книгу.

Но стоит отметить, что в его репортажах не хватает «живости», присущей большинству комментаторов. Практически отсутствуют проявления эмоций. Нет фразеологизмов и метафор. Возможно, из-за этого у него и отсутствуют так называемые «перлы», то есть, запоминающиеся фразы, не нарушающие норм русского языка. Большинство его фраз, которые запомнили телезрители, возникли в результате не совсем правильного

построения фразы со смысловой точки зрения. Как пример, можно рассмотреть эту фразу:

«Вратарь у словаков перспективный. Хотя и возрастной – 82 года...».

Здесь, во-первых, есть фактическая ошибка. Вратарю словаков не 82 года. Он 1982 года рождения. Это, конечно, и хотел сказать комментатор, но перепутал год и возраст. В результате получилась фактическая ошибка.

Однако и в его работе есть элементы языковой игры. Например, в его фразе «Снова Киллен на наших экранах. Была бы в конце его фамилии «р», а не «н», может, был бы более грозным нападающим»[15; 10.06.2011, 22:45]. Мы видим обыгрывание фамилии футболиста и попытку ее мотивировать (словом «киллер» в футболе могут подразумевать опасного игрока в нападении). Еще один пример: «Кацуранис весь мокрый, хоть выжимай...»[16; 09.09.2011, 22:30].

В основном языковой стиль речи в работе Ильи Казакова можно охарактеризовать как спокойный, с минимумом проявлений эмоций.

Подводя итог, можно сказать, что речь является важнейшим инструментом воздействия журналиста на публику. Языковая личность спортивного комментатора представляет собой сложное явление, формирующееся под влиянием как жанровых требований, так и индивидуально-авторских различий индивидуумов. У каждого ведущего своя коммуникативная стратегия: эмоциональная, аналитическая т. п., что во многом обусловлено личностными особенностями. Также очень важно совершенствовать свои коммуникативные умения, т. к. грамотная речь и хорошее знание языка позволяют комментатору быть более уверенным в своей работе.

Литература:

1. Григоренко С.Г. М.А. Булгаков как языковая личность / Язык профессионального общения и лингвистические исследования. Сборник статей международного научно-практического семинара. – Белгород: изд-во БелГУ, 2010. – С. 78-84.
2. Гутцайт Р.Л. Языковая игра в речи спортивного комментатора. Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ им. Ломоносова «Медиаскоп» (дата выхода: 20.12.2014).
3. Иванцова Е.В. О термине «языковая личность»: истоки, проблемы, перспективы использования. Вестник томского государственного университета, 2010, №4.- С.24-32.
4. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность, М.: Издательство ЛКИ, 2009.
5. Лавринова Н.Н. Культурологический аспект изучения теорий языковой личности. Электронное научное издание «Аналитика культурологи» (<http://www.analiculturolog.ru/journal/archive/item/129-cultural-aspect-of-language-learning-theories-of-personality.html>); (дата выхода: 12.02.2015).
6. «Языковые особенности спортивного дискурса» (на материале спортивного комментария); Электронная библиотека «Библиофонд» (<http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=561407>); (дата выхода: 23.12. 2014).
7. Портал «Спорт-эфир» sport-efir.ru (дата выхода: 4.03.2015).
8. Кубок Уефа 2006-2007, 1/8 финала, ответный матч, Шахтер-Севилья, телеканал Спорт, (15.03.2007, 22:35).

9. Кубок России по футболу 2010-2011, финал, ЦСКА – Алания, телеканал Россия-2 (22.05.2011, 17:00).
10. Чемпионат Европы-2000, матч группового турнира, Испания – Югославия, телекомпания НТВ-Плюс, (14.06.2000, 22:45).
11. Кубок Мира по биатлону 2008-2009, 6-й этап, телеканал Спорт, (20.01.2009,17:00).
12. Чемпионат Европы-2008, ¼ финала, Нидерланды – Россия, телекомпания НТВ-Плюс (21.06.2008, 22:45).
13. Кубок Мира по биатлону 2012-2013, 7-й этап, телеканалы Россия-2 и Спорт-1 (06.03.2013, 14:30).
14. Летние Олимпийские игры-2008, соревнования в гребле на каноэ у мужчин, финал, телеканал Спорт (16.08.2008).
15. Чемпионат Европы-2012, отборочный турнир, телеканал Россия-2 (10.06.2011, 22:45).
16. Чемпионат Европы-2012, отборочный турнир, телеканал Россия-2 (09.09.2011, 22:30).

Е.С. Ефременкова,

Югорский государственный университет,

г. Ханты-Мансийск Российская Федерация

efremenkova93@mail.ru

(Научный руководитель – М.М. Рябий,

канд. филол. наук, доцент)

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ ГОРОДСКИХ НОВОСТЕЙ (на примере программы «Новости» телевидения г. Ханты- Мансийска «Новая студия»)

Аннотация. Работа посвящена специфике деятельности новостной программы городского телеканала Ханты-Мансийска – столицы Югры. Краткий анализ позволяет автору публикации обнаружить «узкие» места в практике телевизионной информационной редакции и взглянуть на нее изнутри, поскольку автор материала сам трудится в творческом коллективе в качестве корреспондента и ведущего новостной программы.

Ключевые слова. Городские новости, телевидение, стендапы, региональная пресса.

Новости – главная программа на телевизионном городском канале, она является лицом того муниципалитета, о котором в программе идет речь.

В классификаторе программ дается следующее определение новостной программы: это регулярное сообщения о текущих событиях, состоящие из 8–14, иногда до 20 эпизодов (сюжетов).

Тематика новостей универсальна – от политики до погоды, и включают в себя все то, что имеет важное значение для универсальной аудитории. Однако негатив в новостной программе не должен вызывать у телезрителей ощущение безысходности.

Отбор новостей – важный вопрос политики телевизионной редакции. Повестку выпуска новостей должно объединять желание творческого коллектива охватить разнообразные сферы городской жизни. Журналистика в

регионах – вещь интересная и насыщенная. Она во многом отличается от журналистики центра. Это можно пояснить тем, что в центральных муниципалитетах России сложились определенные условия для ее развития, которые в свою очередь повлияли на качество телевизионной продукции и количество материалов в эфире.

Объем и жанровая палитра городских новостей составляют лишь часть их специфики, поэтому важно знать, когда и при каких условиях появилась на свет новостная программа.

Телевидение Ханты-Мансийска «Новая студия» – муниципальное учреждение. Редакция существует с 1998 года. Программы «Новой студии» выходят в эфир на телеканале СТС. С 2006 года в эфире появилась программа «Диалог», она позиционирует себя в жанре «телевизионного интервью». Ее действующими лицами в разное время становились представители власти, а также работники различных сфер городской деятельности – образования, коммунальной сферы и здравоохранения, культуры и спорта.

Для того чтобы определить повестку дня, тематическую и жанровую особенность городских новостей, мы посмотрели 25 новостных сюжетов. Их условно разделили на:

- 1) спортивные события;
- 2) работу правоохранительных органов;
- 3) акции, фестивали, праздники, культурные мероприятия;
- 4) административные мероприятия.

Обратим внимание на их особенности.

- Во всех выбранных для исследования сюжетах выдержан хронометраж. Он не превышает трех минут.
- Количество вставок (синхроны, лайфы, стендапы) – не менее трех в каждом сюжете.
- Мы заметили, что при работе над сюжетами корреспонденты редко используют опросы общественного мнения. Полагаем, напрасно. Ведь опрос – это важный инструмент исследования той или иной темы. Особенно, если она касается темы, не безразличной общественности.
- Кроме того, редакторы средств массовой информации очень часто спрашивают репортеров, есть ли у них результаты опросов, для того, чтобы расширить тему или подтвердить выводы, которые они делают в своих материалах.

Из 25 сюжетов, выбранных для анализа, стендапы есть только в трех. Считаем это минусом. Ведь появление журналиста в кадре – это не просто демонстрация себя. В стендапе репортер чаще всего сообщает наиболее важную информацию. Также журналист может объяснить зрителю, что произошло, и указать на место. Часто стендапы выполняют функцию композиционного элемента, с помощью которого в сюжете происходит переход от одной видеoinформации к другой, а финальные стендапы выполняют функцию некой подписи репортера под всем сказанным. Журналист говорит последние фразы, а потом называет себя. Таким образом,

телезритель может еще раз взглянуть на место, где снимался сюжет, посмотреть на человека, которого они слушали.

Нами были определены следующие специфические черты:

1. Ханты-Мансийск – это один из немногих городов, в которых действует сити-менеджмент. Проще говоря, это город с двумя главами – главой города и главой администрации. Поэтому, новости «Новой студии» содержат информационные материалы о деятельности обоих глав.

2. Маленький штат новостей. Редакция «Новой студии» небольшая. Это три постоянных корреспондента, два приходящих, три оператора, два монтажера и руководитель. У журналистов нет определенного направления работы, за ними не закреплены области. Эти журналисты – универсалы. Они могут снимать (и снимают) все и обо всем: и культуру, и политику, и социальную сферу, и спорт и т.д.

3. Журналисты не присутствуют на монтаже, от этого страдает качества материалов.

4. Хронометраж сюжетов почти всегда не превышает двух с половиной минут. Можно говорить о том, что журналисты загнаны в рамки.

5. Новости выходят в эфир не каждый день, а трижды в неделю (понедельник, среда, пятница). Выпуски повторяют на следующий день после эфира (вторник, четверг, суббота). Можно предположить, что иногда в эфир попадает уже не актуальный материал.

Блоки «Новости» телевидения «Новая студия» имеют тематическую направленность, определены приоритеты построения выпуска, принципы выбора наиболее интересных и актуальных материалов, острых тем в кадре и их обсуждения. Информационные, просветительские и тематические программы городского телевидения конкурентоспособны на медиа-рынке города.

Экономические условия в стране поставили региональную журналистику перед необходимостью менять методы работы и способы подачи информации, чтобы конкурировать должным образом с другими СМИ. Однако пока региональной прессе эти процессы даются напряженным трудом. И дело здесь даже не в слабой экономической и технической базе телекомпании, а в тех методах, которые пытаются осваивать журналисты в новостной деятельности.

Редакция находится в постоянном творческом поиске, применяя новейшие телевизионные разработки, связанные с эффективностью восприятия городских новостей «Новой студии».

*Г.Н. Илькаева,
Мордовский государственный университет
им. Н. П. Огарева,
г. Саранск, Российская Федерация
enik0793@mail.ru
(Научный руководитель – Ржанова С. А.,
доктор культурологии, доцент)*

РАСКРЫТИЕ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ГАЗЕТЕ «ЮЛДАШ»

Аннотация. Газета «Юлдаш» наравне с другими региональными изданиями большое внимание уделяет проблемам семьи и часто дает на своих страницах материалы о дружных семьях, которые могут быть примером.

Ключевые слова. «Юлдаш», ценности, взаимопомощь.

Общественно-политическая газета татар «Юлдаш» («Спутник») вот уже девять лет уверенно держит свои позиции среди всей периодики Республики Мордовия. Газета рассказывает о татарах, но делается не только для них. Материалы на русском языке одинаково привлекают внимание всех, кому хоть раз в руки попала газета. Разнообразные материалы не могут никого оставить равнодушными: молодежь, люди труда, события в татарской среде – все сферы старается охватить редакция газеты. Особое внимание журналисты издания уделяют теме семейных ценностей. Они не просто приводят в пример какую-то семью, они рассказывают конкретные случаи, показывают атмосферу и семейный уют, позволяя читателю побывать в гостях у новых для него людей.

Тема семейных ценностей раскрыта в таких материалах, как «Трегуловы выходят на поле вместе», «Необыкновенная судьба обыкновенных людей», «Женщина с русским именем и татарской душой» и «Фатиха Кучаева окружена заботой и вниманием».

Жанр материала «Необыкновенная судьба обыкновенных людей» (2013/№ 6 от 13.02.13) – житейский очерк. Заголовок отображает суть материала – сложный жизненный путь семьи Кариевых. Но трудности лишь объединяли семью все больше.

«На вопрос, тяжело ли было покинуть родную страну, Нюрия Алиевна с улыбкой ответила так: «Нет, ведь рядом со мной был любимый мужчина. Это счастье – быть с ним везде». В Душанбе началась жизнь с нуля: свой дом, который предстояло обустроить, подрастающая дочь, любящий и заботливый муж.»[1].

Прилагательные, использованные автором, помогают проникнуть в семейную атмосферу («любимый», «заботливый»).

«Трудолюбивые по своей натуре люди стали заниматься разведением домашних животных, разбили свой сад. Вскоре нашлась и работа: Нюрию Алиевну пригласили поработать поваром в колхозную столовую. Прекрасная

хозяйка, она радовала колхозников как русской, так и восточной кухней. Помогал ей на кухне сын Музаффар, который понимал, что маме непросто справляться с таким объемом работы и готовить для большого количества людей.» [1].

Мы видим отношения внутри семьи: им важна поддержка и помощь друг друга и они с радостью ее дарят:

«Непростая судьба не сломила этих трудолюбивых и целеустремленных людей. В чем их секрет? Что помогает противостоять трудностям, проблемам и непростым ситуациям, которые встречались часто на их жизненном пути? Ответ прост: любовь и уважение друг к другу. В семье Кариевых ощущается единство. Как у мушкетеров «Один за всех, и все – за одного» – так заканчивается материал, наталкивая на мысль, какой должна быть настоящая семья и что должно быть на первом месте у ее членов [1].

Очерковый материал «Трегуловы выходят на поле вместе» (2013/№ 29 от 24.07.13) раскрывает перед читателем ценности еще одной семьи. В повествовательной форме автор рассматривает историю создания собственного дела – дела семейного. В непростой век особенно нужна поддержка родных.

«Его поддержала вся семья: отец Тагир Хусяинович, жена Нурия Сягидовна и дети, Динара и Рифат. Жена помогла с покупкой и оформлением земель. Кстати, земли купили на малой родине, в деревне Идеево. Зимой же занялись покупкой трактора, косилки, прессы. С нетерпением ждали лета, чтобы с головой окунуться в новое дело. Идею поддержали все, и занимались заготовкой все. Пока отец семейства занимался косью, дети очищали скошенную траву от сорняков. Все вместе собирали мусор, вывозили его.» [2].

О том, что семья дружная и берется за любое дело вместе, мы видим в следующих фрагментах текста:

«Семейное дело – на первом плане» или

«Но одно точно – Трегуловы будут работать вместе» [2].

Жанр очерка выбран и в материале «Женщина с русским именем и татарской душой» (2013/№ 19 от 15.05.13). Повествование охватывает большой временной промежуток – от рождения героя до его жизни в данный момент. Женщина, рожденная в интернациональной семье, воспитывалась бабушкой-татаркой. Ее смешанное происхождение повлияло и на выбор имени:

«Когда у молодых родился первый ребенок, то они решили дать ему имя, которое можно было бы легко произносить людям другой национальности. Вмешалась бабушка и попросила выбрать имя, которое можно будет «перевести» на татарский язык. Так появилась Галина, Галия, Галя» [3].

Хорошим примером для героини очерка были ее родители: они показывали, какой должна быть настоящая семья, как муж и жена должны относиться друг к другу, несмотря на различия в религии.

«Удивительной была семья Солоковых: муж и жена тонко чувствовали друг друга и также деликатно относились к религии другого. Наглядны истории из жизни. Когда Саня Алиевна лежала после операции в больнице, у нее умерла мама. И тогда отец Галины Васильевны оказал посильную помощь в организации похорон, хотя ему мало знакомы были татарские традиции погребения. Или, например, когда женская половина дома постилась в месяц Рамадан, Василий Дмитриевич будил их на утреннюю трапезу (сяхяр ашарга), потому что сам всегда рано вставал» [3].

В семейной жизни очень важно принимать решения вместе, советоваться с супругом. Так и в семье Булгаковых:

«В 2007 году Зарифья Ганиевна Дулатова, будучи главой Тархановского сельского поселения, рекомендовала Галину Васильевну на свое место. Ей очень не хотелось уходить из школы, мучили сомнения. За советом обратилась к родителям, мужу. Решилась – и 3 июля вступила в новую должность» [3].

Рождение в смешанной семье дает Галине Васильевне преимущество – она с уважением и пониманием относится ко всем религиям и к жизненным выборам людей.

«– Мне кажется, что мое рождение в интернациональной семье дало мне хорошее качество: я уважаю все национальности и религии. Чистокровный татарин не заинтересуется той глубиной традиций и обрядов, которые были интересны мне. В моей семье все было ненавязчиво и никогда не было противопоставлений одной национальности другой. Все было переплетено, соединено воедино. По имени и отчеству я получаю русскую, с татарским мироощущением. Вот дети мои – Руслан и Зарина – татары. Но если Руслан, допустим, захочет жениться на девушке другой национальности, я не буду против его выбора, ведь главное – был бы человек хороший, – говорит Галина Васильевна» [3].

Присылают в редакцию свои материалы и читатели. В № 18 от 07.05.2014 опубликована зарисовка о молодой семье, присланная читательницей Лианой Петровой. «Назови меня по имени» – так называется ее материал о молодой семье, мамы супругов в которой татарочки, а отцы – русские. Но автор подчеркивает, что эти семьи очень богаты духовно:

«Семья интернациональная получилась: говорим на двух языках, музыку разную слушаем – и русскую, и татарскую. Праздники тоже различные отмечаем. Муж сначала противился тому, что я детей татарскому языку учу, потом сдался. Теперь и сам по-татарски понимает, – смеется Расима, – я научила» [4].

Однако, несмотря на это, та же Расима говорит о важности сохранения своей национальности в семье:

«– Я всегда мечтала для своей дочери лучшего, – качая головой, погрузилась в свои воспоминания Расима Сабировна. – Вспоминаю то, что мне пришлось выслушать от отца, когда я сказала о том, что выхожу замуж за русского. Как я страдала из-за своей иноверной любви, из-за того, что я отныне отдаляюсь от своей семьи. Тем не менее я не могла предать свои чувства, предать чувства Саши – моего мужа. Я жалела только о том, что он не татарин, – откровенно делилась с нами Расима – мама Марины. – Сложно было и тогда, когда Марина родилась. Ругались день и ночь – как поступать с ней будем: крестить или муллу звать – никто не хотел уступить. Когда поняли, что противостояние вполне может закончиться разводом, Саша не стал давить, просто сказал: «Пусть растет, а вырастет – сама решит». Так и случилось. В четырнадцать лет, получив паспорт, объявила, что хочет мамину цепочку с полумесяцем носить. Никто уже не противился» [4].

Мама молодой девушки поднимает проблему выбора ребенком, рожденного в интернациональной семье, религии и никому не желает испытать таких сложностей. Но в то же время мудрая женщина приняла верное решение, сохраняя семью. Ей были дороги чувства мужа и за его уступку «я его еще больше <...> полюбила и не жалела больше о своем выборе».

Литература:

1. Газета «Юлдаш», «Необыкновенная судьба обыкновенных людей», № 6 от 13.02.13.
2. Газета «Юлдаш», «Треуголы выходят на поле вместе», №29 от 24.07.13.
3. Газета «Юлдаш», «Женщина с русским именем и татарской душой», № 19 от 15.05.13.
4. Газета «Юлдаш», «Назови меня по имени», № 18 от 07.05.2014.

Е.В. Какурина,
Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
elenalongarf@gmail.com
(Научный руководитель – Григоренко С.Г.,
канд.филол.наук, доцент)

СУБЪЕКТИВНАЯ МОДАЛЬНОСТЬ В РЕЧИ ТЕЛЕВЕДУЩЕГО (на примере новостных жанров)

Аннотация. На материале новостных репортажей представлен анализ лексических и грамматических средств выражения модально-оценочного значения. Автор статьи исследует роль субъективной модальности как основного элемента и способа выражения своего мнения в новостях.

Ключевые слова. Новость, модальность, объективная модальность, субъективная модальность, ирония, вводные слова, модальные слова, частицы, междометия, инверсия, фразеологизмы, книжные слова, разговорная лексика, субъективная оценка, уменьшительно-ласкательные суффиксы, модальные слова.

В свое время известный теоретик журналистики С.М. Гуревич дал определение новости: «Новость – это то, что неизвестно всем или подавляющему большинству читателей. Новое – это неизвестное об уже известном. Поясим это примером. Более века тому назад один из немецких медиков открыл замечательные лечебные свойства аспирина, ставшего с тех пор распространенным лекарством при простуде, гриппе и других инфекционных заболеваниях. Пресса поспешила сообщить широкой аудитории эту весьма актуальную новость. Однако, лишь недавно была открыта неизвестная прежде способность аспирина, предотвращать свертываемость крови человека и образование в ней тромбов, являющихся причиной многих инфарктов и инсультов. Журналисты не замедлили, конечно, сообщить читателям в своих заметках эту новость, актуальную для многих информацию об известном всем лекарстве. Для многих читателей, страдающих сердечным заболеванием, она стала сенсационной новостью» [1; 7].

Однако если в случае с аспирином актуальность новости понятна, то в реальности все гораздо сложнее, особенно с применением и ролью модальности в сообщаемых новостях. Поскольку большая часть новостей ориентирована на политику и социальные проблемы, корреспонденту в своей повседневной практике приходится активно использовать субъективную модальность, о которой и пойдет речь в данной статье.

Модальность – это функционально-семантическая категория, выражающая отношение высказывания к действительности, а также отношение говорящего к высказываемому [3; 75].

Известный лингвист и исследователь теории модальности Ш. Балли ввел понятие модус, который состоит из модального глагола (например, думать, радоваться, желать) и модального субъекта. Ученый также считал, что модальность в речи, равно, как и сама мысль, появляется в процессе высказывания автора речи, и всегда очень категорично говорил, что «нельзя придавать значение предложению высказыванию, если в нем не обнаружено какое-либо выражение субъективной модальности» [4; 84].

В лингвистике различают **объективную** и **субъективную** модальность. **Объективная модальность** выражает отношение сообщаемого к действительности в плане реальности или ирреальности. Главным средством выражения объективной модальности является **категория наклонения глагола**, которая выражает отношение действия или состояния, к действительности [2; 6]. **Субъективная модальность** выражает отношение говорящего (в нашем случае автора новости) к высказываемому. Субъективная модальность является факультативным признаком

высказывания, реализуется с помощью **интонации, модальных слов**, а также **частиц и междометий** [2; 3].

В субъективной модальности средствами выражения могут быть также: **нарушение прямого порядка слов, ирония, вводные слова, уменьшительно ласкательные суффиксы, слова с субъективной оценкой, разговорная лексика, книжные слова, фразеологизмы, интонация и др.**

Продемонстрируем вышесказанное на примерах, взятых из новостных репортажей программы «Сегодня» телеканала НТВ.

Новостной репортаж «Мафия нищих: кто и как зарабатывает на людском сострадании» от 29.03.2015 г.: *«У каждой попрошайки своя легенда, судьба-злодейка и малые дети на руках»*. В данном примере словосочетание *«судьба-злодейка»* является иронией, которая помогает автору выразить отношение к тем, кто использует в своих корыстных целях добрые чувства и эмоции людей, которые, как правило, склонны входить в положение человека с трудной судьбой и жизненными обстоятельствами.

Как правило, междометия в новостных репортажах не встречаются, их можно встретить в основном в информационных агентствах, реже в газетах. Например, информационное агентство «Чемпионат», статья Д. Ерыкалова «Очередь за «бронзовой» командой. «Сибирь» встретила с фанатами» от 06.04.2015 г.: *«Ох, если бы аплодисменты заменяли нули в контрактах, у Фастовского давно бы испортился слух, а местные болельщики стерли ладошки»*. Здесь корреспондент, используя междометие *«ох»*, выражает сомнение в возможности аплодисментами болельщиков заменить денежное вознаграждение, упомянутого в статье, менеджера команды «Сибирь» Фастовского.

Газета «Комсомольская правда» в Молдове, статья «Реально ли выпускникам молдавских вузов получить работу за границей», автор Ирина Шлапа, от 22.04.2015 г.: *«Эх, если бы все было так просто – отучился в Молдове, получил диплом и рванул куда-нибудь в Германию»*. В данном случае автор статьи приводит междометие *«эх»* как выражение сожаления о том, что дипломы молдавских вузов не все признаются за границей, поэтому устроиться на работу гораздо сложнее, чем думает Министерство образования.

Новостной репортаж «Следователи не исключают, что А320 мог упасть из-за технической неисправности» от 30.03.2015 г., телеканал НТВ, программа «Сегодня»: *«Вероятнее всего, версия технической неисправности не отменяется потому, что следователям не удалось получить данные с самописца, фиксировавшего технические подробности полета»*. Корреспондент свое высказывание дополняет вводным словом *«вероятнее всего»*, что выражает сомнение автора новости по поводу того, что самолет мог рухнуть из-за технической неисправности.

А вот еще один пример с использованием вводного слова с модально-оценочной целью из той же программы. Репортаж «Серена Уильямс триумфально вернулась в Индиан-Уэллс после 14 лет бойкота» от 14.03.2015

г.: *«На турнире в Индиан-Уэллсе, который Уильямс-младшая 14 лет бойкотировала из-за расистского скандала, Серена сыграла свой первый матч. И, **разумеется**, победила»*. Вводное слово **«разумеется»** подчеркивает безусловную победу в матче сильнейшей теннисистки на планете.

Часто такие слова, как **вероятнее всего, разумеется, кажется, очевидно, действительно, по-видимому** и другие, также являются средством выражения субъективной модальности. Вводные слова в высказываниях чаще всего указывают на источник сообщения или на отношение к сообщаемому.

Следует отметить, что вводные слова очень важны для выражения модальности и довольно часто используются в передачах. Используются автором новости для того, чтобы выразить свои эмоции или дать оценку собственного высказывания. Например, телеканал НТВ, программа «Сегодня», новостной репортаж «Франция вернет России 1,5 миллиардов долларов за «Мистрали»» от 24.04.2015 г.: *«**Эта тема, безусловно, окажется в повестке дня двух лидеров»**»*. Модальным словом в данном примере будет **«безусловно»**, оно необходимо автору для подтверждения реальности события.

Репортаж «Никас Сафронов рассказал о своей тайной страсти к Софи Лорен», программа «Сегодня», телеканал НТВ, от 11.04.2015 г.: *«**В окружении московской богемы, кажется, он впервые чувствует себя не комфортно»**»*. В данном случае, модальным словом будет **«кажется»**, которое автор использует в качестве выражения собственного сомнения своего высказывания.

Приведем примеры использования частиц как средство выражения субъективной модальности из новостных репортажей программы «Сегодня» телеканала НТВ, например, «Харьковская область отгородится от Донбасса огневыми точками» от 31.03.2015 г.: *«**Неужели** ждут нападения от сторонников Коломойского?»*. В этом примере субъективная модальность выражается частицей «неужели», которой корреспондент выражает удивление по отношению к сообщаемой новости.

Репортаж «Горняки восстанавливают шахты и налаживают экономические связи на территории ДНР от 20.04.2015 г.: *«**Когда оказываешься в сердце угольной отрасли Донбасса, складывается впечатление, будто** в преисподнюю спустился»*. Автор новости при помощи частицы **«будто»** сравнивает реальное состояние области с местом, непригодным для проживания человека.

Уменьшительно-ласкательные суффиксы также могут быть средством выражения модальности, например, новостной репортаж той же программы «Игла мастера тату ищет на теле клиента новые места» от 25.05.2015 г.: *«**Кто-то** рисует на частях тела персонажей старых кинолент, кто-то миленьких **котиков**, а есть консерваторы, которые все еще не отделались от магии фильмов Тарантино»*. Корреспондент использует слово **«КОТИКОВ»**

с уменьшительно-ласкательно суффиксом -ик для обозначения неискреннего умиления.

Репортаж «В связи с пожарами против забайкальских чиновников возбудили уголовное дело» от 15.04.2015 г.: *«Также пламя превратило в пепел почти три сотни дачных домиков»*. А здесь автор, как и в предыдущем примере, при помощи уменьшительно-ласкательного суффикса в слове «**домиков**» эмоционально подчеркивает большой масштаб чрезвычайного происшествия для каждого отдельного владельца небольшой недвижимости.

Разговорная лексика в речи телеведущего или автора новости не встречается в новостном жанре, так как его политика запрещает использование просторечных слов. Однако, такие слова иногда встречаются в прямой речи героев новостных репортажей в газетных статьях или информационных агентствах, например, информационное агентство «Фонтанка.ру», статья Ксении Клочковой от 27.06.2014 г.: «Ваш тайный советник» расскажет городские истории», прямая речь писателя Андрея Константинова: *«Как говорится, где захочем, там и гогочем»*. Здесь просторечными словами являются «**захочем**» и «**гогочем**», чтобы сделать акцент на независимости своего издания от властей.

Книжные слова встречаются в новостных репортажах редко. Например, новостной репортаж программы «Сегодня», телеканал НТВ, «В Пурим петербургские евреи пришли в синагогу, как на маскарад» от 05.03.2015 г.: *«Обязательное лакомство из песочного теста со сладкой начинкой в ресторане при синагоге рекомендуют **вкусать** под рюмочку этроговки – настоек из плодов растения семейства цитрусовых»*. Книжным словом в данном примере будет «**вкусать**», используется для придания торжественности момента, отображенного в новости.

Новостной репортаж «Световые нюансы «Газпром-арены» от 13.11.2009 г.: *«Правда, вариант подсветки к Новому году архитекторы сочли **антихудожественным**»*. Автор новости использует книжное слово «**антихудожественный**» для обозначения непрофессионального оформления подсветки.

Репортаж «Новые ПДД облегчат жизнь пешеходам и велосипедистам», телеканала НТВ, программа «Сегодня», от 07.04.2015 г.: *«Еще прошлой осенью на некоторые московские перекрестки нанесли необычную диагональную зебру»*. Выражением субъективной модальности в данном предложении является инверсия – нарушение прямого порядка слов, для акцентирования внимания зрителя на том, что именно еще прошлой осенью на перекрестки стали наносить зебру.

А вот еще один пример инверсии в репортаже из той же программы «В Донбассе появились наблюдательные посты для фиксации нарушений» от 26.03.2015 г.: *«Современный центр по контролю за прекращением огня развернул новые посты, с которых будут следить за тем, как соблюдаются условия перемирия»*. Нарушение прямого порядка слов в этом предложении автору новости также необходим для акцента внимания слушателя репортажа

на том, что в Донбассе следят за условиями перемирия и даже делают новые посты в современном центре.

Слова с субъективной оценкой можно найти только в газетных статьях, например, газета «Завтра», статья Александра Проханова «Хождение в огонь», от 14.01.2012 г.: *«Он принял меня в кабинете, был в своей известной жилеточке, окуная такой губошлеп, милый, домашний, чайком угостил»*. Автор статьи при помощи слова «губошлеп» дает оценку своему собеседнику.

Приведем еще один пример из той же газеты: статья «Явление Сталина Праге», автор Евгений Нефедов, от 16.12.2009 г.: *«Сталинский взор был направлен строго на запад, а в этот час на востоке, за не такой уж далекой отсюда стеной родного Кремля, спрятался, выжидая момент, "чудотворец" иного рода – времениц, завистливый мститель, убогий гробокопатель и пустомеля»*. Автор данной статьи дает оценку Хрущеву, который во что бы то ни стало решил снести самый огромный в мире памятник его предшественнику.

Газета «Завтра», статья Валерия Скрипко: «Раздумья перед полетом на Святую землю», от 29.04.2014 г.: *«Надоест бить баклуши на песке у океана, потянет его на водные лыжи; потом «бедный» потребитель поедет искать возбуждения в горы»*. В данной статье автор использует фразеологизм «бить баклуши», который означает в данном контексте, что многие люди привыкли ничего не делать, а легко и много потреблять, а о духовной жизни не задумываются.

Новостной репортаж программы «Сегодня», «ЕС взял неделю на подготовку новых антироссийских санкций», от 31.08.2014 г.: *«И сколько уже говорилось, причем самими европейцами, что от этих санкций страдают в первую очередь они сами, а каждый раз проходить между Сциллой и Харибдой все сложнее»*. Корреспондент использует фразеологизм «между Сциллой и Харибдой» для того, чтобы подчеркнуть трудность сложившейся ситуации.

В субъективной модальности **интонация** играет важную роль. Телеведущий или автор новости выделяя интонационно, повышая или, наоборот, понижая тон голоса, модальных фраз в своем высказывании выражает свое отношение и свою субъективную оценку. Таким образом нам проще и легче понять не только саму новость, но и эмоции, и логику самого корреспондента.

Проанализировав около ста пятнадцати репортажей программы «Сегодня» на телеканале НТВ, мы пришли к следующим выводам.

Частотность использования субъективной модальности определяется рядом факторов: жанром передачи, тематикой передачи, индивидуальными речевыми особенностями говорящего, а также статусом говорящего (в новостных жанрах мы заметили существенные различия в модальной окрашенности речи ведущего и речи корреспондентов и участников). Как правило, в речи ведущего новостей субъективная модальность встречается

редко, чаще ее можно встретить в речи корреспондента и героя новостного сюжета. Субъективная модальность всегда присутствует в текстах, связанных с актуальной социальной проблематикой.

Наиболее частотные средства выражения субъективной модальности – модальные слова и оценочная лексика. Разговорная лексика и междометия никогда не встречаются в новостных репортажах, их можно найти в прямой речи героя новости. Фразеологизмы встречаются, но довольно редко.

Вводные слова и модальные слова встречаются примерно в каждом втором новостном репортаже. Иронию и частицы можно встретить еще реже, примерно один раз в двадцати репортажах. Книжные слова можно увидеть за пятнадцать репортажей два-три раза, а вот слова с субъективной оценкой совершенно отсутствуют в новостях, за исключением газетных статей, в которых такие слова можно встретить, например в газете «Завтра», в других же увидеть их можно очень редко. Уменьшительно-ласкательные суффиксы можно встретить в тридцати новостных репортажах всего лишь один раз. Следует также отметить, что слова с инверсией (нарушением прямого порядка слов) почти невозможно услышать в новостном репортаже, просмотрев около шестидесяти репортажей, мы встретили инверсию только 2 раза. Интонацией сопровождается любое субъективное высказывание и она присутствует в каждом репортаже.

Но, несмотря на такие небольшие количества присутствующих средств выражения субъективной модальности в новостных репортажах, следует помнить о том, что любое средство выражения играет активную роль в формировании авторского присутствия в новости и отражения точки зрения автора на сообщаемое новостное событие.

Литература:

1. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. Глава 18. Жанровая система номера; статья «Жанры новостной информации». – М.: Аспект Пресс, 2004.
2. Ноумова И. Морфология простым языком. Версия 1.1 от 25.12.2013. – С. 273.
3. Виноградов В.В. О категории модальности и модальных слов в русском языке.– М., 1975.
4. Панфилов В.З. Категория модальности и ее роль в конституировании структуры предложения и суждения. Вопросы языкознания, 1977, № 4.– С. 83–94.
5. Клушина Н.И. Интенциональные категории публицистического текста (в аспекте культуры речи) // Средства массовой информации в современном мире.– Спб, 2008.

Н.А. Кандышев,
Мордовский государственный университет
им. Н.П. Огарева,
г. Саранск, Российская Федерация
nikolaikand@mail.ru
(Научный руководитель – Ржанова С.А.,
доктор культурологии, доцент)

ГРАЖДАНСКАЯ ПОЗИЦИЯ В РАБОТЕ ЖУРНАЛИСТА

Аннотация. В статье рассматривается проблема гражданской позиции журналиста в современном обществе. На сегодняшний день в обществе сформировался защитный механизм на всякого рода несправедливость со стороны государства. В такой ситуации на журналиста возлагается требования, которым он должен соответствовать, чтобы находится внутри этой системы. Демократический строй, где краеугольным камнем выступает гражданское общество, имеет множество изъянов и возможностей для злоупотребления властью. Благодаря гражданской позиции журналист четко осознает цель, ради которой он пишет свой материал и старается ее достичь.

Ключевые слова. Информационное общество, медиатизация, публицистика, гражданское общество, информация, гражданская позиция.

С развитием компьютерных технологий и их проникновением в повседневную жизнь людей, информация приобрела ключевую роль во всем мире. Информацию мы можем определить, как «эффективное перенесение убеждений, при котором сообщение значений, сведений служит прежде всего средством воздействия, предполагает с самого начала органическое совмещение интеллектуального и эмоционального начал» [2; 3]. В своих критических эссе и лекциях французский обществовед П. Бурдьё показал, что дело дошло даже до медиатизации науки, которая долго была отдельным элитарным «полем» [4; 10]. Поэтому нам представляется актуальным междисциплинарный подход в изучении журналистики как науки, аккумулирующей полноту знаний общественных и гуманитарных дисциплин.

Благодаря Томасу Гоббсу, в середине XVII века, в научный оборот был введен термин «гражданского общества», характеризующийся, как «совокупность общественных отношений вне рамок властно-государственных и коммерческих структур, но не вне рамок государства как такового» [6]. Развитие СМИ привело к формированию социальной ответственности и политической активности у граждан. Благодаря СМИ у гражданского общества есть площадка для выражения своих интересов и взаимодействий с властью. В свою очередь журналистика также трансформировалась, став более независимой и обширной, по сравнению с первой половиной XX века, когда цензура и пропаганда были векторами государственной политики в области СМИ, а сама журналистика – важным инструментом в руках властей. Но благодаря интернету и массовой коммуникации у людей появился доступ к огромным объемам информации, стало труднее скрыть периодически возникающие злоупотребления властью.

На сегодняшний день, в развитом обществе сформировался защитный механизм на всякого рода несправедливость со стороны государства. Люди объединяются в общественные движения и профессиональные организации («Движение за гражданские права в США», польская «Солидарность», «Союз журналистов РФ», «Международная организация журналистов»), дабы защитить свои права от произвола властей. В такой ситуации на журналиста возлагается особые обязанности и требования, которым он должен соответствовать, чтобы находиться внутри этой системы. Помимо основных профессиональных качеств, навыков, умений, приобретаемых им во время обучения и саморазвития, а также таланта и мастерства, для журналиста важно иметь гражданскую позицию при отражении им общественно-политических событий в стране. «Это понятие отражает политические, юридические, нравственные права и обязанности граждан по отношению к своему государству и предполагает сознательное, ответственное отношение людей к обществу» [1]. Она характеризует личность с точки зрения способа и характера взаимоотношений индивида с определенной действительностью. Именно ответственность перед обществом – залог успеха любого журналиста. Неважно, в какую жанровую форму облек журналист свои мысли. Будь-то статья, репортаж, заметка или эссе – все это формирует у людей восприятие окружающей действительности и во многом открывает глаза на происходящее.

К сожалению, демократический строй, где краеугольным камнем выступает гражданское общество, имеет множество изъянов и возможностей для злоупотребления властью. Однако, как говорил сэр Уинстон Леонард Спенсер Черчилль: «Демократия – наихудшая форма правления. Если не считать всех остальных» [5]. Ведь свои недостатки демократический строй нивелирует множеством достоинств, среди которых самыми ценными являются свобода слова и избирательное право. Любая власть может злоупотреблять своим положением, что негативно сказывается на развитии общества и жизни людей.

Журналист в своей работе зачастую сталкивается с трудностями, которые не присущи другим профессиям. Помимо риска, которому он подвергает свою жизнь при сборе и поиске информации, он также рискует своей репутацией и карьерой. К примеру, американский журналист, получивший известность благодаря громким расследованиям о связях ЦРУ, никарагуанских «контрас» и наркомафии, Гэри Уэбб. «Его работа была посвящена причастности ЦРУ к торговле наркотиками в США, осуществлявшейся движением Контрас в Никарагуа. В серии из трех частей Уэбб расследует Никарагуа контрас, которые при поддержке ЦРУ осуществляют контрабанду кокаина в США. Несмотря на результаты внутренних проверок, Уэбб, автор самого громкого журналистского расследования 1996 года, фактически уничтожил свою карьеру. После обширной кампании, развернутой против него Los Angeles Times, New York Times и Washington Post, репутация журналиста была безвозвратно

подорвана. В январе 1997 года редакторы San Jose Mercury News перестали выходить с ним на связь. Уэбб подготовил несколько дополнительных материалов к своему расследованию, но никто не хотел их публиковать. После увольнения из San Jose Mercury News Уэбб подрабатывал в различных изданиях, а последние годы жизни работал в журнале Sacramento News & Review. 10 декабря 2004 года корреспондента нашли мертвым в его квартире с двумя пулевыми ранениями в голову. Окружной следователь признал смерть Уэбба самоубийством. Его бывшая жена Сью Белл рассказала журналистам, что муж страдал от депрессии, потому что не мог устроиться на работу в большую газету, и его решение застрелиться не вызвало у нее удивления»[9].

Данная история демонстрирует, как человек, профессиональный журналист, гражданин своего государства загорелся определенной целью и пожертвовал всем, чтобы ее достичь. К сожалению, лично для Гэри Уэбба это кончилось трагично, но для общества это стало очередным доказательством, что у государственной машины существуют изъяны, с которыми необходимо разоблачать и бороться. «В 1998 году ЦРУ и министерство юстиции провели собственные внутренние расследования, в результате которых не только подтвердилась правота Уэбба, но и вскрылись новые факты»[9].

В данном случае, когда закон перестает быть ограничительным фактором для государственных чиновников, СМИ, в свою очередь, руководствуясь профессиональной этикой, раскрывают все эти незаконные действия и выставляют их на суд публики.

Однако, по мнению некоторых исследователей и специалистов, гражданская позиция не имеет значительной роли в профессиональной деятельности журналиста, а во многом мешает объективной оценке и анализу происходящего. Так известный отечественный журналист, Дмитрий Владимирович Соколов-Митрич в своей книге «Почему нас этому не учат на журфаке?» утверждает, что «в некоторых жанрах журналистики она (гражданская позиция), наверное, действительно должна быть. Например, в публицистике. А в репортаже – ни в коем случае. Репортер с ярко выраженной гражданской позицией – это бракованный репортер... Репортер с предсказуемым видением окружающей действительности очень скоро становится неинтересен. Но дело даже не в этом. Дело в том, что неизбежная гражданская позиция репортера – это готовая почва для лжи» [3; 63]. Безусловно, предвзятость в работе журналиста несет негативный характер, так как мешает объективной оценке событий, а следовательно, трезвому и полному анализу данных. Но гражданская позиция в свою очередь помогает грамотно расставить приоритеты и определить цель работы, которую необходимо достичь при ее выполнении. Таким образом, она не мешает журналисту, а наоборот, помогает сориентироваться в происходящем водовороте информации и выплыть с ней на поверхность.

Подводя итог, мы можем отметить, что современное общество живет в постиндустриальной стадии развития, где главными критериями развития стали наука, знания и информация. СМИ, благодаря эволюционному

развитию, выступают главной платформой для распространения, поиска и обмена информацией между людьми, тем самым выполняя важнейшую роль для коммуникации граждан. Дабы четко выполнять возложенные на них функции, журналистам важно обладать определенными критериями и качествами. Среди этих характеристик наиболее важным является гражданская позиция. Это совокупность политических, юридических, нравственных прав и обязанностей граждан по отношению к своему государству и сознательное, ответственное отношение людей к обществу. Благодаря гражданской позиции журналист четко осознает цель, ради которой он пишет свой материал и старается ее достичь. В конечном итоге общество получает всю необходимую информацию, а государство налаженный канал связи с народом.

Литература:

1. Гуляева И.Л. «Гражданином быть обязан...»: формирование гражданской позиции личности // Русская культура нового столетия: Проблемы изучения, сохранения и использования историко-культурного наследия / Гл. ред. Г. В. Судаков. Сост. С. А. Тихомиров. – Вологда: Книжное наследие, 2007. – С. 683–686.
2. Ржанова С.А. Язык как средство публичного общения: из опыта региональных СМИ / С. А. Ржанова. – Саранск: Издат. центр ИСИ МГУ им. Н. П. Огарева, 2011. – 200 с.
3. Соколов-Митрич Д. В. «Реальный репортер. Почему нас этому не учат на журфаке?!» / Д. В. Соколов-Митрич. – Издательский дом «Питер», 2012. – 254 с.
4. Фомичева И.В. Социология СМИ: Учеб. Пособие для студентов вузов / И. Д. Фомичева. – М.: Аспект Пресс, 2007.- 335 с.
5. Словари и энциклопедии на АКАДЕМИК [Электрон. ресурс] / Информационный сайт <http://dic.academic.ru>. – Заглав. с экрана (дата обращения 20.02.2015)
6. Гражданское общество [Электрон. ресурс] / Информационно-аналитический сайт Википедия – <https://ru.wikipedia.org/wiki/> . – Заглав. с экрана (дата обращения 20.02.2015).
7. Информационное общество [Электрон. ресурс] / Информационно-аналитический сайт Википедия – <https://ru.wikipedia.org/wiki/> . – Заглав. с экрана (дата обращения 20.02.2015).
8. Постиндустриальное общество [Электрон. ресурс] / Информационно-аналитический сайт Википедия – <https://ru.wikipedia.org/wiki/> . – Заглав. с экрана (дата обращения 20.02.2015).
9. Русская планета «Жертва «Темного союза» [Электрон. ресурс] / Информационно-аналитический сайт <http://rusplt.ru>. – Заглав. с экрана (дата обращения 20.02.2015).

*Е.А. Коломиец,
Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
Kolomiets.ew@yandex.ru
(Научный руководитель – Васильева И.В.,
ст. преподаватель)*

К ВОПРОСУ О ТРУДНОСТЯХ ПЕРЕВОДА ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Аннотация. В данной статье речь идет об особенностях перевода публицистических текстов с английского языка на русский и с русского на английский. На примере новостной статьи проведено сравнение подачи информационного материала в англоязычной и русскоязычной прессе.

Ключевые слова. Английский, русский, язык, перевод, статьи, лингвистика, журналистика.

Журналистика и лингвистика тесно связаны друг с другом, и одним из главных компонентов этой связи является текст. Журналистика и лингвистика взаимодействуют с текстом, однако если первая работает с ним, то вторая изучает его. Отсюда следует, что одна использует другую в этом отношении, и можно сказать, что лингвистика – это завод по производству запчастей для создания текста, а журналистика закупает и пользуется эти запчастями. Но кроме текста журналистика также использует для своей работы язык – то, без чего в принципе невозможно взаимодействие с аудиторией. Лингвистика как наука, изучающая языки, здесь тоже является помощницей для журналистов.

В тексте реализуются коммуникативная и смыслообразующая функции. Именно они необходимы журналистам для взаимодействия и воздействия на читателя или зрителя. Итальянский ученый-философ Умберто Эко сказал следующие: «В конце концов, всякий текст – это ленивый механизм, требующий, чтобы читатель выполнил часть работы за него. Текст, в котором излагалось бы все, что человеку надлежит понять, обладал бы серьезным недостатком – он был бы бесконечен». Если журналист является профессионалом своего дела и хочет, чтобы его статья или репортаж были качественными, то он должен грамотно писать. Поэтому ему надлежит хорошо разбираться в основах лингвистики, то есть знать синтаксис, морфологию, семантику и другие лингвистические разделы.

Каждый язык имеет свои особенности, которые отличают его от других, и таким образом, журналистские тексты на разных языках имеют некоторые различия. Они могут по-разному воздействовать на своего читателя, так как в текстах отражается культура того народа, на языке которого написан текст. Для наглядного примера рассмотрим статьи журналистов, которые являются носителями английского и русского языков.

В этой работе мы уделим внимание именно переводу публицистических статей с русского языка на английский, а также обратному переводу этих

статей. Перевод текста имеет значительные трудности, так как у каждой культуры есть свои устойчивые фразы, «крылатые выражения», определенные ассоциации. Поэтому передача смысла, вложенного в статью, является одной из тех трудностей, так как далеко не всегда дословный перевод будет полноценным и передаст именно то, о чем хотел сказать автор.

При переводе на русский язык английских текстов, принадлежащих к общественно-публицистическому стилю, преобладает членение предложения, когда одному исходному предложению соответствуют два или более в тексте перевода. Расхождения в языковых особенностях английских и русских текстов вызывают необходимость стилистической адаптации. Для английских заголовков характерно употреблять глагольные формы, а для русских – именных, из-за этих различий приходится производить соответствующую перестройку. Например, Floods Hit Scotland – Наводнение в Шотландии; Train Driver Dies after Locomotives Collide – Гибель машиниста в результате столкновения поездов. Более сложные преобразования связаны с переводом заголовков, в которых имеется глагольное сказуемое в личной форме, но отсутствует подлежащее: Hires Teen-Agers as Scabs – Использование подростков в качестве штрейкбрехеров, Want No War Hysteria in Toronto Schools – Протесты против насаждения военной истерии.

С фразеологизмами в заголовках статей при переводе также появляется множество проблем. Возьмем такой заголовок как: «Корпорация N: есть еще порох в пороховницах». Для русского читателя смысл этой фразы ясен, так как ему известно о чем говорил Гоголь, употребляя это выражение, которое стало устойчивым. Но для англоязычных читателей придется придумывать другой заголовок и использовать популярную английскую экспрессивную фразу, которая может в корне не совпадать по словарному составу с русскоязычным аналогом, но при этом с максимальной точностью передавать общий смысл. То же самое происходит при обратном переводе, когда английский журналист употребит в своем тексте устойчивую фразу, которая известна его читателю, а для нас будет малопонятна.

Кроме этого, в структурном плане также есть свои особенности. К примеру, в иностранных информационных материалах нередко встречаются повторы и пространные объяснения, которые иногда при переводе на русский язык лучше опустить. В английских статьях часто присутствует прямая речь – это является средством для привлечения внимания читателя; в русском переводе такой «элемент интервью» может оказаться лишним.

Таким образом, языковые особенности аналогичных стилей в иностранном языке и переводческом языке нередко не совпадают. Поэтому принадлежность текстов оригинала и перевода к определенному функциональному стилю предъявляет особые требования к переводчику и оказывает влияние на ход и результат переводческого процесса.

В практической части нашей работы будут сравниваться две статьи об одной и той же новости, но на разных языках (английском и русском). Эти тексты взяты из журнала «The Hollywood Reporter». Одна статья из

оригинальной, англоязычной версии, а другая из русского варианта этого же журнала. Название статьи таково: “Ethan Hawke Joining Denzel Washington, Chris Pratt in ‘Magnificent Seven’”.

Русская статья:

Итан Хоук присоединяется к «Великолепной семерке».

Недавний оскаровский номинант за роль в «Отрочестве» Итан Хоук ведет переговоры о своем участии в ремейке классического вестерна «Великолепная семерка». Актер может присоединиться к Крису Пратту и Дензелу Вашингтону, которые уже утверждены на роли в картине Антуана Фукуа.

Если контракт с Итаном будет подписан, этот проект станет реюнионом команды «Тренировочного дня» 14 лет спустя: в работе над криминальным триллером участвовали Хоук, Вашингтон и Фукуа. Также в актерском составе вестерна будет задействована Хэйли Беннетт, которая уже снималась у Фукуа в «Великом уравнителе».

«Великолепная семерка», которая, в свою очередь, сама была ремейком «Семи самураев» Акиры Куросавы, вышла в далеком 1960 году. По сюжету фильма крестьяне, угнетаемые постоянными набегами бандитов, нанимают ковбоев, чтобы те защитили их от злодеев. В оригинальном фильме Джона Стерджеса роли исполняли Юл Бриннер, Стив МакКуин, Чарльз Бронсон и другие.

Первоначальную версию сценария написал шоураннер «Настоящего детектива» Ник Пиццолатто, а дальнейшую работу над текстом проводил автор «Невидимой стороны» Джон Ли Хэнкок.

Английская статья:

Ethan Hawke Joining Denzel Washington, Chris Pratt in 'Magnificent Seven'.

The move will reteam Hawke with his 'Training Day' co-star and director.

Ethan Hawke is in negotiations to join what is shaping up to be an all-star cast of MGM's remake of Western classic The Magnificent Seven, THR has confirmed.

The move will reteam Hawke with director Antoine Fuqua and actor Denzel Washington, with whom Hawke worked on 2001's police thriller Training Day.

Chris Pratt and Haley Bennett, who appeared with Washington in Fuqua's thriller The Equalizer, are also in the cast.

The movie tells of a woman (Bennett) who hires a disparate group of gunslingers to protect her town from rampaging bandits.

The cast of the 1960 original included Yul Brynner, Steve McQueen, Charles Bronson and Robert Vaughn, among others.

Hawke is coming off a busy awards season in which he garnered much praise – and an Oscar nomination – for his work in Boyhood. He also has several films in the can, including Ten Thousand Saints, which premiered at Sundance.

Итак, обе статьи об одном и том же событии, только содержат немного разную информацию и текст построен у них по-разному. Во-первых, рассмотрим заголовок. Русский вариант выглядит следующим образом:

«Итан Хоук присоединиться к «Великолепной семерке»». Здесь говорится о том, что актер собирается сниматься в новом фильме, в отличие от английского текста, наш журналист не стал упоминать в заголовке о том, что актер будет играть вместе с Дензелом Вашингтоном и Крисом Патом, эта информация была опущена. Английский журналист решил уточнить это сразу, поэтому его вариант более подробен. Из этого можно сделать вывод, что русский журналист пишет только более важную информацию в заголовке и сокращает ее.

В структуре этих текстов также наблюдают различия, а именно, в порядке расположения абзацев. В английской статье их шесть, а в русской четыре, каждый из которых содержит внутри себя информацию двух английских абзацев. Например, возьмем самый первый абзац из статьи на русском языке: «Недавний оscarовский номинант за роль в «Отрочестве» Итан Хоук ведет переговоры о своем участии в ремейке классического вестерна «Великолепная семерка». Актер может присоединиться к Крису Пратту и Дензелу Вашингтону, которые уже утверждены на роли в картине Антуана Фукуа». Здесь затронуты две темы: это номинация Итана Хоука на премию «Оскар» за игру в фильме «Отрочество» и переговоры об его участии в новом фильме «Великолепная семерка», которые он ведет сейчас. Если автор этой статьи решил совместить две темы в одном параграфе, то английский журналист разделил эту информацию на два коротких абзаца и поместил их в разных частях текста, о переговорах он написал в начале, а завершил номинацией на Оскар. Вот как выглядят эти абзацы: «Ethan Hawke is in negotiations to join what is shaping up to be an all-star cast of MGM's remake of Western classic The Magnificent Seven, THR has confirmed» и «Hawke is coming off a busy awards season in which he garnered much praise — and an Oscar nomination — for his work in Boyhood. He also has several films in the can, including Ten Thousand Saints, which premiered at Sundance».

В целом порядок, в котором расставлены абзацы, тоже отличается. Рассмотрим сначала русский текст, порядок выглядит так:

1) Номинация на Оскар Итана Хоука и его переговоры о съемках в новом фильме;

2) Работа Итана Хоука в новом фильме с актером и режиссером, с которыми он уже работал в «Тренировочном дне» и участие в новом фильме актеров и «Великий уравниватель»;

3) О «Великолепной семерке» 1960 года и краткий сюжет фильма;

4) История о сценарии нового фильма.

Теперь английская статья:

1) Переговоры;

2) Актеры из «Тренировочного дня», с которыми снова будет работать

Итан Хоук;

3) Актеры из «Великого уравнивателя»;

4) Сюжет «Великолепной семерки» 1960 года;

5) Актеры, игравшие в фильме 1960 года;

6) Номинация на Оскар Итана Хоука.

Как мы видим, порядок тем различается. Русский и английский журналист по-своему смотрят на информацию и ее расставляют так, как считают правильным. Выбор более важной информации не совпадает у обеих работ.

В итоге, русская статья имеет больше информации. В ее четвертом абзаце написано о работе над сценарием нового фильма, чего нет в английском варианте. “Первоначальную версию сценария написал шоураннер «Настоящего детектива» Ник Пиццолатто, а дальнейшую работу над текстом проводил автор «Невидимой стороны» Джон Ли Хэнкок.” Из этого следует, что русский журналист не просто перевел текст, но также добавил немного новой информации.

На данных примерах мы увидели, что две статьи на разных языках, знакомящие читателя с одной и той же новостью, отличаются, и не только языком. Тот факт, что русский вариант основывается на переводе английского оригинала, подчеркивает эту присущую им разницу. Текст был не просто дословно переведен, его переделали и построили по-другому. Факты не подвергались никаким изменениям, но работа с ними и результат отличались. В английском варианте был более фактический подход, чем в русском. Так, например, о номинации на премию «Оскар» английский журналист сообщил в конце и преподнес это просто как дополнительный факт в завершении статьи, то в русском переводе автор решил рассказать об этом событии в самом начале и использовал новые предложения в качестве обогащения абзаца дополнительной информацией.

В то же время русскоязычный журналист совместил в одном предложении два новых факта о том, что Итан Хоук – оскаровский номинант и что он ведет переговоры о роли в новом фильме. Такое различие происходит из-за особенностей рассматриваемых нами языков и разных акцентов подачи информации. Также мы наблюдали, что в статье на английском языке присутствует членение информации на небольшие, (буквально в одно-два предложения), абзацы. Однако в русском варианте такого нет – абзацы больше и их меньше, они могут заключать в себе связанную информацию о разных вещах.

Из всего вышесказанного следует вывод, что творческий перевод статьи является созданием уже другого текста, но на ту же тему. Мы видим, что журналистика и лингвистика тесно связаны и что профессиональному журналисту в его работе необходимы лингвистические знания.

Литература:

1. Мишанкина Н.А., Щитова О.Г. Основы лингвистики. Русский язык как иностранный: Профессиональная сфера общения. Изд-во Томский политехнический университет, 2013.
2. Паршин Д.А. Теория и практика перевода. Изд-во Института общего среднего образования РАО, 2001.
3. Журнал «The Hollywood Reporter» <http://www.hollywoodreporter.com/>, <http://www.thr.ru/>. (Дата публикации статей: 03/03/2015).

А.Е. Лаврухина,
Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
nastusha00717@mail.ru
(Научный руководитель – Гогина Л.П.,
канд.филол.наук, доцент.)

РАДИО КАК СМИ: ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИЙ

Аннотация. В статье указывается на популярность радио как СМИ в реалиях современности. В то время как, казалось бы, интернет-СМИ являются приоритетными, в темпе текущего времени слуховое восприятие новостей остается ведущим. Это доказывается здесь с привлечением данных конкретных рейтингов и реестров.

Ключевые слова. Радио, Роскомнадзор, полифункциональность радио, дисфункциональные явления, функции радиовещания.

Радио на сегодняшний день является одним из самых влиятельных видов СМИ. Особенность и сильная сторона радио заключается в том, что для восприятия его информации используется слух, при этом человек может одновременно заниматься зрительной или физической деятельностью. Кроме того, при прослушивании радио в большей степени задействовано воображение аудитории, это усиливает воздействие изложенной информации, с другой стороны, из-за отсутствия визуального ряда, трагические события, изложенные по радио, не так губительно воздействуют на психику человека, как зрительные образы.

По данным Роскомнадзора РФ, по состоянию на 01.01.2015 в реестре лицензий на вещание зарегистрировано 6644 действующих лицензий, из них 2816 лицензий на осуществление радиовещания[5; 23].

В 2014 году Роскомнадзор поступило 3468 обращений по вопросу лицензирования телерадиовещания. Число обращений по сравнению с 2013 годом уменьшилось на 19%. В установленные законодательством сроки выдано 970 новых лицензий на осуществление телевизионного вещания и радиовещания, переоформлено 1544 лицензии, пролонгирована 871 лицензия.

С 2011 года увеличилось и общее количество действующих лицензий реестра Роскомнадзора, и количество лицензий на право эфирного радиовещания. В 2013 году зарегистрировано на 574 лицензии или на 25,5% на радиовещание больше, чем в 2011 году, и на 155 больше, чем в 2012 году. В 2014 году, по сравнению с 2013 годом, общее количество действующих лицензий, по данным Роскомнадзора, в целом уменьшилось на 282, количество лицензий на право радиовещания – только на 8 [5; 23].

Около девяносто лет назад журнал «Радиолобитель» (1924, №1) впервые ввел в обращение термин «радиовещание», которое раньше называлось «радиотелефония» и «широковещание». Термин этот, как ни

странно, утвердился не сразу, да и его семантическое значение долгое время вызывало споры. Сейчас трудно сказать, где, когда и кем впервые было употреблено это слово; гораздо более существенным представляется нам вопрос о том значении, которое в него вкладывается.

Интересно, что к этому термину также применяется метафора «младенец XX века», но надо сказать, что «младенец» этот развивался с естественным ходом развития технического, общественного и социального прогресса. В конце XX века это развитие ознаменовалось всеобщей и глобальной научно-технической революцией. Радио было услышано на всем земном шаре, буквально зазвучало на всех языках мира. Функциональность такого средства массовой информации сложно переоценить: оно буквально стало рупором новостным, научным, законодательным, культурным, развивающим и музыкальным.

«Большая Советская энциклопедия» в 1955 г. определяла радиовещание как «передачу по радио неограниченному числу слушателей речи, музыки и изображений». В опубликованном в 1974 г. справочнике Д. Григораша «Журналистика в терминах и выражениях» сообщается, что «радиовещание» – «способ передачи разнообразных звуковых программ широкой аудитории через эфир или по проводам» [3; 7].

Следует сказать, что эти формулировки не раскрыли объем понятия «радиовещание»; в них, скорее, речь идет только о формах трансляции, но к какому роду или виду принадлежит термин «радио», не сказано. Для нужного определения нового для того времени термина необходимо было выяснять элементы, составляющие понятие.

Здесь, во-первых, следовало определиться с теми изобразительными и выразительными средствами, при помощи которых радио представляет коммуникатору объективный мир. Он складывается единственного материального транслятора: звука, который равно доносит как документальную информацию, так и музыку, и звучащую речь радиоспектаклей. Казалось бы, изобразительные средства радиовещания – ограничены. Композиционную роль звуковой подачи информации на радио является монтаж документальной речи, музыки, живого диалога или многоголосия. Таким образом, инструментом радио является универсальный изобразительный аппарат – слово.

Во-вторых, радио является одним из наиболее оперативных СМИ, поскольку в самой природе произнесенного перед микрофоном слова заложены широчайшие возможности воссоздавать субъективный образ объективного мира посредством мобильной системы технических средств – «без бумаги и расстояний» [1; 57].

Быстрое реагирование на происходящие в мире события, пожалуй, одна из важнейших сторон радиовещания. Даже, несмотря на наличие сети Интернет, в экстремальных ситуациях, происходящих в мире, первую информационную реакцию обеспечивает радио. Это связано тем, что радио можно слушать и в те моменты, когда воспользоваться сетью нет

возможности: за рулем, в общественном транспорте, при интенсивной физической работе, в процессе занятия спортом. При универсальной знаковой системе, основой которой является слово, звук, звучащее радио способно передать и речь, звучащую на улице, и чистые музыкальные звуки, и шум природных и техногенных явлений, которые могут быть осуществлены в документальной, публицистической или художественной форме.

В последнее время у всех средств массовой информации идет упорная борьба за адресную аудиторию, стремясь быть ей доступной и понятной. В самой природе микрофонного вещания коренится, следовательно, необходимость ориентации на восприятие теми или иными демографическими группами с учетом их идейного, культурного и психологического опыта. Таким образом, отмеченные черты и признаки ради Радио также изучает психологию слушателя, различные каналы прогнозируют свою целевую аудиторию, ее установки, социальные и культурные интересы, копирует ее манеру речи. Думается, для радио вполне подойдет такое определение: радиовещание – это СМИ быстрого реагирования, которое способно передавать при помощи звука речи документальную информацию, при помощи речи и звукового оформления публицистическую информацию и при помощи звуковой речи, шума и музыки – художественную речь. При этом СМИ использует специфический технический радиовещательный канал.

В это определение, безусловно, не укладываются все признаки этого довольно универсального СМИ. В нем речь идет только об основных функциональных параметрах радио, его слушателях как участниках звуковой речевой коммуникации, упомянута система функционирования. Но следует также отметить явную социально-политическую зависимость радио как масс-медиа (да и любого СМИ) от идеологий и государственного контроля, интенсивность которых напрямую зависит от исторического периода развития радио и то ослабевает, то вновь увеличивается.

В реалиях нашего времени радиовещание является полифункциональным, так как функции его перестали быть только новостными и развлекательными.

Попробуем разобраться с кругом обязанностей, с ролью в социуме, сферой деятельности и функциональным назначением радиовещания, на которое в обществе возложена высокая ответственность. Цели современного радиовещания весьма многообразны; они напрямую связаны с теми целями и задачами, которые стоят перед современным обществом. Это и оперативное получение событийной информации, и культурно-просветительский поток, и развлекательная информация, и постановка остросоциальных проблем, и музыкальное сопровождение для самого широкого круга слушателей. Радиожурналист определенного канала всегда способен самостоятельно осмыслить и осознать свои функции, свою социальную задачу, понять редакторское задание и установку канала. В конце концов, формулировка и

стратегических задач, и конкретных целей журналистской практики бессмысленна, да и безрезультатна вне ориентации в обществе и без понимания своего предназначения. При этом предварительно стоит обратить внимание на три фактора, общих для массового вещания [4; 46].

1. Радиовещание осуществляет разные функции одновременно, т.е. оно полифункционально.

2. В практике вещания очень сильно и постоянно проявляют себя дисфункциональные явления, когда реальная деятельность той или иной редакции (вещательной компании, информационного канала и т.д.) противоречит функциональному назначению вещания данного подразделения, а порой и объявленной им цели (например, вместо информационного обеспечения аудитории дается дезинформация).

3. Жизнедеятельность любого средства массовой информации, в том числе и радиовещания, никогда и нигде не существует вне определенных агитационно-пропагандистских тенденций и тем более не свободна от них. В соответствии с конкретными социально-политическими, экономическими и иными задачами идет подбор информации и комментирование ее в выпусках новостей; с учетом рекламных, воспитательных и других не менее конкретных задач формируются разнообразные художественные и образовательные программы [3; 46].

Необходимо отметить, что не только радиовещание формирует информационную культуру социума, но и в свою очередь изменение социальных и нравственных настроений общества, изменения общественного и государственного строя (как резкие, так и постепенные, но происходящие перманентно) ставят новые цели перед радиовещанием, меняя и ломая старые стереотипы. Это меняет и доминирующие функции радио как СМИ. При определенном строе радио становится не просто средством массовой информации, а, пожалуй, средством массовой агитации, когда ее культурные, просветительские и развлекательные функции сводятся, практически, к нулю. Но нельзя отрицать, что в любые времена радиовещание волевым образом формирует социум, организует массовое общественное сознание, создает стереотипные культурные установки, а в эпоху постмодернизма радио стало апологетом формирования так называемой массовой культуры.

Также абсолютно ясно, что в эпоху демократического правления радиовещательные каналы становятся более независимыми в выборе контента и аудитории слушателей. И, как следствие, радиовещание становится более свободным, освещает самые различные жизненные вопросы, огромное количество радиостанций побуждает слушателя к свободному выбору, не навязанному цензурными рамками, и в результате провоцирует социум на свободные поступки.

Итак, многофункциональность радиовещания будет целесообразно представить в следующей парадигме:

1. Информационные: собственно информационная функция, рекламная.

II. Обеспечивающие социальное управление обществом: интегративная функция, функция выражения и формирования общественного мнения, общения, воспитательная, агитационно-пропагандистская, организаторская.

III. Культурно-просветительские: эстетическая, просветительская, функция развлечения – рекреативная [2, 215].

Современному журналисту необходимо знать функции радиовещания, чтобы как можно более структурировано построить сетку вещания своей радиостанции для выбора ее формата и контента, для определения информационного и шумового содержания.

Следует также отметить, что сейчас в России в области радиовещания наметился функциональный дисбаланс. Несколько классических функций радиовещания: просвещение, развлечение и информирование – продолжают взаимно существовать, но доминирует очень явно развлекательная функция. Так, по итогам отраслевого доклада «Радиовещание в России» 2014 года, оценочно, развлекательный контент в московском эфире занимал 67% совокупного объема вещания всех измеряемых радиостанций, в то время как просветительский контент составлял всего лишь 6%, а информационный – 27%. В 2014 году в Москве среди множества измеряемых радиостанций, оценочно, развлекательный контент составил 63% эфира, информационный – 31%, просветительский – 6% [5; 45].

Литература:

1. Беляев С.В., Коробицын В.И. Радиостанции России. Государственное и независимое вещание. М., 2002. – С. 57.
2. См. подробнее «Введение в теорию журналистики» под редакцией Прохорова, М., 2007
3. Цит. по: Горяева Т.М. Г 71 Радио России. Политический контроль радиовещания в 1920-х – начале 1930-х годов. Документированная история. – М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2010. – С. 7.
4. Коханова Л.А., Калмыков А.А. Основы теории журналистики: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика». – М. ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – С. 46.
5. Радиовещание в России в 2014 году: состояние, тенденции и перспективы развития. ОТРАСЛЕВОЙ ДОКЛАД. – М. 2014.

Ю.В. Морозова,
*Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
morozova1969.69_@mail.ru
(Научный руководитель – Гогина Л.П.,
канд.филол.наук, доцент)*

«СОЦИАЛЬНОЕ СИРОТСТВО»: ПОДХОДЫ В СМИ К ОСТРОЙ ТЕМЕ

Аннотация. В статье исследуется роль журналистики в освещении острых социальных проблем, обращается внимание на то, что журналистика, по сути, становится социальным институтом. Далее анализируется понятие «социальная проблема», достойная освещения в СМИ. Эти аспекты рассматриваются на проблеме «социальное сиротство», которую автор отделяет от проблемы «дети-сироты». Даны примеры по теме из различных СМИ.

Ключевые слова. СМИ, журналистика, социальная журналистика, нежелательная общественная ситуация, субъекты социальной проблемы сиротства.

Основным инструментом для повышения ответственности граждан за самих себя и своих детей и для государства, и для гражданского общества являются СМИ. Средства массовой информации играют решающую роль в формировании общественного мнения и доведения информации до каждого индивидуума.

Журналистика – социальная система, призванная искать, перерабатывать и передавать актуальную социальную информацию с помощью специализированных коммуникативных средств (пресса, радио, телевидение, интернет) для неопределенной массовой аудитории с целью ее информирования, социальной адаптации, а также отображения и формирования общественного мнения. Журналистика – также особый социальный институт, система разнообразных заведений, система видов деятельности; совокупность профессий; система произведений; комплекс каналов передачи массовой информации. Таково мнение С.Г. Корконосенко, Е.П. Прохорова, В.В. Тулупова.

Социальные институты, по мнению Е. Прохорова, – это государственные, хозяйственные органы, профсоюзные и другие организации, партии, ассоциации, функционирующие в сфере распространения СМИ и деятельность которых является предметом обсуждения в произведениях журналистов, чтобы влиять на принятие определенных решений [3; 62].

Полноценная социальная журналистика включает различные аспекты профессиональной журналистской деятельности:

- отражение в прессе проблем социальной сферы в ее связях с другими сферами общественной жизни;
- анализ любой информации с позиций общественного большинства и на пользу развития всего общества;

- использование профессиональных ресурсов и особых методов, формируют творческое своеобразие социальной журналистики;
- привлечение к информационному обмену самих граждан, создания их собственных информационных ресурсов [2; 112].

Социальная проблема как нежелательная общественная ситуация или явление, которое может быть изменено и требует немедленного решения.

Социальная проблема как предлагаемое общественное условие или ситуация, на которую лица, которые способны влиять на соответствующие процессы (политические, экономические и т.д.), «наклеивают» ярлык проблемы на аренах публичного дискурса, определяя их как вредные. Социальные проблемы не только как простое отражение объективных условий в обществе, но и как проекции коллективных чувств, настроений, мыслей. Концептуальные подходы к определению социальной проблемы: подход социальной патологии (социальная проблема как «болезнь», патология общества), подход социальной дезорганизации (социальная проблема как следствие социальной дезорганизации) и функционалистский подход (социальная проблема как следствие дисфункции какой-либо общественной деятельности).

По словам Г. Вычубы и Т. Фроловой, особое внимание следует уделять наименее социально защищенным слоям населения: пенсионерам, детям-сиротам, инвалидам, многодетным семьям, переселенцам и т.д.

Важно не путать понятия «социальные сироты» (социальная проблематика брошенных, неухоженных, беспризорных детей) с «детьми-сиротами и детьми, лишенными родительской опеки» (социальная проблема сиротства).

Среди причин социального сиротства нужно указать на следующее: низкий материальный уровень жизни многих семей; безработица одного или двух родителей, что является первоочередным фактором развития конфликтов, семейных кризисов; трудовая миграция родителей, что приводит к долговременному отсутствию взаимодействия родителей и детей; отсутствие постоянного или приспособленного жилья; асоциальный образ жизни одного или двух родителей; проституция родителей; участие родителей в противозаконной деятельности; насилие над детьми и их эксплуатация и т.д..

Соблюдение баланса между субъектами межсекторного взаимодействия в осуществлении социальной политики и реализации социальных проектов и программ, а также освещение в СМИ эффективных социальных технологий, способствующих наиболее рациональному решению социальных проблем, как главные задачи социальной журналистики.

Проведенное обобщение наработок ведущих ученых и результаты собственных исследований позволили определить классификацию характеристик проблем, связанных с сиротством:

По масштабу:

- 1) глобальные;

- 2) национальные;
- 3) региональные;
- 4) локальные.

По причинам распространения:

- 1) геополитические (мировые войны и социальные потрясения; международные конфликты, рост количества беженцев);
- 2) государственно-управленческие (несостоятельность выбранной стратегии социальной политики государства; низкая результативность деятельности уполномоченных органов государственной власти; кризисное состояние системы образования и воспитания);
- 3) социально-демографические (снижение стабильности брака, рост внебрачной рождаемости; нарушение структуры семьи; увеличение количества кризисных семей);
- 4) социально-экономические (обеднение населения и углубление его имущественного расслоения; безработица; отсутствие постоянного жилья; трудовая миграция и занятость «челночным бизнесом» одного или обоих родителей; стремительная урбанизация современного общества);
- 5) социально-психологические (падение моральных устоев семьи; ослабление религиозных традиций; алкоголизм, наркомания, токсикомания, проституция, участие в противозаконной деятельности; ослабление моральной ответственности родителей за воспитание детей; разнообразные формы насилия над детьми в семье и государственных учреждениях опеки; недостаточность внимания общества к социальным проблемам семьи);
- 6) форс-мажорные (преждевременная гибель/смерть родителей).

По категории детей, которые страдают от социального сиротства:

- 1) безнадзорные дети;
- 2) беспризорные дети;
- 3) дети-беженцы из воспитательных учреждений;
- 4) дети-беженцы из внешне благополучных семей;
- 5) дети, которые по своим психологическим признакам подвержены постоянному пребыванию на улице;
- 6) дети с ярко выраженными признаками трудновоспитуемости, дети склонны к бродяжничеству и путешествию.

По субъектам, которые должны решать проблему социального сиротства:

- 1) общественность: усыновители; опекуны (попечители); приемные семьи; детские дома семейного типа; лица, которые осуществляют патронат над детьми;
- 2) образовательно-воспитательные учреждения: дом ребенка, детский дом; дошкольное учебное заведение (ясли-сад) компенсирующего типа; дошкольное учебное заведение (центр развития ребенка); общеобразовательная школа-интернат; специализированная школа-интернат; специальная общеобразовательная школа-интернат;

3) общеобразовательная санаторная школа-интернат; центр социально-психологической реабилитации детей;

4) органы государственного управления: служба по делам детей.

Среди всего объема продукции СМИ на социальную проблематику детей-сирот, детей, лишенных родительской опеки, нужно отметить, что среди наиболее часто упоминаемых ниже названы признаки, которые СМИ считают ключевыми: детская беспризорность как следствие нерешенных вопросов детей-сирот и детей, лишенных родительской опеки; растущее количество детских домов и их воспитанников (из разных социальных групп); альтернативные формы устройства детей-сирот.

По итогам исследования материалов отечественного медиа-пространства, посвященных социальному сиротству были выделены следующие пять тенденций к отображению проблемы.

1) Во-первых, тенденция «призыва» к вмешательству, привлечению граждан к решению проблемных сиротских вопросов: привлечение внимания, популяризация принципа благотворительности и расширение контактов для действия в виде различных форм помощи детским домам. Примером может служить публикация в «Российской газете». *«Маленькие сироты, оказавшиеся в больнице, – самая уязвимая категория детей. <...> Зачастую у детей нет элементарных гигиенических принадлежностей, одежды и игрушек, а палаты и комнаты для досуга в больницах не отремонтированы и оборудованы довольно бедно. <...> Впервые в Воронеже помочь маленьким «отказникам» и детям-сиротам можно посредством мобильной связи. <...> В преддверии Дня защиты детей благотворительная организация «Общие дети» совместно с городским интернет-порталом, одним из провайдеров и федеральным оператором связи запустили акцию «Добрая sms-ка». До 15 июня любой, кто хочет помочь брошенным ребятам, сможет послать сообщение со словом «Дети» на номер 3150 (стоимость одной sms – 35 рублей без учета НДС). Все собранные средства пойдут на помощь малышам-сиротам, которые находятся в больницах Воронежа» [7;20].*

2) Во-вторых, тенденция «устрашения» (запугивания) населения подробным описанием асоциальных поступков, совершенных детьми, которые остались без попечения родителей (проституция, убийства, кражи), с приписыванием им таких признаков, как грубость, жестокость, необразованность, отягощенная наследственность. Одним из примеров может стать материал, опубликованный в «Комсомольской правде»: *«Компания из трех человек распивала в доме у одного из убитых спиртные напитки. Чуть позже к ним присоединился 15-летний учащийся школы-интерната.*

По словам милиционеров, в разговоре кто-то из присутствующих нелестно отозвался о матери 15-летнего парня. Тот выяснять отношения словами не стал, взял кухонный нож и нанес всем троим смертельные ножевые ранения. Жертвы скончались от обильной кровопотери.

Уголовное дело возбуждено в тот же день, подозреваемый водворен в изолятор временного содержания» [5; 3].

3) В-третьих, тенденция «использование» социальной проблематики сиротства для усиления позиции того или иного политика или увеличения популярности публичного человека, так называемой «звезды». К примеру: *«В перерывах между гастролями Елена Ваенга посетила детский дом в Воронеже. Певица привезла малышам огромное количество игрушек, а тем, кто готовится в этом году пойти в школу, – учебники, тетрадки и ранцы. Дети при виде звезды не оробели, а всячески старались обратить на себя внимание. Расчувствовавшись, Ваенга на прощание обняла многих воспитанников и даже спела для них песню. <...> Эмоции Елены понятны, ведь она не раз признавалась, что планирует удочерить девочку из детского дома» [6].*

4) В-четвертых, тенденция «жертвы»: ярко выраженное отношение к детям-сиротам и детям, лишенным родительской опеки, как к жертве взрослой агрессии и безответственного поведения. *«<...> По данным следствия, 31 марта младший сержант Макаров находился в состоянии сильного алкогольного опьянения. Пьяный, он зашел в Кызылскую школу-интернат для сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, и там беспричинно избил четырех подростков. А после он несколько раз ударил воспитательницу металлическим ведром по голове. <...> При этом во время совершения преступления милиционер был одет в форму» [4].*

5) Тенденция «христианская»: призыв к милосердию, к христианским традициям. Данный тезис можно проиллюстрировать отрывком из интервью руководителя альянса инициатив «Россия без сирот» Ивана Иклюшина в прямом эфире на общественном телеканале «ГБН-Россия». *«День молитвы – один из способов привлечь внимание общества к проблеме сиротства в нашей стране, развить культуру усыновления в целом. В этот день в церквях произносятся молитвы о сиротах, о семьях, в которых есть приемные дети. Таким образом, церкви выполняют свою заступническую функцию, несут важное служение. Кроме того, церкви приглашают приемные семьи для того, чтобы оказать им почет и уважение, услышать их свидетельства, увидеть детей, жизнь которых изменилась. Ряд церквей во многих городах нашей страны намерены провести благотворительные акции в помощь детям-сиротам. Все это способствует созданию благоприятной атмосферы для усыновления. В прошлом году мы впервые организовали День молитвы о сиротах» [1].*

Литература:

1. Марафон «День молитвы о сиротах»: полтора часа в прямом эфире. Прямой эфир от 6 ноября 2013 года. // Общественный телеканал «ГБН-Россия». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tbn-tv.ru/rukovoditelem-alyansa-rossiya-bez-sirot-rasskazal-sotrudnichestve-s-tbn-video> (дата обращения: 27.03.2014).
2. Проблематика периодической печати: Учеб. пособие / под ред. Г.С. Вычуба и Т.И. Фроловой. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2008. – 112 с.

3. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика» / Е.П. Прохоров. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 367 с.
4. Радько О. В Туве пьяный милиционер избил сирот. // Newsland, Информационно-дискуссионный портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://newsland.com/news/detail/id/483728>(дата обращения: 27.03.2014).
5. Родионова А. В Тверской области произошло тройное убийство. // Комсомольская правда в Твери – 11 ноября, 2010.
6. Сурдина А. Елена Ваенга посетила детский дом. // Music1. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.music1.ru/read/news/elena-vaenga-posetila-detskij-dom>, (дата обращения: 27.03.2014).
7. Ткачева Т. SMS для сироты // Российская газета-Неделя. – 21 мая 2009, №4915. С. 20.

Е.А. Пластун,
Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
 Dimetra3D@mail.ru
 (Научный руководитель – Васильева И.В.,
 ст. преподаватель)

THE USE OF MANIPULATIVE TECHNIQUES IN THE MEDIA

Annotation. The article deals with some manipulative techniques in mass media and the methods that are used by journalists to control their reader's mind and the consciousness of the crowd.

Keywords. Journalism, manipulation, psychological manipulation, media.

It is widely known that journalism is the fourth power. A journalist must disclose only pure facts. But is it true? Not always. Some journalists turn out not only to express their views on the current situation, but also to impose it to the reader. After reading such articles, the reader would probably think that it was him, who made up his mind, but in reality it imposed on him. Using manipulative techniques are not visible to the reader's eye, a journalist controls the reader's mind, and therefore the consciousness of the crowd. In order to understand manipulative techniques which can impact on the consciousness of the reader in the print media and to understand how they work, we should define the concept of psychological manipulation.

"Psychological manipulation" is a type of social, psychological impact, socio-psychological phenomenon, which is a desire to change the perception or behavior of other people with the help of hidden, deceptive or violent tactics. As a rule, these methods promote the interests of the manipulator, often at the expense of others, they may be considered operational, violent, dishonest and unethical"

[1]. However, we are interested in the manipulation of the mass consciousness, then this concept also give a definition.

"The manipulation of the mass consciousness" – this is one way to manage large numbers of people (groups, communities) by creating illusions and conditions for controlling behavior" [2].

The main objective of those effects is hidden control over behavior, deprivation of freedom of choice of object manipulation by changing perceptions, opinions, intentions and goals of people in the right direction to a group. "The manipulation of the mass consciousness is a key element of psychological operations and information warfare" [3]. As it is described in the monograph S.G. Kara-Murza, hidden manipulation can be transmitted through different aspects: language, emotion, sensationalism and urgency, repetition, fragmentation (parceling), taken out of context, totalitarianism message source, totalitarianism solutions, mixing information and opinion, cover the authority, the activation of stereotypes, and so on.

"Manipulation" is oppression of the individual, in this case, because a person wants to believe in what he wants to buy (knowledge, experience, wealth, psychological comfort), inhibition can be achieved through a "lie that we want to believe" [4].

As noted by Mr. Schiller: "To be successful manipulation should remain invisible. The success of the manipulation is guaranteed when manipulated believes that everything that happens is natural and inevitable, and the fact of manipulation is not reflected in the subject's memory. For manipulation requires a false reality in which its presence will not be felt" [5].

Tat false reality is created by some media, which serve as information filters, form the agenda and impose opinion, which is absorbed by people and then perceived like their own. In this case, the reporter acts as a manipulator.

There is an algorithm of manipulation. In order to understand how they can influence the audience and resort manipulative techniques, firstly, they should analyze cultural and psychological characteristics of the target audience, create a cultural and psychological portrait of the target audience. For this purpose, various surveys, focus groups and in-depth interviews with representatives of target groups, with the participation of military analysts and psychologists. Secondly, you should build a virtual image of a given event that can be reproduced by the picture of the world of the target audience and then output to the desired pattern of behavior.

Manipulative techniques is not so difficult to use. In most cases, the vast majority of citizens is a passive object of informational influence: they spend neither any spiritual strength nor their time for making any doubts on media reports, making it easy to control the masses. Of course, it can not be the universal true.

"The goal of those who wish to manipulate the mind – to give objects such signs so they built these signs in the context of this context have changed the way in their perception, transformed his image from the outside world in a given

direction. Object manipulation suggests such links your text or action with the reality imposed their interpretation is that the representation of reality was distorted in the desired direction for the paddle. This means that it will have an impact on behavior, and the objects will be sure that there have been in full compliance with their own desires" [6].

The journalist is obliged to provide the bare facts, through which the audience itself will draw conclusions for any given situation and their opinion. However, the main purpose of the manipulator (journalist) is the denial of freedom of choice of the object: the ability to think critically and to make rational choices, soft summing up to a given outside as the only possible choice. This choice is not free and the unconscious, which makes it possible to control the external behavior of the object against its will.

There are quite a lot different methods of manipulation of consciousness in the media. Such as: the use of suggestion; transfer of private facts in the public in the system; use of rumors, speculation, vague interpretations in political or social situation; a method called "dead bodies need"; method of "horror stories"; concealment of facts and protrusion of the other; method of fragmentation; multiple repetitions or method "Goebbels"; Method absolute lie than monstrous lie, the easier it is believed; creation false event, hoax; substitution of facts beautiful slogans, promote alternative method dissonance facts, values and ideas that deplete the translation mechanisms of historical memory, common symbols and values of the target group (the concept of molecular revolution Gramsci); but more often are the following seven basic techniques of information-psychological influence is widely known in the art as "ABC propaganda":

- 1) name calling
- 2) glittering generality
- 3) transfer
- 4) testimonial
- 5) falsification
- 6) card stacking
- 7) band wagon [7].

At present, these methods are widely used in the world media communications. There is one factor, the lack of which makes it impossible to completely manipulate the audience. Before exercising any manipulative actions of print media must earn the trust of its readers. A significant part of the propaganda techniques, various methods of manipulative influence the psyche and behavior are based on the use of different patterns of perception, thinking, emotional sphere of a personality.

Due to the emergence of a large number of print and electronic media, the competition among them has increased. It determined the tactics of the initial phase of their operation, which was based on the active use of techniques of building trust and attachment to the communicator. One of the techniques is used to create such a trust – is creating the image. It was found that the preference to the source, is trusted by the audience, is directly related to its credibility and awareness. This

technique serves as a catalyst for information of interest to a mass audience. Interest in previously undisclosed information may disappear quite quickly, but at the time of publication of the news there is an element of sensation, and therefore almost always attractive and widely replicated. To paraphrase a famous phrase, we can say that all the secret particularly attractive at the moment when it becomes obvious.

Литература:

1. [wikipedia.org/wiki/Психологическая_манипуляция](https://ru.wikipedia.org/wiki/Психологическая_манипуляция) (дата обращения: 07.03.2015).
2. https://ru.wikipedia.org/wiki/Манипуляция_массовым_сознанием (дата обращения: 07.03.2015).
3. Кара-Мурза С. Г., Смирнов С. В. Манипуляция сознанием. Москва, «Алгоритм», 2000.
4. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Manipulyatsiya> (дата обращения: 07.03.2015).
5. Специалист по американским средствам массовой информации профессор Калифорнийского университета Г. Шиллер [6 wikipedia.org/wiki/Психологическая_манипуляция](https://ru.wikipedia.org/wiki/Психологическая_манипуляция) (дата обращения: 07.03.2015).
7. Грачев Г.В., Мельник И.К. Информационно-психологическое воздействие в массовых информационных процессах и особенности его анализа. – М., «Эксмо», 2003.
8. Ермаков Ю.А. Манипуляция личностью: Смысл, приемы, последствия. Екатеринбург, 1995.

***О.А. Пыжонкова,**
Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
olesya_pyzh@list.ru
(Научный руководитель – Гогина Л.П.,
канд. филол. наук, доцент)*

ЛИТЕРАТУРНО-ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ ЖУРНАЛ: ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Аннотация. Данная статья раскрывает определение литературно-художественного журнала, рассматривает четыре подхода научных исследований феномена «толстого» журнала в России. Дает представление о литературно-художественном журнале как о полноправном участнике журналистского процесса, собирателе и организаторе нового литературного поколения. Выявляется его двусоставная структура, типологические признаки и социокультурная сущность.

Ключевые слова. Литературно-художественный журнал, «толстый» журнал.

В России первые литературно-художественные журналы возникли еще в конце XVIII века. Не удивительно, что к настоящему моменту каждая гуманитарная наука, обратившая на них внимание, представляла и свои определения литературно-художественного журнала. Таким образом, логичным для данной исследовательской статьи представляется рассмотрение определения, приведенного в терминологическом словаре-

тезаурусе по литературоведению: «литературно-художественные журналы (франц. journal, первоначально – дневник) периодические печатные издания, посвященные художественной литературе, критике и публицистике» [8; 223].

В современных же общедоступных источниках, можно найти также и следующее определение: «Литературный журнал – журнал, посвященный литературной критике и публикующий произведения художественной литературы. Бывают как общелитературные, так и представляющие какое-то одно литературное направление. В России и СССР литературно-художественные журналы полноценного объема (240-256 полос) получили условное название – «толстые журналы» (без кавычек). Под ним они упоминаются, например, еще у Булгакова (“Первый был не кто иной, как Михаил Александрович Берлиоз, редактор толстого художественного журнала и председатель управления одной из крупнейших московских литературных ассоциаций, сокращенно именуемой Массолит, а молодой спутник его – поэт Иван Николаевич Понырев, пишущий под псевдонимом Бездомный” [1; 15])» [2].

Еще одно определение литературно-художественного журнала приводится в Энциклопедическом словаре СМИ: «Журнал литературно-художественный – периодическое издание, чаще всего ежемесячное, знакомящее читателя с новинками оригинальной или переводной литературы и новостями литературной жизни и способствующее формированию общественного мнения. Наряду с ведущим отделом беллетристики (обычно не менее трети объема) литературно-художественные журналы часто имеют разделы (рубрики) литературной критики, публицистики, рецензий на новые книги, хроники культурных новостей; некоторые из них публикуют и статьи по вопросам экономики, социологии, истории, текущей политики (поэтому многие литературно-художественные журналы являются и общественно-политическими) и нередко уделяют внимание другим искусствам. Отечественная традиция называет литературно-художественные журналы «толстыми», они отличаются от еженедельников, нередко включающих беллетристику и рецензии на нее, объемом и большим жанровым разнообразием публикуемых произведений, обстоятельностью критических разборов; от альманахов, серийных сборников, полугодных и ежегодных публикаций с аналогичным содержанием литературно-художественные («толстые») журналы отличаются сравнительной оперативностью и планомерностью информации, актуальностью обсуждаемых на их страницах проблем литературной и общественной жизни. Литературно-художественные журналы предполагают наличие у своего читателя особого интереса к художественной литературе и литературному процессу и определенную (хотя и не обязательно профессиональную) литературную подготовленность» [6; 312].

В.Я. Лакшин в своем исследовании «Феномен «толстого» журнала в России как явление национальной культуры» предполагает, что все научные исследования условно можно разделить на четыре основных подхода:

журналистский, культурологический, социологический и литературоведческий [7; 95].

С точки зрения российской журналистики, «толстый» журнал – «представляет собой поле для идеологической, общественной борьбы. С этих позиций анализируется специфика отражения основных событий того времени. Тот или иной журнал вписывается в историю русской журналистики как равный прочим. И это закономерно: с точки зрения формата издания литературно-художественный журнал – полноправный участник журналистского процесса, поскольку он работает с текущим литературным процессом и, используя термины журналистики, информирует своих читателей о состоянии этого процесса. А «общественно-политическая» часть вступает с читателем в активный диалог о животрепещущих проблемах современности» [7; 107].

Социологический подход: здесь Б. Дубин (автор статей и исследователь социологии в литературных науках) рассматривает литературу как социальный институт, а «толстый журнал» как канал распространения литературы. Исследователь выявляет именно общую функцию, выполняемую любым «толстым» журналом: «Что касается толстого журнала, то он все больше выступает теперь рутинизирующим элементов литературной системы. Впервые в российской истории он не репрезентирует институт критики, литературное сообщество или большое общество, его программу культуры, а представляет лишь литературно-консервативный его сегмент прежней социокультурной конструкции» [4; 73].

Литературный подход рассматривает место литературно-художественного журнала в текущем литературном процессе и изучает его как самостоятельное явление литературы. «Русский журнал пережил с тех пор много фаз развития – вплоть до полного омертвления журнала как самостоятельного литературного явления. Сейчас "журнал", "альманах", "сборник" – все равно: они различны только по направлениям и по ценам. (И по материалу). Но ведь это не все – сама конструкция журнала ведь имеет свое значение; ведь весь журнальный материал может быть хорош, а сам журнал как таковой плох. А ведь то, что делает журнал нужным, – это его литературная нужность, заинтересованность читателя журналом, как литературным произведением особого рода» [7; 147], – еще в начале XX века писал Ю.Н. Тынянов в статье «Журнал, критик, читатель и писатель», сравнивая современные ему журналы и журналы времен А. Бестужева и П. Катенина.

Таким образом, можно сделать вывод, что подходов к определению и к роли литературно-художественных журналов достаточно, чтобы выявить, какими сущностными чертами и характеристиками обладает «толстый» журнал в России.

Во-первых, «он всегда «собирает, организатор нового литературного поколения». И «журнальный бум», как и спад тиражей и снижение статуса журнала, всегда становится значимой чертой литературной ситуации. В

«золотой век» толстых журналов – в середине XX века – вся литературная общественность и большой массив читателей делился по признаку «принадлежности» к тому или иному журналу» [3].

Во-вторых, «русский «толстый» журнал должен имеет свое направление», которое «складывается из системы принципов отбора материалов для публикации в журнале, вырабатываемых редколлегией и всегда подкрепленных авторитетом главного редактора» [9; 219].

В-третьих, «толстый» русский журнал должен точно соответствовать своей двусоставной структуре: он и литературно-художественный, и общественно-политический». Это связано сразу с несколькими смысловыми узлами бытования литературы как вида искусства. На протяжении нескольких веков все общественные и политические процессы страны в том или ином виде находили отражение в литературе, в том числе тогда, когда литература была единственной возможностью говорить о каких-либо процессах и событиях. Кроме того, такое сочетание литературы и политики напрямую связано со «стремлением объединить под своим знаменем и новое поколение писателей, и новое поколение читателей, влияя не только на литературную, но и на общественную жизнь страны» [9; 222].

Также, по А. Головину, литературно-художественный журнал должен обладать типологическими признаками, которые определяют лицо толстого отечественного журнала: «он должен иметь свое идеологическое «направление», точно соответствовать своей двусоставной структуре: он и литературно-художественный, и общественно-политический журнал, главным героем и критерием русского журнала является читатель, и литературная критика – «душа» журнала в России» [3].

Социокультурная сущность литературно-художественных журналов, по мнению Головина, проявляется в том, что они являются одним из важных механизмов воспроизводства и передачи социального опыта, воплощенного в формах, наиболее актуальных для читательской аудитории. Литературно-художественные журналы как социокультурный феномен существуют в диалектическом единстве специфической самооценки искусства и социально-культурных потребностей общества. Именно поэтому содержательные изменения в литературно-художественных журналах являются своеобразным отражением происходящих социально-экономических процессов.

При этом толстый журнал во все времена являлся институтом, формирующим общественное сознание, ценностный потенциал отдельной личности, неким механизмом, способствующим решению проблемы культурной идентификации человека как способа обретения духовной и эмоциональной устойчивости личности, выработки антропологических ценностей, осознания сопричастности к единой культурной общности, культурной политике государства, к национальной культуре.

Благодаря литературно-художественным журналам как константе пространственной концентрации ценностей культуры возможности сохранения культуры, духовного совершенствования и культурного развития общества явно расширяются.

Литература:

1. Булгаков М. А. Мастер и Маргарита. – М., 1992.
2. Википедия. Свободная энциклопедия – [электронный ресурс] https://ru.wikipedia.org/wiki/Литературный_журнал
3. Головин А. / Научная библиотека диссертаций disserCat <http://www.dissercat.com/content>.
4. Дубин Б. Борьба за прошлое // Интеллектуальные группы и символические формы.
5. Очерки социологии современной культуры. – М., 2004.
6. Князев А.А. Энциклопедический словарь СМИ. – Бишкек: Издательство КРСУ. А. А. Князев. 2002.
7. Лакшин В.Я. Феномен «толстого» журнала в России как явление национальной культуры // Берега культуры. – М., 1994.
8. Русова Н.Ю. Терминологический словарь-тезаурус по литературоведению. От аллегории до ямба. – М.: Флинта, Наука, 2004.
9. Снигирева Т.А. А.Т. Твардовский. Поэт и его эпоха. – Екатеринбург, 1997. Тынянов Ю. Н. Журнал, критик, читатель и писатель // Поэтика. История литературы. Кино. – М., 1977.

А.А. Семихатских,
Сургутский государственный
педагогический университет,
г. Сургут, Российская Федерация
nastyasem92@yandex.ru
(Научный руководитель – Ларкович Д.В.,
доктор филол. наук, доцент)

МАНИПУЛЯЦИЯ МАССОВЫМ СОЗНАНИЕМ ЧЕРЕЗ МИМИКРИЮ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ В ПЕЧАТНОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Аннотация. В статье раскрыты основные аспекты манипуляции в сфере печатной журналистики через проникновение в нее рекламного контента. Также определены факторы, позволяющие отличить журналистские тексты от материалов паблик рилейшнз.

Ключевые слова. Манипуляция массовым сознанием, паблик рилейшнз, реклама, печатная журналистика.

Исторически сложилось, что средства массовой информации играют важную, а порой и решающую роль в истории государства. Ни одна революция Нового времени не свершалась без активного вмешательства в нее журналистики, будь то Великая французская буржуазная революция, Английская буржуазная революция, Гражданская война в США или Октябрьская революция в России.

Манипулируя фактами, любую информацию можно исказить так, как это будет выгодно тем или иным изданиям, политическим партиям, государству. Таким образом происходит манипуляция массовым (общественным) сознанием.

Традиционное понятие манипуляции напрямую связано с журналистикой и неотделимо от нее. Манипулирование также лежит в основе рекламы и PR-менеджмента. Понятия рекламы и журналистики до недавнего времени развивались отдельно друг от друга, однако в современности возникает новый вид манипуляции, суть которой заключается в синкретизме этих направлений. Все чаще материалы СМИ несут в себе рекламный контент, выдавая рекламу за продукт журналисткой деятельности.

Печатная реклама – одна из самых востребованных форм рекламной коммуникации. Нет такого рекламодателя – частного, государственного, коммерческого, который бы не воспользовался ею хоть раз [2; 62]. В научных трудах по основам рекламы существует разделение рекламы в прессе на две категории: рекламные объявления и публикации обзорно-рекламного характера, которые несут иногда косвенную, а иногда прямую рекламу. Отмечается также, что именно реклама второй категории является наиболее эффективной и подразумевает комплекс мероприятий, направленных на создание позитивного отношения широких слоев общественности к организации-рекламодателю. Такая деятельность имеет свое название – паблик рилейшнз или пиар.

В биологии существует понятие мимикрии, которое означает у некоторых животных и растений сходство окраски и формы с окружающей средой, способствующее им в борьбе за существование. Аналогия этого понятия применима к рекламной пропаганде в СМИ.

Мероприятия паблик рилейшнз бывают четырех направлений: презентации и пресс-конференции, финансирование общественно-полезных мероприятий, спонсорство и, наконец, публикация редакционных материалов престижной направленности в прессе и других средствах массовой информации.

Г.С. Мельник отмечает, что между СМИ и пиаром образовалась связь, которая внешне похожа на естественное партнерство. На самом же деле бюрократические изменения претерпел процесс передачи информации от источника к аудитории [4]. Журналистика все чаще выступает в качестве проводника между пресс-службами и своими читателями. Зачастую сведения видоизменяются настолько, что в них трудно отделить факт от псевдофакта, информацию от дезинформации [3].

К преимуществам распространения рекламы в печатных СМИ относят «гибкость, своевременность, большой охват местного рынка, широкое признание и принятие, высокая достоверность» [1; 33]. Используя доверие читателей к печатным СМИ, представители паблик рилейшнз продвигают фирмы-рекламодатели. Ф.Г. Панкратов говорит о пиар как о науке и искусстве, синтезирующем усилия различных специалистов – психологов,

социологов, экономистов и журналистов, которые должны разрабатывать и проводить кампанию по развитию авторитета фирмы [5].

Установление деловых отношений с печатными и электронными средствами массовой информации очень важно для любой государственной или коммерческой структуры. Однако то, что положительно сказывается на организации, может подорвать доверие к СМИ, если продвижение и реклама фирмы будет слишком явной. Но даже если PR-кампания проходит успешно и удовлетворяет интересы всех трех сторон (фирма–СМИ–аудитория), то остается вопрос к качеству такой журналистики.

Журналистика, реклама и пиар имеют схожую технологию производства. Они прибегают к одинаковым приемам в творческом процессе, а также методам распространения и влияния на аудиторию.

Однако, являясь элементами социальной коммуникации, реклама и паблик рилейшнз – лишь косвенно касаются журналистики, так как основная задача журналистики – служение обществу, а задача пиара – продвижение бренда, компании, фирмы.

Манипуляция – скрытое психологическое воздействие на человека, нацеленное на то, чтобы добиться от него выгодного инициатора поведения.

Обычно журналисты не прибегают к манипуляции как таковой. Они обращаются к речевому воздействию, которое в широком смысле означает воздействие на индивидуальное/коллективное сознание и поведение, используя различные речевые средства. Воздействие отличается от манипулирования открытым, а не скрытым психологическим характером. Ключевым в определении манипуляции является слово «скрытое». При манипуляции внешний смысл слов, обращения или действия по отношению к другому человеку не совпадает с внутренним смыслом.

Восприятие рекламы представляет собой сложный процесс анализа и синтеза. Его особенность заключается в целостности. Степень воздействия рекламы в целом зависит от степени воздействия ее отдельных частей. Так, представление информации неквалифицированным диктором может снизить общее впечатление о радиорекламе в целом, хотя само содержание рекламного текста может представлять большой интерес для слушателей. Таким образом, все части рекламного обращения должны быть целенаправленны и обладать достаточной силой воздействия.

Именно поэтому мимикрия паблик рилейшнз в журналистике, в отличие от мимикрии в бизнесе, стремится не только подстроиться под первоначальный вид, но и перетянуть на себя основное внимание аудитории. Поэтому рекламные тексты в газетах и журналах обычно размещаются на самом привлекательном для зрительных рецепторов человека месте, сопровождаются красочными иллюстрациями, крупными и броскими заголовками или имеют собственный шрифт/колонку/рубрику.

Удивительно, но часто рекламные объявления и материалы паблик рилейшнз более обращены к читателю, чем журналистские материалы.

Газеты, как и другие средства массовой информации, подвержены широкому проникновению рекламы и пиар-текстов. Преобладающее большинство газет и журналов не могут отказаться от заказных материалов в силу материальных причин. Финансирование публичных рилейшнз, а также партнерские отношения с организациями выгодны для средств массовой информации. Несмотря на все изменения, газеты по-прежнему остаются идеальным средством рекламирования для фирмы, которая хочет иметь широкий круг клиентов [1; 36].

Главная задача газет и журналов, живущих помимо продажи тиража за счет публикаций заказных материалов, состоит в том, чтобы привлечь внимание аудитории к заказчику. Поэтому стоит определить те критерии, которые позволяют отличить PR от истинных журналистских текстов.

- если в репортаже о прошедшем событии фигурирует не только упоминание организатора, но также интервью с ним и выражение похвалы;
- если в журналистском материале фигурирует информация, которая не имеет прямого отношения к информационному поводу;
- если в материале журналист отдает предпочтение одной организации/партии либо ставит ее в более выгодное сравнение с конкурентами;
- если в журналистском материале при наличии отрицательных факторов событие рассматривается только с положительной стороны.

Каждый журналист может с легкостью определить, заказной перед ним текст или нет. Но преобладающее большинство читателей не задумываются или вообще не догадываются о том, что текст может быть заказным. Обращая внимание на вышеперечисленные факторы и детали, можно с легкостью обнаружить мимикрию публичных рилейшнз в журналистском тексте.

Изъятие мимикрии рекламы из печатных изданий невозможно, так как пиар-тексты являются одной из основных составляющих финансового благополучия СМИ. Но обман может подорвать авторитет СМИ, либо, оставаясь нераскрытым, продолжать дезинформировать людей.

Однако не стоит забывать, что далеко не вся мимикрия публичных рилейшнз в журналистских изданиях несет в себе негативный характер. Синкретизм журналистской информативности и выгоды рекламодателя – это единственный выход в создании подобных материалов.

Литература:

1. Блюм М. А., Молоткова Н. В. Основы использования средств рекламы в коммерческой деятельности. Тамбов. : ТГТУ, 2006. – С. 1–83.
2. Иншакова Н. Г. Реклама в печатных изданиях и печатная реклама: о проблемах терминологии, классификации и качества // Известия высших учебных заведений : сб. ст. – М. : Изд-во МГУП, 2005. – С. 57–64.
3. Коношенко Б. В. Журналист все чаще становится не автором, а аранжировщиком информации // Журналист – это больше чем профессия: сб. ст. – СПб. : Изд-во СПбГУП, 2005. – С. 163.

4. Мельник Г. С. Журналистика – это технология, замешанная на нравственности // Актовые лекции в Санкт-Петербургском гуманитарном университете профсоюзов. – СПб. : Изд-во СПбГУП, 2005. – С. 54.
5. Панкратов, Ф. Г., Баженов Ю. К., Шахурин В. Г. Основы рекламы. – 2-е изд., перераб. – М. : Дашков и К, 2007. – С. 364.

Ю.И. Светлова,
*Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация*
vol4onokru@yandex.ru
(Научный руководитель – Григоренко С.Г.,
канд. филол. наук, доцент)

ДИКТОР КАК НРАВСТВЕННО-РИТОРИЧЕСКИЙ ЭТАЛОН ЭПОХИ: ДИАХРОНИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация. В статье рассматривается роль диктора в речевом и нравственном воспитании общества. Проанализированы характерные особенности речевого поведения дикторов на разных исторических этапах. Проведен сравнительный анализ речи дикторов в советское время и в наши дни. Выявлен ряд закономерностей в требованиях к профессиональным качествам дикторов, а также в построении радиоэфира с точки зрения речевой культуры. Рассмотрена проблема утери просветительской функции теле- и радиовещания в связи с понижением уровня речевой культуры дикторов. На основе проведенного исследования доказана важность роли диктора как нравственно-риторического эталона для общества.

Ключевые слова. Диктор, риторический эталон, Г.П. Грайс, М.М. Бахтин, Ю. Левитан, радиовещание, слово, стиль.

Дикторы, которые несут в эфир русское слово, просто обязаны стремиться не только к хорошей, грамотной, но к *эталонной* речи, несмотря на всю оперативность, даже спешку, присущую работе в эфире.
Ю. Левитан

Радиовещание – особое направление журналистики. Радио позволяет посредством звука не просто передавать человеку информацию, но и рисовать в его сознании картину происходящего в мире. И самую важную роль в радиожурналистике играет речь радиоведущего. О важности ее в акте коммуникации писал М.М. Бахтин: «Высказывание с самого начала строится с учетом ответных реакций, ради которых оно, в сущности, и создается»[1; 274]. Если в беседе тет-а-тет возможно наблюдать ответную реакцию слушателя, то в радиоэфире ведущий не видит своей аудитории, следовательно, он лишен возможности непосредственно регулировать средства воздействия на слушателей, сообразуясь с их реакцией. Чтобы выйти из затруднения, вызванного отсутствием обратной связи, необходимо прогнозировать, представлять, как эта невидимая аудитория может реагировать на то, что было сказано и, исходя из этого, строить свою речь.

Принципы и правила, на которых строится нормальная человеческая коммуникация, были сформулированы Г.П. Грайсом; одно из них гласит, что «высказывание должно быть по существу» [2; 67]. Это правило требует от коммуникантов, чтобы их высказывания имели отношение к теме, ситуации. Именно поэтому радиоведущий должен следить за чистотой своей речи, не допускать ошибок, говорить по существу, одним словом, быть понятным любому слушателю.

Ну и наконец, в речи радиоведущего немаловажную роль играет драматургия. Очень емко основные аспекты этой особенности сформулировал Поль Сопер: «Вводные замечания должны быть краткими, целеустремленными и интересными, все последующие – свободными от общих мест. Пример вплотную идет за примером, заранее намечены пункты, освежающие внимание. Переход от одного раздела к другому происходит быстро, фразы коротки: не более чем в 20 слов. Слово должно быть насыщено смыслом, обладать ритмом и отличаться образностью. Финал не следует затягивать: он должен состоять из одной-двух энергичных фраз или коротенького примера, а ни в коем случае не из пространных выводов»[3].

С самых истоков зарождения радиовещания в нашей стране речевому поведению радиоведущего уделялось особое внимание. Первые опыты радиопередачи начались в СССР еще при жизни Ленина, в 1919 году. Ленину изобретение понравилось настолько, что он назвал его газетой без расстояний. Таким образом, радиоэфир стал пространством для агитации и пропаганды. К 1959 году СССР занимал первое место в мире по мощности радиостанций и второе – по количеству радиоприемных установок – на 4 человек к этому времени приходилось по 1 установке. В год в СССР выпускались десятки миллионов радиоприемников. Общая продолжительность вещания по разным параллельным программам в СССР превышала 600 часов в сутки. Неоценима роль радиоприемника в годы войны, когда десятки людей собирались у установленной прямо на улице коробочке с рупором, чтобы послушать последние новости или, как это было в блокадном Ленинграде, стихи Ольги Берггольц или музыку Шостаковича, а голос диктора Юрия Левитана стал камертоном внутренней жизни страны. Речь ведущего в эфире имела большое значение, ведь человек равнялся на диктора, диктор был для него вестником того, что происходит в мире. Поэтому культуре речевого поведения уделялось особое внимание при подготовке студентов-журналистов.

Сам Юрий Левитан отмечал: *«В начале 30-х годов дикторская профессия только создавалась, и никто толком не знал, что такое диктор: актер? пропагандист? агитатор? информатор? Одни говорили: читайте безучастно, вы же читаете не собственные тексты, что вы вкладываете свою душу? С ними спорили: нет, диктор – это актер; он должен «раскрашивать» текст, чтобы заинтересовать радиослушателя, создавать какие-то образы. А третьи говорили: диктор – гражданин своей страны,*

который небезучастен ко всем происходящим в ней и в мире событиям; он должен быть причастным к свершениям, мыслям и мечтам своего народа. Но в целом дикторская функция понималась тогда несколько шире. Не редкостью были передачи, в которые входили кроме политических материалов и какие-то зарисовки, памфлеты, лирические стихи и даже частушки или куплеты на злобу дня» [4].

В те годы диктор воспринимался больше, чем просто вещатель. Побуждая людей выполнять пятилетки в три года или быть вежливыми со старшими, он был агитатором. Донося до них самые свежие новости и сводки, он был информатором. Даруя веру в светлое будущее нашей страны и прививая любовь к Родине, он был гражданином. Говоря правильно, точно и грамотно, он был культурным эталоном.

Сверхзадача диктора в то время определялась так: донести до слушателя суть материала, его идею как можно ярче, заострить внимание на главной мысли, на интересных деталях, научиться быстро переключать внимание с одного сообщения на другое, меняя ритм, темп, мелодику, отношение к сообщаемому. *«И все это сдержанно, где нужно – эмоционально, иногда – эскизно, но без театральности, тактично. И всегда – с уверенностью, что ты не сторонний наблюдатель, что ты помогаешь людям выращивать хлеб, растить детей, духовно их обогащаешь»[4].*

К 80-м годам радио СССР заговорило по-новому. Потребовался более быстрый ритм, многие радиопередачи СССР вышли в обновленном виде. Но любимыми советскими радиопередачами по-прежнему оставались «Пионерская зорька», «С добрым утром!», «Концерт по заявкам», «КОАП», «Радио-няня», «Клуб знаменитых капитанов», «Встреча с песней», «Ровесники». В отличие от телевизора, радио на коммунальных кухнях и в личных гостиных вещало почти без перерыва, и целые поколения советских людей выросли под голоса ведущих старых передач на радио СССР.

В СССР на Всесоюзном радио к культуре речи дикторов относились строго, был контроль над речью в эфире и продуманная система повышения языковой квалификации. Сегодня, к сожалению, многое в этом важном деле упущено: лишь на отдельных радиоканалах предпринимают меры, позволяющие хоть как-то предупреждать речевые ошибки дикторов.

Культура речи на радио играет важную роль в формировании культуры населения. На радиоведущего должны равняться. В Советском Союзе диктору помимо информационной, вменялась еще одна немаловажная функция – просветительская.

Рассмотрим это на примере речи эталона дикторского мастерства Юрия Левитана. Фрагмент передачи «Говорят и пишут ветераны».

Память войны – это и обелиски павшим героям, и отцовские ордена, и фронтовые треугольнички, стершиеся по краям, совсем пожелтевшие.

Война. Она такой вдавила свет

И мертвых столько положила,

*Что двадцать лет и тридцать лет
Живым не верится, что живы.
А к мертвым, выправив билет,
Все едет кто-нибудь из близких.
И время добавляет в списки
Еще кого-то, кого нет
И ставит, ставитobeliski.*

Прекрасные эти стихи написаны Константином Симоновым. Стихи о нашей памяти обobeliskах, к которым мы приходим в День Победы.

«А у нас, североморцев, – пишет нам Владимир Павлович Жуков, – свой обычай. Ежегодно в необычные рейсы отходит от мурманского порта суда. Их путь лежит в море к священным координатам, известным всем морякам. Там где в Баренцевом море сражались, не спустив флага, сторожевые корабли «Пассат», «Туман», Теплоход «Пролетарий».

Письмо товарища Жукова мы отправили нашему мурманского корреспонденту и попросили его сходить с моряками в этот необычный рейс.

Мы видим, как даже в таком маленьком отрывке идеально выстроена композиция. Вступление – ведущий рассуждает о том, что такое война. После стихов Левитан подводит нас к основной части – письму североморца В.П. Жукова о местной традиции празднования Дня Победы. Письмо является связующей нитью, подводящей нас к заключению, – решению об отправке в необычный рейс корреспондента. Композиция четкая и удивительно выверенная, каждое слово продуманно.

Обращает на себя внимание стилистическая стройность и грамотность письма В.П. Жукова, что явилось, скорее всего, результатом работы редактора. Этот пример замечательно демонстрирует отношение к звучащему в радиоэфире слову. Мы чувствуем тонкую грань недопустимости сугубо разговорного дискурса в публичной сфере. Заметим кстати, что в современном радиовещании разговорность стала одной из главных черт медиадискурса. В погоне за «понятностью» речи ведущего для слушателя руководство радиостанций часто путает понятность и отсутствие речевой культуры. Стараясь быть «ближе к людям», дикторы все меньше используют грамотную литературную речь, не следят за ее чистотой, не пользуются богатством речевых единиц для достижения красоты передаваемого материала.

Возвращаясь к речи Юрия Левитана, отметим, как при помощи соответствующих языковых единиц он показывает образ войны для разных людей – «obeliski павшим героям» – для людей будущего, «отцовские ордена» – для людей настоящего (живших во времена выхода передачи), «и фронтовые треугольнички, стершиеся по краям, совсем пожелтевшие» – для ветеранов, участников той войны. И для каждой категории людей Левитан сумел подобрать действительно важные слова, которые еще и выделил

соответствующей интонацией: первое – с торжественностью, второе – с гордостью, третье – с невероятной теплотой.

Стихотворение К. Симонова, которое само по себе является ярчайшим изобразительно-выразительным средством, прочитано Левитаном так, что слушатель невольно проникается высоким чувством. Верно расставлены логические ударения в тексте. Особенно ярко это проявляется в интонационном противопоставлении «мертвые – живые». Что касается интонационных приемов выразительности речи, здесь Левитан продемонстрировал все свое мастерство:

Война. Она такой вдавила свет

И мертвых столько положила,

Что двадцать лет и тридцать лет – восходящее интонирование, напряжение, микропауза в конце;

Живым не верится, что живы – нисходящее интонирование, логическое ударение на слове «живы». Это показывает значимость подвига героев войны;

А к мертвым, выправив билет,

Все едет кто-нибудь из близких – восходящее интонирование, напряжение, пауза в конце;

И время добавляет в списки

Еще кого-то, кого нет

И ставит, ставит обелиски – нисходящее интонирование, напряжения уже нет, слова «ставит, ставит» произнесены через микропаузы, что дает слушателю ощущения ударов, человек будто слышит, как обелиски ставят по всей стране тут и там. И на слове «obeliski» логическое ударение. Память о героях будет вечной.

Далее мы слышим, как меняется речевое поведение диктора. Левитан переходит к письму от слушателя и, читая его, передает нам настроение самого человека. «*А у нас, североморцев*» произнесено с теплотой, по-свойски. Далее рассказ о рейсе к местам боевой славы советских кораблей тоже интонационно выверен – спокойная интонация на фрагменте «Ежегодно в необычные рейсы отходит от мурманского порта суда. Их путь лежит в море к священным координатам, известным всем морякам», и восходящее, торжественное интонирование на словах о подвиге судов: «*Там, где в Баренцевом море сражались, не спустив флага, сторожевые корабли «Пассат», «Туман», Теплоход «Пролетарий».*

В заключении речи Левитан вновь возвращается к своей обычной манере ведения, спокойной, "своей", делая логическое ударение на словах «товарища Жукова», показывая тем самым важность слушателя и его рассказа.

На примере маленького отрывке одной передачи можно понять, сколько эмоций, красоты и смысла вложено в него Левитаном. И таких отрывков за один эфир у советского диктора были сотни, а за все эфиры Всесоюзного радио – миллионы.

По словам еще одного выдающегося диктора Гостелерадио Ольги Высоцкой, «человек, каждодневно подходящий к микрофону с тем, чтобы рассказать обо всем, чем живет наша страна, весь мир, должен постоянно следить за своим духовным ростом, постоянно обогащать свои знания во всех областях. Бывает заметно, когда у диктора маловато знаний, когда его собственная культура не на уровне той информации, которую он несет. Конечно, быть знающим все на свете вряд ли возможно, но постоянно восполнять пробелы, имеющиеся в знаниях, необходимо. Поэтому критическое, беспокойное отношение к своим достижениям, знаниям, успехам – залог дальнейшего роста и профессионального совершенствования дикторов» [5; 78].

В советскую эпоху диктором мог стать далеко не каждый. Из нескольких сотен человек, пришедших на пробы, к микрофону мог сесть только один. Все дело в том, что диктор должен был обладать целым рядом важных и ценных качеств. Помимо приятного тембра и чистой речи, без единого дефекта, он должен был быть высокообразованным человеком, чтобы не только уметь владеть языком, говорить грамотно, но и уметь привнести в программу такие материалы, которые не только идеально подойдут теме, но и будут интересны и познавательны. Но самую важную роль, несомненно, играло искусство владения языком.

Ведь это только на первый взгляд язык радио – язык информационных, просветительских, политических передач, можно было бы характеризовать как некий упрощенный, сухой, официальный, подчеркнуто правильный, лишенный живых красок разговорной речи. Да, в нем присутствовали эти качества в силу определенных официальных государственных функций самого радио, особенно на первых, ранних этапах его существования. Но и тогда уже закладывались основы живого, достаточно богатого красками разговорного языка радио, передававшего и пафос, и достаточно нейтральную информационность, и осуждение, и гнев, и иронию и даже шутливость – все, что сопровождало тогдашнюю достаточно бурную политическую, социальную и культурную жизнь. Все эти качества живого звучащего слова дикторы должны были умело передать в своей работе перед микрофоном только своим голосом, интонацией, темпом речи, через нюансы и оттенки звучащих слов и фраз. Разумеется, этот язык возник не сам по себе, спонтанно. Процесс шел с двух сторон: с одной – это повседневная практика работы у микрофона журналистов, дикторов, артистов, с другой – исследования и рекомендации ученых-языковедов, лингвистов, изучавших особенности звучащего слова, живого языка радио. Уточнялись и корректировались нормы повседневного официального литературного языка в соотношении с живым чтением, ведением живого разговора у микрофона. Так создавался в определенной степени новый язык, который можно, пожалуй, определить как «литературно-разговорный».

В качестве дополнительной иллюстрации следует вспомнить готовившуюся на протяжении многих лет редактором Зоей Люстровой

передачу «В мире слов», постоянным ведущим которой был Владимир Николаевич Балашов. Его ведение было отмечено высочайшим мастерством, выразившимся в удивительной доступности восприятия материала программы для слушателя при некоторой отстраненности самого ведущего. Когда Владимир Николаевич умер, его сменил другой диктор Всесоюзного радио Евгений Павлович Терновский. И здесь в весьма популярной форме и в то же время с достаточно глубокой степенью научности подготовленный текст удачно сочетался со спокойным бархатным баритоном ведущего, за которым с яркой отчетливостью прослеживалось качество, безусловно, свойственное дикторам Всесоюзного радио: полное понимание и знание того, что ему приходится делать у микрофона. Программа была, вне всяких сомнений, из категории востребованных и ожидаемых [6].

В процессе работы на радио определялась и такая особенность дикторской деятельности, как темп чтения у микрофона. Он был таким, что позволял практически любому человеку, находящемуся у приемника, полностью воспринять звучащий материал на слух и понять услышанное сообщение вне зависимости от присущих разным людям индивидуальных возможностей и даже недостатков, например, ослабленного слуха. Было важно донести в полном объеме информацию до каждого, включая и пожилых людей (самых внимательных, кстати, слушателей) и тех людей в нашей особо многонациональной стране, которые порою далеко не в совершенстве владеют нашим государственным русским языком.

Формировались определенные принципы работы диктора у микрофона, умение учитывать и содержание материала, например, информационных сообщений, которые нередко требовали определенной публицистичности, или текстов художественных и концертных программ, требовавших больше эмоциональности, душевности, непринужденности. Диктор у микрофона обязан учитывать самые различные условия и специфику исполнения: содержание материала, характер, контекст и особенности времени, эмоциональную атмосферу. А она, как и вся жизнь человеческая, бывала то повседневно-будничной, то праздничной и торжественной, то знаменовалась какими-либо драматическими, а то и трагическими событиями.

Таким образом, главным во все годы оставались профессиональная ответственность дикторов, уважение и любовь к своей профессии, общая культура, источником которой был всегда наш богатый русский язык, и ощущение большой важности самой работы у микрофона Всесоюзного радио. Может быть, определяя принципы работы диктора у микрофона, стоит вспомнить написанные прекрасным диктором, великолепным педагогом и, в целом, талантливым во многих отношениях человеком Сергеем Александровичем Богомоловым в конце 70-х годов в качестве назидания в день рождения одному из молодых коллег строчки:

Учитесь говорить слова,

Учитесь мысль беречь,

*Хранить родную нашу речь:
Ведь "Говорит Москва"... [5; 85]*

В 1991 году с распадом Советского Союза в страну пришла свобода и пропаганда Запада. Это не могло не отразиться и на СМИ, в том числе на радиовещании. За 20 лет появилось множество различных тематических радиостанций. И, если дикторов на советском радио можно было пересчитать по пальцам, теперь же радиоведущих музыкальных коммерческих станций становилось все больше с каждым годом. Разрастался штат радиоведущих, вместе с тем менялась и культура речевого поведения на радио.

Радио стало интерактивным. Слушатель теперь активно вовлекается в беседу, принимает участие в эфирных акциях. Поэтому для современного радиоведущего важно обеспечивать успешность коммуникации. В большинстве передач в начале эфира для радиоведущего характерно прямое обращение, в первую очередь, к самим радиослушателям, затем ведущий представляется сам, определяет тему эфира и лишь в последнюю очередь представляет своего гостя, независимо от его социального статуса, должности и других факторов. Это обеспечивает успешность коммуникации, подчеркивает важность адресата, которым в данный момент выступает радиослушатель, так как все передачи направлены на него.

Кроме того, речь радиоведущего упрощается. Стиль речи становится более разговорным. Появляется четкая граница между речевым поведением информационного и линейного ведущего. Кстати, стиль речи информационного ведущего схож с речевым поведением советских дикторов. Это позволяет лаконично донести информацию для слушателя. Слушая новости, человек настроен на потребление информации, поэтому разговорно-просторечный вариант здесь недопустим. Тогда как развлекательная программа несет в себе, в первую очередь, рекреационную функцию, она призвана развлечь, расслабить слушателя. В этом случае радиоведущий может позволить себе фривольность в речи, стиль становится полностью разговорным, упрощаясь до так называемого «междусобойчика». Сверхзадача современного радиоведущего – дать почувствовать каждому слушателю, что он добрый друг диктора.

Исследователи многих стран относятся к изучению речевой культуры на радио с особой щепетильностью. Например, в Японии существует Научно-исследовательский институт радиовещания, основной деятельностью которого является изучение влияния речевого поведения радиоведущих на слушателей. Институт выпускает множество изданий, среди которых "Исследование синтаксиса текстов радиопередач", "Словарь произношения японских географических названий". Подобной работой в Японии занимается также Общество изучения лексики радиопередач Лиги частного вещания.

В США изучением речевой культуры радиоведущих занимаются многие университеты страны. Именитые профессора издают научные статьи на темы, так или иначе связанные с речевым поведением радиоведущих. Джон Карлейль в своей работе «Постановка и руководство радиопередачами»

анализирует все этапы подготовки радиовыступления и его словесного оформления. Уильям Дж. Гофман в монографии «Ораторское искусство на радио» рассматривает проблемы языка радио в связи с задачами воздействия на различные категории слушателей. Вальдо Аббот в своем «Справочнике по радиовещанию» подробно рассматривает структуру радиоречи, использование в ней образных средств, а также дает рекомендации по грамматике и фонетике, вытекающие из специфики работы у микрофона. Однако во всех этих работах больше внимания уделено жанровому своеобразию радиовещания, тогда как описание языка не носит системного характера ни в одной из работ [6].

Помимо США и Японии, языку радио уделяют внимания исследователи и из других стран: Польши, Чехии, Хорватии, Болгарии, Венгрии и др.

Изданная в нашей стране литература о языке радио может быть условно разделена на три вида. Во-первых, это статьи, рассматривающие языковую практику радиовещания в плане чаще всего нормативно-стилистическом. Их главная цель – установить, соответствует ли использование языковых средств в радиопередачах существующим стилистическим нормам (Былинский К.И. – статьи о языке радиопередач; Вакуров В.Н. «Фразеологические средства и речевые штампы», «О языке теле и радиопередач»; Крысин Л.О. «О языке радиопередач» и др.).

Во-вторых, статьи, назначение которых – описать некоторые специфические особенности звучащей по радио речи, вызванные ее устной формой и тем самым отличающие язык радио от языка газет и других массовых изданий письменной литературы (Шнейдер А. «Язык радиопресссы»; Богуславский С. «Каким должен быть радиоязык»; Кирзнер А. «О языке бесед по радио»; Былинский К.И. «О некоторых особенностях языка радиопередач»; Лазаревич Л.А. «Термины в передачах»).

В-третьих, это работы радиожурналистов, не только рассматривающие общие вопросы мастерства, но и содержащие ценные наблюдения над языком радиопрограмм, сделанных в процессе эфирной работы (Михайлов Б. «Радиоочерк»; Гальперин Ю. «Живое слово», «Внимание, микрофон включен»; Фриш А. «Беседа по радио»; Ревенко А. «У микрофона наш корреспондент»). Список работ можно продолжить. Однако многие существенные вопросы теории и языковой практики радиовещания до сих пор остаются нерешенными. Нередко в книгах и статьях рекомендации носят весьма общий характер («язык радиопередач должен быть простым, ясным, образным, выразительным, ярким» и т.д.), или рекомендации верны лишь в отношении частных случаев.

Мы проанализировали отношение к речевой культуре радиоведущего в середине XX века и пришли к выводу, что раньше к речи диктора на радио относились с большей ответственностью. Речь радиоведущего была объектом пристального внимания множества исследователей. Филологи, языковеды, сами дикторы писали труды по речевой культуре, основываясь на анализе и личном опыте. В настоящее время речевое поведение радиоведущего тоже

изучается, но в меньшей мере и менее глубоко. Сейчас, когда радио стало частью рынка, речь радиоведущего становится все более разговорной, за чистотой речи мало кто следит. Фактические, и даже орфоэпические ошибки у современных радиоведущих не редкость, не говоря уже о загрязнении речи жаргонизмами и словами-паразитами. Если раньше дикторы на радио проходили жесточайший отбор, то сейчас профессия «радиоведущий» поставлена на поток.

Речевой эталон неразрывно связан с эпохой, обусловлен эпохой. Он меняется с изменением общественного строя и системы ценностей. В советское время диктор был нравственным и речевым эталоном. На дикторов равнялись, к ним прислушивались, им подражали. И это подражание шло только лишь на пользу: люди говорили правильно, повышали свою образованность, поднимали культуру. В современном же обществе то, что было табуировано в советское время, приветствуется в радиоэфире. Жаргонизмы, просторечия, сленг и даже бранные слова – все это, к сожалению, становится нормальным для речи современного диктора.

Но ведь просветительская функция радио никуда не делась. Радио, как и телевидение, по-прежнему формирует речевую культуру и грамотность населения. Получается замкнутый круг: в стремлении говорить на одном языке со зрителем диктор, ведущий кодифицирует ненормативный вариант, становится причиной речевых ошибок зрителей и слушателей. Ведь радио, как и телевидение, во все времена будет формировать речевой идеал личности. Хочется верить, что культура речи радиоведущего вновь займет достойное место в радиовещании. И речь диктора снова станет примером того, как нужно правильно и грамотно говорить на родном языке.

Литература:

1. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. Эстетика словесного творчества.– М., 1979.
2. Грайс Г.П. Логика и речевое общение. – М., 1985.
3. Поль Л . Сопер . Основы искусства речи.– М., 1998.
4. Левитан Ю. О нашей профессии. Литературная запись В. Возчикова. <http://dedovkgu.narod.ru/bib/okult.htm> (дата обращения: 23.03.2015).
5. Основы дикторского мастерства. – М.: Гостелерадио СССР, 1978.
6. Андрианов А. Отдел дикторов Всесоюзного радио "ГОВОРIT МОСКВА". http://www.tvmuseum.ru/catalog.asp?ob_no=5738 (дата обращения: 25.03.2015).
7. Зарва М.В. Слово в эфире: О языке и стиле радиопередач: Произношение в радио- и телевизионной речи: справочное пособие. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2011.

Е.А. Суворова,
Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
elenasuvorova.lena@mail.ru
(Научный руководитель – Григоренко С.Г.,
канд. филол. наук, доцент)

К ВОПРОСУ О ЖАНРОВО-СТИЛЕВОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА

Аннотация. Статья посвящена проблеме становления интернет-жанров, описанию жанрово-стилевых особенностей интернет-общения. Опираясь на теоретический материал, автор выделяет группы сетевых жанров, рассматривает коммуникативное пространство Интернета как жанрообразующую среду, способствующую появлению новых жанрово-стилевых форм.

Ключевые слова. Интернет-жанры, цифровое жанроведение, этика общения.

Проблема речевых жанров, как отмечает М.М. Бахтин, лежит на границах лингвистики и литературоведения, а также многих еще не разработанных разделов филологии, которые должны изучать специфическое использование языка во всех сферах общественной жизни и культуры [2; 162].

С появлением большого количества социальных сетей, сайтов, ресурсов для определенного рода «профессионального» общения можно говорить о становлении интернет-жанров. Жанр – это исторически определившийся тип отображения реальной действительности, обладающий набором относительно устойчивых признаков. М.М. Бахтин пишет: «Использование языка осуществляется в форме единичных конкретных высказываний (устных или письменных) участников той или иной области человеческой деятельности. Эти высказывания отражают специфические условия и цели каждой такой области не только своим содержанием (тематическим) и языковым стилем, то есть отбором словарных, фразеологических и грамматических средств языка, но прежде всего своим композиционным построением. Все эти три момента – тематическое содержание, стиль и композиционное построение – неразрывно связаны *в целом* высказывания и одинаково определяются спецификой данной сферы общения. Каждое отдельное высказывание, конечно, индивидуально, но каждая сфера использования языка вырабатывает свои *относительно устойчивые типы* таких высказываний, которые мы и называем *речевыми жанрами*» [2; 160].

«Богатство и разнообразие речевых жанров необозримо, потому что неисчерпаемы возможности разнообразной человеческой деятельности и потому что в каждой сфере деятельности вырабатывается целый репертуар речевых жанров, дифференцирующийся и растущий по мере развития и усложнения данной сферы» [2; 161].

В каждом виде искусства или науки существует собственный «набор» жанров. Новый энциклопедический словарь определяет термин *жанр* как «исторически сложившееся внутреннее подразделение во всех видах искусства; тип художественного произведения в единстве специфических свойств его формы и содержания. Понятие "жанр" обобщает черты, свойственные обширной группе произведений какой-либо эпохи, нации или мирового искусства вообще» [1;106].

Думается, коммуникативное пространство Интернета стало так называемой жанропорождающей средой, которая способствует как более интенсивному развитию жанроведения, так и возникновению новых жанров, свойственных только этой информационной среде. Условно их можно разделить на *информационные, художественные и развлекательные*. К информационным жанрам относятся справочники, учебные издания, рефераты, электронные словари, онлайн-конференции. В широком разнообразии во всемирной сети присутствуют художественные жанры. Они не перестают пополняться. Когда выходит новое произведение, оно обязательно в электронном виде попадает в Интернет. Затем все электронные книги объединяются в электронные библиотеки. Аннотации, рецензии и обзоры являются популярными жанрами. К литературным жанрам присоединяется небольшая часть развлекательных жанров. Это чаще всего юмористические рассказы, анекдоты.

Исследователь Л.Ю. Иванов приводит довольно обширную классификацию интернет-жанров, выделяя их по аналогии с жанрами других сфер общения и объединяя в соответствующие группы:

– **общинформационные жанры**, или жанры новостей (электронные СМИ, включающие обзоры и дайджесты новостей, тематические подборки из различных изданий с комментариями и без, опросы общественного мнения и комментарии к рейтингам популярности политиков, сводки спортивных новостей и комментарии к ним, прогнозы погоды и др.);

– **научно-образовательные** и специальные информационные жанры (электронные научные и учебные издания – монографии, сборники, отдельные научные статьи, пособия, справочники, интерактивные учебные курсы, запросы специальным электронным базам данных и ответы на них, рефераты, Интернет-семинары, онлайн-конференции, психологические тесты, электронные словари и т. д.);

– **художественно-литературные жанры** (электронные библиотеки, обзоры, аннотации, рецензии и др.);

– **деловые и коммерческие жанры** (доски объявлений, аналитические обзоры рынков и отраслей, объявления в службах трудоустройства, электронная рекламная система баннеров и др.) [3; 132].

Стоит отметить появление теории цифрового жанроведения, в задачи которого входит описание и структурирование всего многообразия интернет-жанров и способов их классификации. Интернет-общение предстает привлекательным объектом для исследований. На сегодняшний день активно

защищаются диссертации, пишутся научные работы, посвященные особенностям сетевого дискурса. Многих исследователей интересует жанровое своеобразие интернет-ресурсов. Так, Е.А. Горошко считает главной задачей подобрать такие критерии, которые подходили бы для описания всего жанрового разнообразия Интернета [4].

Как всемирная сеть влияет на уже существующие «бумажные» жанры и появляются ли новые? Условно можно поделить виртуальное пространство на две большие группы. В первую входят исконно сетевые жанры. Это неформальное общение, не принуждающее и не обязывающее человека в дальнейшем: чаты, диалоги. Ко второй группе относятся интернет-ресурсы для разного уровня людей. Это могут быть специализированные форумы по медицине, строительству и т.д. Сюда же можно отнести и диссертации, электронные версии журналов, аннотации. Электронная почта, по сути, ничем не отличается от рукописного письма. Форма осталась та же, отличие лишь в том, что получателю доставляется письмо нажатием одной кнопки и пользователь обеспечен обратной связью.

Сеть стимулирует речевое творчество человека. Важно то, что во всех социальных сетях используется мгновенная передача сообщений, причем у каждой сети она своя. Например, в сети «ВКонтакте» общение происходит посредством «диалогов». Это взаимное общение, когда реплика одного человека сменяется фразой собеседника и происходит постоянная смена ролей. Если кто-то из партнеров отказывается отвечать, то диалог превращается в монолог. Посетители сайта имеют возможность загружать фотографии, видеозаписи, оставлять заметки, создавать различные тематические группы. В сети «Одноклассниках» – через «сообщения», а в сети Facebook – через «чат». Это своего рода новый речевой жанр, который в настоящее время еще не получил названия. Сегодня уже каждый второй человек зарегистрирован в какой-нибудь социальной сети и каждый третий вздрагивает при звуке работающего «Скайпа».

При любом вышеупомянутом общении немаловажную роль играет этика речевой коммуникации. На каком бы интернет-ресурсе человек ни общался, умение соблюдать этические нормы ценится всегда. Деятельность педагогов, работающих в Интернете, определяется педагогической этикой, деловых людей, бизнесменов – давно отработанными законами делового, или бизнес-этикета. В некоторых сообществах поощряется использование сленга, потому что, с одной стороны, это позволяет участникам легче понимать друг друга, с другой – помогает отсеять случайных людей, которые «не в теме». Во многих развитых интернет-сообществах существует FAQ для новичков, в котором поясняются часто используемые слова, выражения и термины. Практически во всем Интернете запрещены некоторые виды поведения. Это флуд (распространение сообщений, не несущих никакой полезной информации), флейм («словесная война»), спам (сообщения рекламного характера), оффтопик (выход за рамки заранее установленной темы

общения), троллинг (намеренная провокация других пользователей с целью разжигания флейма и др.).

Язык пользователей сети Интернет можно разделить на разные категории: профессия, возраст, уровень владения компьютерными технологиями и т.д. Например, есть язык программистов, системщиков, хакеров, который людям из другой сферы будет не понятен. И только небольшая часть языка является общей для всех. Предположительно, эта часть незначительна по сравнению со всем запасом русского языка и существенным образом никак повлиять на него не может. Поэтому интернет-общение – это многогранность различных жанров, которые осуществляются с помощью одного источника связи – интернет-сети. Например, можно сравнить жанры пресс-конференции и online- конференции. В одном случае человек непосредственно находится на месте события, а в другом все происходит посредством Интернета. При этом отпадает необходимость ехать в час пик на другой конец города. Плюсом является то, что экономятся денежные средства и время. Языковых отличий здесь не наблюдается, они обусловлены только формой организации и степенью участия технических средств.

Таким образом, развитие интернет-пространства привело к росту количества социальных сетей. Интернет-сообщества направлены на поддержание отношений с другими пользователями и имеют выраженную коммуникативную направленность. В данной работе было рассмотрено понятие *жанра* применительно к сетевому дискурсу, пространство Интернета как жанропорождающая среда, названы некоторые сетевые жанры интернет-общения.

Исследование показало, что принципиальных языковых и жанровых отличий сетевого дискурса от традиционного на сегодняшний день немного, однако каждая социальная сеть использует свой набор коммуникативных целей и инструментов общения. Наше же исследование призвано поставить проблему, многостороннее решение которой еще только ожидает своих исследователей: лингвистов, литературоведов, журналистов.

Литература:

1. Литературный энциклопедический словарь / под ред. В.М. Кожевникова, П.А. Николаева. – М.: Советская энциклопедия, 1987. – С. 106-107.
2. Бахтин М.М. Собр. Соч. – М.: Русские словари, 1996. –Т.5: Работы 1940-1960 гг. – С. 159-206.
3. Иванов Л.Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста / Л.Ю. Иванов // Словарь и культура устной речи. – М.: Азбуковник, 2000. – С. 131–147.
4. Горошко Е. И. Теоретический анализ интернет-жанров: к описанию проблемной области 2007. – Вып. 5. «Жанр и культура». Электронный ресурс (дата обращения: 20.02.2015).
5. Градосельская Г.В. Анализ социальных сетей. – М.: Наука, 2001.- 163с.
6. Лукина М.М., Фомичева И.Д., СМИ в пространстве Интернета: учебное пособие. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005.– 87с.

Раздел V

Научные и прикладные аспекты культурологии

П.Е. Воронкова,
Дальневосточный федеральный университет,
г. Владивосток, Российская Федерация
lianara@inbox.ru

(Научный руководитель – Дударенок С.М.,
кандидат философских наук,
доктор истор. наук, профессор)

РАЗВИТИЕ ЖЕНСКОЙ ЛИЧНОСТИ С УЧАСТИЕМ АРХЕТИПОВ

Аннотация. В данной статье предлагается новый взгляд на развитие личности человека. На примере развития женской личности автор рассматривает поэтапное развитие творения личного бессознательного, которое тесно связано с Эго человека и выполняет функцию внутреннего голоса, интуиции, которая подсказывает, предупреждает и развивается вместе с самим человеком. Проанализировав художественные творения писателей, фольклор и мифы, автор выделил пять этапов развития «Неизвестного».

Ключевые слова. Женщина, архетип, развитие личности, Анимус, Тень, Персона, этапы развития.

Сегодня в эпоху третьего тысячелетия становится все более очевидным, что важнейшей жизненной задачей каждого человека является самосовершенствование и гармоничное развитие личности. Еще Клиффорд Гирц, американский социолог и антрополог, в своей работе «Влияние концепции культуры на концепцию человека» [12] обратил внимание на немалозначимую взаимосвязь человека и культуры общества. Как культура формирует человека, так и сам человек формирует культуру. Каждый человек – это деталь одного огромного механизма, часть огромной системы – общества и культуры. Поэтому сегодня особенно необходимо уточнение и углубления современного представления науки о формировании и развитии человеческой личности. Последствия удачного или проблемного развития личности отражается не только на самом человеке и его отношении к себе и окружающим, но также и на здоровье общества, а впоследствии и на изменении в самой культуре.

Эрик Хомбургер Эриксон, психолог в сфере психологии развития, утверждал, что процесс развития личности происходит на протяжении всей жизни. В своей работе «Детство и общество» [9] Эрик Эриксон разделил развитие личности на восемь ступеней, стадий жизни человека, которые соответствуют обыденной общей оценке возраста человека: младенчество, раннее детство, возраст игры или иначе именуемый дошкольный возраст, школьный возраст, юность, молодость, зрелость и старость. Каждая стадия отмечается специфичным для нее конфликтом, кризисом, который человеку необходимо преодолеть для перехода к следующей стадии. Успешное разрешение кризиса состоит в установлении определенного компромисса

между противоположными состояниями сознания в пользу позитивного компонента.

У Карла Густава Юнга тоже было свое представление о развитии личности [11]. Процесс развития личности – это стремление достичь самости, прийти к самому себе. Этот процесс длится на протяжении всей жизни, и сам Карл Юнг разделял жизнь на два этапа, между которыми расположен период глубокого кризиса. Первая половина жизни, которая включает в себя детство, юность и молодость, и вторая половина жизни – зрелость и старость. Задача первого этапа – социальная реализованность. Задача второго этапа – это уже путь к своему «Я», открытие закрытых дверей и исполнение своей миссии [10]. Между двумя этими этапами находится кризис, который известен широкой аудитории как кризис среднего возраста. Причиной данного кризиса является требование бессознательного императива искать и реализовывать свое глубинное «Я».

Большое внимание в своих исследованиях Карл Густав Юнг уделял архетипам и отмечал, что образы, приходящие из коллективного бессознательного, имеют определенное влияние на сознательную часть психики.

Внутри человека есть «Неизвестный». «Неизвестный» – это порождение личного бессознательного. Нельзя отождествлять Эго с Неизвестным, так как Неизвестный – это, скорее, отражение Эго в личном бессознательном, то, что постоянно находится на границе сознательного и бессознательного. Неизвестный – это наше «Я», на которое воздействуют определенные архетипы, соответствующие его сути на том или ином этапе развития. В каждый этап развития этот Неизвестный примеряет на себя, как маску, образ соответствующего этому этапу архетипа. Важно помнить, что сам архетип передающий свою «роль», свое имя Неизвестному, должен быть того же пола, что и сам человек. У мужчины это будут мужские архетипы, у женщин – женские. Развитие и становление личности – это постоянное взаимодействие с Тенью и Анимой или Анимусом. На каждом этапе развития происходит тот или иной конфликт, который необходимо разрешить. Задача Неизвестного с наименьшими потерями пройти все испытания, которые приготовила для него Тень, и постараться не стать подчиненным или потерянным Анимой/Анимусом. Испытания и трудности, с которыми сталкивается «Неизвестный», отражены в искусстве. Это мифы, фольклор и труды представителей искусства. Изучив и проанализировав данный материал, можно выделить некоторые особенности испытаний на том или ином уровне развития. Главная цель этого пути – обретения Себя. Иначе, говоря достижение момента, когда Неизвестный обретает свое имя.

Соединив представления о развитии личности Э.Х. Эриксона и К.Г. Юнга, мы выделили пять этапов развития «Неизвестного»: детство, юность, молодость, зрелость и старость (мудрость). Каждому этапу соответствует определенного характера архетип (архетипы) и определенный этап взаимодействия с Анимой/Анимусом.

Если это этап детского возраста, то главные герои (роли Неизвестного) – это дети, следовательно, нам необходимо искать памятники культуры, где главную роль играют дети. Если мы рассматриваем этап молодости, то и герои сказок, мифов и других памятников культуры будут молодые люди. И так поочередно. Единственное главное условие – персонаж выбранной возрастной категории должен быть главным героем.

Взаимодействие с Анимой и Анимусом также требует определенного внимания. Анима и Анимус также развиваются. Можно выделить несколько уровней взаимодействия Анимы или Анимуса с Неизвестным: помощник (ца), жених (невеста), муж (жена), синхронность и поглощение.

Что из себя представляет синхронность и поглощение? Однажды наступает такой этап, когда ваше «Я» тесно взаимодействует с вашей Анимой или Анимусом. И это взаимодействие настолько тесно переплетено, что это образует синхронизацию и порой человек может запутаться в том, кто он на самом деле: мужчина или женщина? А поглощение – это последний этап на пути к Самости. В тот момент, когда ваш Неизвестный поглощает в себя все то, чего ему не хватало, чтобы достичь своей вершины, своей полной глубины, происходит интеграция.

В развитии женской личности «Неизвестный» стремится к Самости, которую Пинкола Эстес называет «Первозданной Женщиной» [8; 11]. На пути своего развития «Неизвестный» приобретает имена главных героинь сказок, мифов, которые соответствуют его этапу развития. Например, на этапе детства – яркий пример – «Красная Шапочка» [2] и «Алиса в стране чудес» [15].

Главные героини этапа детства – это маленькие наивные девочки, которые не умеют различать реальность от воображения, действительное от желаемого. Главная задача этапа детства – это научиться отделять мир сознательного от бессознательного. Самая главная опасность этого периода – «остаться в мире фантазий». Девушка, которая не прошла этот этап, – остается ребенком. Она просто не хочет взрослеть, не хочет брать на себя ответственность и видеть реальность, такой какая она есть. Она не хочет принимать то, что окружающий ее мир не просто неудобный, он еще и жестокий. Самый печальный вариант развития этого этапа – глубокое погружение в мир бессознательного и потеря чувства реальности, а это уже может привести к сумасшествию. Другой более благополучный исход предусматривает тесную связь сознательного и бессознательного. Это может проявляться в ярких постоянных сновидениях, чувстве легкости, счастья, некоторой детской наивности. Этап детства пройден, но вместо того, чтобы Красная Шапочка уступила место следующей роли и проводнику Неизвестного, она продолжает идти рядом, влияя на жизнь, но уже как дар, а не как проклятье. Возможно также удачное завершение этапа детства, но с печальным итогом для Красной Шапочки. Она исчезает, растворяется, остается в лесу вместе со своей бабушкой, когда вместо нее к Неизвестному идет архетип этапа юности. Если Красная Шапочка остается в лесу, женщине

сложнее найти общий язык с ребенком, со своей дочерью или сыном, поскольку ребенок внутри нее самой остался в бессознательном.

Роль Анимуса в этот период проста и одновременно чрезвычайно важна. Он проводник, помощник и защита маленькой девочки. Он может быть Охотником, белым кроликом с часами, братом или другом. Может быть старше и воплощать в своем обличии отца, а если внешне напоминает сверстника или сказочное существо, то станет другом и союзником. Когда Анимус является как брат, это уже указывает на тесную связь девочки с ее мужским Я.

В этап юности Герда из сказки «Снежная Королева» [1; 163] и главная героиня русской народной сказки «Василиса Премудрая» [8; 69–73] представляют, чему должна научиться юная девушка и с какими проблемами справиться. Хорошо представлены основные подростковые проблемы.

В юности девушки особенно остро чувствуют потерю своего Анимуса, он словно исчезает, и из-за этого девочки неосознанно ищут свой идеал в окружающих ее мальчиках. Первая влюбленность, ошибки, разочарования и конечно стремление вернуть свою индивидуальность. В этот период девочек бросает из крайности в крайность. Либо быть как все, либо настолько ярко выделяться, что созданная Персона вытесняет Эго. Девочки, которые вскоре станут девушками, испытывают на своем пути много трудностей, совсем как Герда, которая стремится вернуть своего Кая.

Какие испытания появляются на пути каждой юной девушки? Покой тревожит. Снежная Королева – это сама Тень, на фоне которой маленькая девочка, кажется непривлекательной и слабой. Тень рождает неуверенность и комплексы, а чтобы уверенность пропала, Тень забирает в свою обитель Анимуса, чтобы он не помогал девочке оставаться самой собой. Если не удастся найти и вернуть Анимуса – это приводит к потере индивидуальности. Следующая опасность состоит в том, что Герда не сможет спасти Кая и «разбудить» его до самого прихода Снежной Королевы. Тогда под властью Тени она останется навсегда. А это приводит к печальным последствиям: таким, как равнодушие ко всему происходящему, отвращение к себе, потеря возможности видеть хорошее, потеря интереса к самой жизни. Если власть Тени захватывает Герду, то она умирает. Умирает как личность и в худшем варианте заканчивает жизнь самоубийством.

Также на этапе юности девушка сталкивается с соблазном остаться в зоне комфорта, который творит архетип «Доброй матери». Во многих сказках, отражающую время юности и молодости обязательно происходит смерть «Доброй матери» [8; 75], это необходимый этап взросления, чтобы разбудить чувство самостоятельности.

И последнее – встреча с «Маленькой разбойницей». Разбойница – это та активная, творящая энергия, которая помогает справиться с множеством проблем. Да, она агрессивна, но если смотреть в корень, то Разбойница ближе к «Первозданной Женщине», чем сама Герда. Если Герда навсегда остается в плену у Разбойницы, то, соответственно, последняя занимает ее место. Если

такое происходит, то юная девушка становится невыносимым ребенком. Нарушает правила, капризничает, показывает свой нрав, агрессивна. Это то, что в народе именуют подростковым максимализмом и агрессией. Это сокрушение активной, агрессивной силы творения. Здесь о грезах речи не может быть. Разбойница осознает, какой жестокий мир окружает ее, и она, не жалея себя, рвется в бой и не доверяет никому. Это может привести к быстрому истощению творческой энергии, словно она перегорела, и к неспособности адаптироваться в обществе. Разбойница думает только о себе, и она сможет выжить, но не жить.

В русской народной сказке «Василиса Премудрая» [8; 69–73] отражены главные уроки, которым должна научиться юная девушка: научиться слушать свою интуицию, очистить «Персону» от лишней шелухи, очистить свою голову от ненужного сора, научиться поддерживать огонь и реализовывать свою потребность в творчестве, научиться различать добро и зло, научиться правильно задавать вопросы.

На этапе молодости подходят все имена главных героинь сказок, которым в итоге предстоит выйти замуж. Это этап невесты и молодой жены, у которой еще нет детей [14] [8; 38–42]. Брак, свадьба в начале, в середине или в конце становится неотъемлемой частью этого этапа, и речь идет больше не о браке как таковом, а о браке со своим Анимусом. Сам этап молодости похож на генитальную фазу психосексуального развития [5], так как именно в этот период возвращаются все нерешенные проблемы, вопросы и невыученные уроки. Образ той или иной невесты зависит от того, как удачно или неудачно прошли свой путь Красная Шапочка и Герда.

Роль Анимуса в этот период не однозначна. Неотъемлемой частью становится брак, союз с Анимусом. Анимус может стать хорошим защитником, помощником и мужем. Может помогать, а может, напротив, взять все свои руки и привести к общению с реальным миром через его посредничество. Что еще важно помнить о периоде молодости? Он многогранен, и у каждой женщины свое индивидуальное имя, своя собственная героиня. Редко, когда этот этап проходит гладко и без решения проблем. Стоит отметить, что многие женщины так и не доходят до этого этапа. Они могут уже выйти замуж, родить детей, но все равно оставаться Гердой или Красной Шапочкой до конца своих дней. Союз с Анимусом дает женщине новую силу, новый взгляд на мир. Женщина без поддержки Анимуса – это слабое средневековое, замученное, загнанное в угол существо, не знающее своей собственной же ценности.

Этап зрелости слабо отражен в сказках и легендах. Так как этап зрелости наступает не сразу после брака с Анимусом. Даже чувствуя синхронность со своим Анимусом, женщина может еще не вступить на этап зрелости. Этап зрелости наступает тогда, когда союз с Анимусом приносит свои плоды – детей. Главная героиня обязательно в истории должна быть матерью [13; 150]. Этап зрелости в сказках и мифах появляется обычно как факт конца истории, благополучного исхода. Обычно в сказках, где

присутствует образ матери, самой матери отводится второстепенная роль, так как цель сказок подготовить молодое поколение к будущей зрелой жизни. Однако можно встретить мотив материнства главной героини в середине истории, реже в самом начале. Тогда женщине-матери предстоит еще раз встретиться со своей Тенью и уже бороться за жизнь Нового, бороться за жизнь своих идей, ценностей и надежд. Если женщина проигрывает эту битву, она теряет смысл движения вперед. Обычно в сказках прослеживается два мотива: похищение и подмена. В русской народной сказке «Белая Уточка» [4] мы можем рассмотреть мотив «подмены». Главную героиню превращают, убивают, изгоняют с целью занять ее место. Мотив «похищения» еще можно назвать мотивом «опасности». В таких сказках опасность грозит, в первую очередь, деткам и самой матери. Такое несчастье произошло в сказке Евгения Шварца «Два Клена» [5]. Главное, что необходимо подчеркнуть, что в этап Зрелости женщине необходимо совладать со своей Тенью так, чтобы впоследствии она оставалась в зоне видимости и контроля. В этот период развития женщине необходимо принять себя такой, какая она есть, и стремиться стать лучше в духовном смысле этого слова. На этапе развития происходит еще два события, которые не стоит выпускать из виду, но, к сожалению, в самих преданиях и легендах отражается уже сам итог этого действия. На этапе зрелости происходит синхронность и поглощение Анимуса. В сказке про Василису-работницу главная героиня еще не поглотила Анимус, но состоит с ним в тесной синхронности. Результат поглощения Анимуса мы можем видеть на примере богини Афины-Палады [3].

Этапы детства, юности и молодости более ярко и подробно описаны в культурном творчестве, чем этап зрелости. Данный этап развития «Неизвестного» освящен менее подробно, что указывает на то, что этот период либо не требует собственных уроков, либо указывает на сам факт, что человечество, в большинстве случаев, не достигает этой ступени.

Этап старости, иначе называемый этап мудрости, и вовсе можно считать легендой, так как этот этап равен достижению Неизвестного своей цели – обретение Самости. Для женщины самым верным образом женской Самости, Архетипом Первозданной женщины является Трехединая богиня. Богиня, в чьей природе соединяется дочь, мать и мать (бабушка). Женщина, которая осознает и чувствует ритмы природы, желание и расплату за свои желания. Женщина, которая способна чувствовать и быть единой с Первозданной женщиной.

Архетипы участвуют и направляют человека на протяжении всей его жизни. Главная цель для человека – достигнуть Самости [11]. Для женщины – это достижение архетипа «Первозданной Женщины». Чтобы достичь «Первозданной женщины», девушка проходит множество испытаний. Но не каждая женщина достигает Самости, кто-то останавливается и остается Красной шапочкой, Гердой или той же Психеей.

Литература:

1. Андерсен Х.К. Сказки / Пер. с датского. – Алма-Ата.: Жазушы, 1983. – 480 с.
2. Кэрролл, Льюис. Полное иллюстрированное собрание сочинений в одном томе; [пер. с англ. Н. Демуровой и др.] – М.: Альфа – книга, 2011. – 941 с.
3. Немировский А. И. Мифы древней Эллады. – М.: Просвещение, 1992- 319 с.
4. Русские народные сказки/ Сост. И вступ. ст. В. П. Аникина; – М.: Пресса, 1992. – 560 с.
5. Шварц Е.Л. Собрание сочинений: в 5 т. Т.2: –М.: Кн. Клуб Книговек, 2010. – 426 с.
6. Антонян Ю.М. Великая Мать: реальность архетипа; ин-т гуманист. Образования. – М.: Логос, 2007. –280 с.
7. Зигмунд Фрейд Введение в психоанализ: Лекции. – СПб.: Питер, 2001. -384 с.
8. Пинкола Э.К. Бегущая с волками: Женский архетип в мифах и сказаниях/ Перев. С англ. – М.: София, 2013. – 448 с.
9. Эриксон Э. Г. Детство и общество/ Пер. и науч. ред. А. А. Алексеев. – СПб.: Летний сад, 2000. – 592 с.
10. Юнг К.Г. Структура психики и архетипа. – М: Академический проект, 2009 – 303с.
11. Юнг К.Г. Человек и его символы/Якоби, Иоланда, Яффе, Аниэла; Пер. с англ. – М: Серебряные нити: Университетская кн., 1997. – 368с
12. Гирц К. Интерпретация культур. Глава 2. Влияние концепции культуры на концепцию человека // Культурология// Библиотека Гумер [Электронный ресурс], Режим доступа URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/girc/02.php (Дата обращения: 2.06.2014 г.).
13. Сибилл Биркхойзер-Оэри. Мать. Архетипический образ в волшебной сказке // Большая онлайн библиотека [Электронный ресурс], Режим доступа URL: <http://www.e-reading.ws/book.php?book=6415> (Дата обращения: 08.02.2014 г.).
14. Мифы и легенды: Амур (Эрос) и Психея// liveInternet [Электронный ресурс], Режим доступа URL: <http://www.liveinternet.ru/users/xp0h0metp/post233506595> (Дата обращения: 19.04.2014).
15. Сказки братьев Grimm Красная шапочка// Хранители сказок собрание авторских и народных сказок [Электронный ресурс], Режим доступа URL: <http://hobbitaniya.ru/grimm/grimm26.php> (дата обращения: 17.04.2014).

М.В. Ганишина,

*Армавирская государственная
педагогическая академия,*

*г. Армавир, Российская Федерация
maryka96@mail.ru*

(Научный руководитель – Папикян А.В.,
канд.пед.наук, доцент)

НЕВЕРБАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ В ЯПОНСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Аннотация. Статья посвящена кинесике как науке о языке тела, жестов и жестовых движениях. Целью данной статьи является ознакомление с невербальным общением в Японии, а также сравнение японской и русской манер общения и жестикуляции.

Ключевые слова. Кинесика, невербальное общение, паралингвистика, Япония, русские, японцы, жесты, мимика.

Большую роль в межкультурном общении играют жесты и мимика. У каждого народа есть свои особенности в невербальном общении, но наиболее специфичны и своеобразны они у японцев. Людям, не знающим обозначений некоторых из них, довольно сложно установить контакт во время общения, возникает некий барьер, преодолеть который можно с помощью такой науки, как кинесика.

Кинесика является частью такой науки, как паралингвистика. Паралингвистика (греч. *para* – «около») – это раздел языкознания, изучающий невербальные (неязыковые) средства, передающие совместно с вербальными смысловую информацию в составе речевого сообщения, а также совокупность таких средств [1]. Существует три вида паралингвистических средств: фонационные, графические и кинесические. Как раз в последние и входят жесты, мимика и позы говорящего. Кинесика, выполняет много полезных функций, дополняя тем самым вербальное общение или же заменяя его. Например, она может сочетаться с некоторыми вербальными средствами (использование отрицательного или положительного жеста) или же заменить некоторые вербальные элементы (Так, высказывание «*Я хочу вот это мороженое*» может сопровождаться указательным жестом).

Одним из основателей такой науки, как кинесика, считается американский антрополог Рэй Ли Бердвистелл. Термин «кинесика» принадлежит ему же, и под ним Бердвистелл понимал изучение лицевой экспрессии, позы, походки, а также видимые движения рук и тела в комплексе [3]. Он считал, что только 35 % информации при социальной интеракции передается при помощи слов, остальная часть приходится на невербальную экспрессию [4]. Язык тела большей частью определяется культурной средой, а не универсальными генетическими программами [5]. Поэтому его ученикам приходилось изучать дополнительно антропологию и лингвистику [6].

В словаре встречается и такое определение: кинесика (от греч. *kínēsis* – движение), совокупность телодвижений (жестов, мимики), применяемых в процессе человеческого общения (за исключением движений речевого аппарата [7]). На основе представленных определений можно сделать вывод о том, что кинесика является одной из ведущих наук, занимающихся изучением повседневного невербального общения индивидов. Она помогает избегать недоразумений и разногласий при общении людей принадлежащих к разным культурам.

При межкультурном общении люди часто сталкиваются с проблемой непонимания своего собеседника, в таких случаях они стараются помочь себе жестами. Однако это не всегда верное решение. Многие заблуждаются, что наши повседневные и привычные для нас жесты будут понятны, например, японцам. В Японии существует своя своеобразная система жестикуляции, поэтому в общении с японцами нужно пользоваться жестами крайне осмотрительно. Теперь хотелось бы продемонстрировать на конкретных примерах, как происходит невербальное общение между представителями русской и японской культуры.

Для начала стоит упомянуть о культе поклонов в японской культуре. В отличие от Японии, в России поклоны уже давно не используются в качестве приветствия. У японцев поклоны являются универсальными жестами этикета, они используются для выражения приветствия, благодарности, просьбы или просто в знак уважения. Выполняются поклоны могут исходя из трех положений: стоя, сидя по-японски и по-европейски. Также большинство поклонов имеет женскую и мужскую формы. При встрече низшие по возрасту и положению кланяются первыми и более вежливым поклоном. Вот некоторые степени поклонов в Японии:

1. Обычный кивок, 5°. Представляет собой одиночный поклон головой. Обычно, так кланяются друзья или те, кто занимает более высокий статус.

2. Приветственный поклон (эсяку) с наклоном корпуса до 15°. Такой поклон используют при встрече в знак приветствия. Люди при этом занимают равный статус, они могут быть хорошо знакомы, но недостаточно для того, чтобы просто кивать.

3. Уважительный поклон (кэйрэй) с наклоном 30°. Так кланяются человеку, который находится статусом выше, например, учителю или начальнику.

4. Навысший уважительный поклон (сайкэйрэй) с наклоном 45°. Этот поклон существует для извинений или как поклон императору. Он показывает всю глубину уважения или сожаления.

Особенно удивляет приветствие в японской семье. При встрече гостя хозяйка опускается на колени и кладет руки на пол, перед собой прижимаясь к ним лбом, то есть буквально простирается ниц перед гостем.

Однако существуют некоторые жесты, которые могут вызвать негодование у японцев. Например, русский человек после сытного обеда может провести ребром ладони у горла, показывая тем самым, что он уже совершенно сыт. Однако использование такого жеста в ответ на японское гостеприимство, произведет на него самое тягостное впечатление. Так как этот жест у японцев может означать только обезглавливание, или, в более мягком современном варианте, увольнение с работы. В этой ситуации лучше провести ладонью не под подбородком, а над головой – тогда японец с большей вероятностью поймет, что Вы уже угостились "выше крыши".

Еще одной странной особенностью японцев является аплодирование. Ладони при этом не направлены по диагонали друг к другу, а вытянуты прямо так, что пальцы одной руки соприкасаются с пальцами другой. Это кажется несолидным проявлением ребячества, потому что чаще всего так хлопают в ладоши маленькие дети. Другой жест распространен у женщин, во время улыбки они прикрывают рот ладонью. Данный жест сохраняется довольно стойко независимо от возраста, уровня культуры и образования. Дело в том, что для женщин неприлично открыто показывать зубы.

Также отличаются жесты приветствия и прощания. Причем машут японцы не как мы, а из стороны в сторону. При расставании надолго жест

является общепотребительным, а в повседневной же жизни им пользуются в основном женщины.

П.С. Тумаркин в своей статье «О невербальном аспекте устной коммуникации русских и японцев» [8; 26] выделяет основные отличия японских жестов от русских. По его мнению, невербальное общение японцев выглядит более сдержанным по сравнению с поведением русского человека. Традиционно японцы избегают тесного физического и визуального контакта при общении. В отличие от русских, японцы гораздо реже пользуются ритмжестами. Их жесты обычно имеют меньший размах и большую частоту движений.

Японцы очень сдержанны. У них отмечается значительная ограниченность в использовании мимики (особенно рта и бровей) и жестикуляции. В отличие от японцев, русская мимика более активна и сравнима с итальянской и французской. Также в России распространены жесты с использованием кулака, в то время, как в Японии таких практически нет.

Дистанция при общении у японцев больше, чем у русских. Так, например, в вежливом общении расстояние между ними составляет около трех шагов, а между русскими людьми – два.

В диссертации Т.Б. Резниковой содержится исследование, посвященное о восприятию русских жестов японцами и японских жестов русскими. Всего в эксперименте принимало участие 30 россиян (14 мужчин и 16 женщин) и 25 японцев (13 мужчин и 12 женщин) от 17 до 30 лет, преимущественно студентов и стажеров. Им были физически предьявлены 55 жестов согласно описанию, данному в словаре-справочнике «Жесты и мимика в общении японцев» [Тумаркин, 2001], и 51 жест согласно описанию, данному в «Словаре языка русских жестов» [Григорьева, Григорьев, Крейдлин, 2001]. Для эксперимента были выбраны эмблематические жесты, не требующие вербального сопровождения и обязательного ситуативного исполнения. Перед демонстрацией жестов, которая проводилась с интервалами в 2–3 минуты между жестами, к участникам экспериментального исследования обратились с просьбой зафиксировать на бумаге свое понимание значения каждого жеста в свободной форме.

Исходя из полученных результатов, к группе полных кинесических лакун (жесты, толкование которых русскими существенно отличается от их значений в японской кинесической системе) относятся:

Складывание рук перед лицом с легким поклоном (тэ о аеасэру). У японцев жест выражает настоящую просьбу, происходит от ритуального жеста при обращении с просьбой к божеству, в настоящее время как обиходный жест часто употребляется в шутливой форме. Ответы русских были следующими: «спасибо», «выражение почтения», «договорились», «пожалуйста», «пусть все будет хорошо», «слушаюсь», «очень рад познакомиться», «извините» и т.п.

Поднимание руки ребром ладони вперед и мах рукой (тэгатана о киру), букв. «резать рукой-мечом». В японской кинесической системе этот жест употребляется как выражение просьбы (пройти, например) и извинения за беспокойство, а также благодарности (при получении денежных выплат) и т.п. Ответы русских: «ты, ты и ты», «это, это и это», «разные точки зрения», «все должно быть по порядку», «пройдите туда», «нарежьте помельче», «так не делайте» и др.

Указание на себя (ватаси) – указательный палец подносят к кончику носа. Ответы русских были следующими: «посмотри на мой нос», «чувствуешь запах?» и т.п., в шести случаях ответа не было. Отметим, что в русской кинесике нет такого жеста, и в аналогичной ситуации указательный палец или ладонь прикладывают к груди [9].

Таким образом, изучение такой науки, как кинесика, очень важно, и невербальное общение в Японии – яркое тому подтверждение. Изучение отражения поведения, состояний и отношений людей в их внешних проявлениях позволяет получать дополнительную важную информацию в процессе межличностного общения и способствует взаимопониманию между людьми.

Литература:

1. Николаева Т.М. Паралингвистика. // Лингвистический энциклопедический словарь. Под ред В.Н. Ярцевой. – М., 1990.
2. Леонтьев А.А. Паралингвистика. // БСЭ. – М., 1978.
3. Padula, A. (2009). Kinesics. In S. Littlejohn, & K. Foss (Eds.), *Encyclopedia of communication theory*. (pp. 582–584). Thousand Oaks, CA: Sage, doi:<http://dx.doi.org/10.4135/9781412959384.n217>.
4. McDermott, R. (1980). Profile: Ray L. Birdwhistell. *The Kinesics Report*, 2(3), 1-16.
5. Kendon, A., & Sigman, S. J., Ray L. Birdwhistell. *Semiotica*, 112(1-2), 231.
6. Leeds-Hurwitz, W., & Sigman, S. J. (2010). The Penn tradition. In W. Leeds-Hurwitz (Ed.), *The social history of language and social interaction research: People, places, ideas*. Cresskill, NJ: Hampton Press, p. 237.
7. Энциклопедический словарь. – М., 2009.
8. Япония. Язык и культура. – М., 2002. – С. 38-59.
9. Резникова Т.Б. Межкультурные кинесические лакуны в коммуникации русских и японцев: Дис.канд. филол. наук. – М., 2004.

*Е.А. Захарова,
Арзамасский филиал
Нижегородского государственного университета
им. Н.И. Лобачевского,
г. Арзамас, Российская Федерация
cheshirecat937@yahoo.com*
(Научный руководитель – Д.Л. Морозов,
кандидат пед. наук, доцент)

ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ ИНОЯЗЫЧНОЙ АУДИТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

Аннотация. Статья посвящена проблеме обучения иноязычной аудитивной компетенции. Авторы анализируют процесс формирования умений аудировать иноязычную речь с точки зрения основных составляющих внутренней структуры данного вида речевой деятельности и дают практические советы для интенсификации процесса овладения иностранным языком.

Ключевые слова. Иноязычная аудитивная компетенция, осмысление, прогнозирование, запоминание информации, упражнения.

В современных исследованиях по методике преподавания иностранных языков подчеркивается необходимость формирования иноязычной аудитивной компетенции в профессиональном лингвообразовании [1; 2; 3; 4; 5; 6].

Мы определяем аудирование как вид речевой деятельности, представляющий собой сложную внутреннюю работу находящихся между собой во взаимосвязи и взаимодействии психологических механизмов речи, на основе которых происходит адекватное смысловое восприятие и понимание слуховой речевой информации. Это сложная система со строгой и многоуровневой структурой, состоящей из подчиненных друг другу и взаимосвязанно действующих между собой компонентов [4; 9].

Обучение данному виду речевой деятельности для студентов различных профилей происходит достаточно трудно в силу ряда объективных причин. Тем не менее иноязычная аудитивная компетенция – это необходимая составляющая, способствующая овладению студентам иностранным языком в целом.

Формирование умений аудировать иностранную речь у студентов любых специальностей является одной из задач обучения иностранному языку в практическом плане. В соответствии с программой студент вуза должен уметь и быть способным и готовым: а) отделить главное (основное) от второстепенного; б) составить собственное мнение, отношение к содержанию; в) дать аргументированную оценку прослушанному; г) анализировать ситуации общения (место, время, собеседник, цель контакта); д) принимать решения о программе своего речевого и неречевого поведения.

направленного на осуществление своей коммуникативной цели с учетом ситуации общения.

Для этого необходимо научить его устанавливать логические связи между отдельными отрывками текста (предложения, группа предложений); удерживать в памяти прослушанную информацию; проследить фабулу; прогнозировать следующие события.

На наш взгляд, весь процесс понимания в условиях аудирования детерминирован психологическими особенностями реципиента, его языковыми способностями, обусловленными владением аудитивной компетенцией, выраженной сформированными умениями воспринимать, прогнозировать, запоминать и осмыслять иноязычную речь на слух.

Практическая цель обучения иноязычному аудированию заключается в формировании, развитии и совершенствовании у студентов навыков и умений восприятия, понимания и осмысления речи на слух. Это возможно посредством комплекса специально разработанных для этой цели упражнений.

Для овладения иноязычной компетенцией важны три компонента: осмысление, прогнозирование и запоминание информации.

Механизм осмысления формируют задания на:

а) установление предметно-смысловых соответствий и логической последовательности аудиотекста;

б) выделение главного, информативного и второстепенного в аудиотексте;

в) составление тезисов, аннотации, резюме к аудиотексту;

г) понимание общего содержания аудиотекста;

д) выражение своего суждения о прослушанном сообщении;

е) ассоциации аудиоинформации с визуальной опорой в виде схем, графиков, чертежей, формул, аббревиатур, буквенных и цифровых обозначений, скриптов, которые помогают компенсировать потери аудиоинформации.

Механизм прогнозирования формируют задания на предвосхищение содержания (начала, середины, конца) аудиотекста по ключевым словам, интернациональным словам, смысловым частям, заголовку, плану, тезисам, контексту, исходя из вхождения аудитора в предметную область слушаемого материала, прошлого опыта, эрудиции, а также с помощью языковой догадки.

Механизм запоминания формируют задания на удерживание в памяти аудиоинформации как можно более долгое время с целью воспроизведения понятой информации в дальнейшей учебно-профессиональной деятельности.

Учет личных и профессиональных потребностей студента, мотивации при обучении иноязычному аудированию очень важен для организации, подготовки и отборе аудиотекстов. В этой связи важно использование аутентичных аудиоматериалов с записями естественной речи носителей языка: выступлений, сообщений, докладов, дискуссий, радио- и телепередач по тематике, представляющей интерес для студентов с учебной и

профессиональной точки зрения, лично значимой актуальной для настоящего времени. Такие материалы позволяют обеспечить эффективность процесса обучения аудированию в сфере иноязычной коммуникации.

Исходя из этого, можно предложить небольшой комплекс аудитивных упражнений.

Упражнения для формирования механизма осмысления:

1. Прослушайте текстовую информацию и определите, какие части высказываний в списке можно опустить, сохранив их основной смысл. Скажите, какие факты относятся к значимым для Вас лично и актуальными для учебно-профессиональной сферы.

2. Прослушайте текст и расположите смысловые отрезки в скрипте в логической (хронологической) последовательности.

3. Прослушайте несколько изолированных смысловых отрезков, выделите лишний. Объедините их в смысловое целое.

4. Прослушайте текстовую информацию и выберите иллюстрации (графику, схемы, таблицы и т.д.), (не) подходящие к тематике прослушанной информации.

5. Прослушайте текстовую информацию. Составьте перечень основных вопросов, затрагиваемых в прослушанном тексте и являющихся актуальными для Вашей будущей профессиональной деятельности.

6. Прослушайте информацию, составьте рецензию на нее, используя следующий план: а) тема сообщения, б) действующие лица, в) краткое содержание, г) основная идея, д) оценка прослушанного с точки зрения актуальности, важности и значимости для науки.

7. Выразите Ваше отношение к прослушанной информации в письменной (устной) форме. Что можно было бы добавить по поводу прослушанного материала?

8. Прослушайте текстовую информацию. Установите, какой вывод сделал автор на основе своих рассуждений. Подумайте, какой вывод можно сделать из прослушанной информации. Предложите свой вариант.

Упражнения для формирования механизма прогнозирования:

1. Прослушайте фрагмент (начало, середину, конец) текстовой информации. Спрогнозируйте соответственно конец, середину, начало. Проверьте правильность после прослушивания оригинального материала.

2. Прослушайте текстовую информацию, закончите ее, опираясь на предложенный план высказывания.

3. Скажите, о чем может идти речь в тексте со следующими заголовками. После прослушивания текстовой информации проверьте правильность Ваших предположений.

4. Прослушайте диалог, определите, сколько действующих лиц в нем участвует. Сделайте предположение о том, кем они являются, исходя из

содержания диалога. Выберите возможное продолжение диалога из ряда предложенных, исходя из полученной на слух информации.

5. Посмотрите на иллюстрацию (графику, схему, таблицу), прослушайте начало сообщения и спрогнозируйте то, что может произойти дальше.

6. Прослушайте два сообщения и определите, что случилось раньше (позже).

7. Прослушайте текстовую информацию. Отберите из ряда предложенных несколько вариантов окончаний, подходящих по семантике и структуре к прослушанному сообщению.

8. Посмотрите фрагмент текста. Предположите возможное содержание высказывания. Прослушайте информацию. Проверьте правильность Ваших предположений.

Упражнения для формирования механизма запоминания:

1. Прослушайте текстовую информацию и установите последовательность высказываний, данных в списке.

2. Прослушайте текстовую информацию и исправьте предложенный план текста. Предложите свой план.

3. Прослушайте текстовую информацию, выделите и запомните ключевые слова, имена собственные, географические названия, числовые данные, интернационализмы. С чем (кем) они у Вас ассоциируются?

4. Прослушайте два фрагмента текстов по одной тематике и скажите, какая новая информация содержится во втором фрагменте по сравнению с первым. Какой материал Вы бы использовали при подготовке к семинару на профессиональную тему.

5. Прослушайте текстовую информацию и скажите, какие из предложенных словосочетаний употреблялись без изменений. Какие термины из Вашей профессиональной области Вам встретились. Дефинируйте их.

6. Прослушайте текстовую информацию и составьте по памяти развернутый план данного аудиовысказывания.

7. Познакомьтесь с планом текстовой информации. Запомните его. Прослушав текстовую информацию, скажите, соответствует ли она предложенному плану.

8. Прослушайте текстовую информацию, запомните все даты, имена, географические названия и повторите их в той же последовательности.

Считаем, что использование данных упражнений в практике преподавания иностранным языкам позволит интенсифицировать процесс обучения иноязычному аудированию студентов и будет способствовать адекватному смысловому восприятию студентами иноязычной информации на слух без потерь в понимании ее содержания.

Литература:

1. Громова Т.В. Стратегии коммуникативного партнерства в обучении аудированию студентов как фактор повышения их профессиональной компетенции: Дис. ... канд. пед. наук. – Самара, 2003. – 180 с.

2. Иванова И.М. Методика обучения студентов-иностранцев аудированию специальных текстов: Дис. ... канд. пед. наук. – М., 1992. – 178 с.
3. Лезина В.В. Методика обучения аудированию текстов на русском языке иностранных слушателей подготовительных отделений: Дис. ... канд. пед. наук. – М., 1998. – 188 с.
4. Морозов Д.Л. Модель обучения иноязычному аудированию студентов неязыкового вуза на основе совершенствования психологических механизмов речи: монография. – Арзамас: АГПИ, 2012. – 120 с.
5. Обдалова О.А. Аудирование как средство обучения иноязычному общению студентов естественнонаучных факультетов на начальном этапе: Дис. ...канд. пед. наук. – Томск, 2001. – 209 с.
6. Павлова Н.А. Развитие аудитивных умений иностранных студентов-нефилологов I курса в учебно-профессиональной сфере общения: Автореф. дис канд. пед. наук. – Л., 1991. – 16 с.

В.А. Касьянова,

*Армавирская государственная
педагогическая академия,*

г. Армавир, Российская Федерация

kasyanova.violetta2@yandex.ru

(Научный руководитель – Папикян А.В.,
канд.пед.наук, доцент)

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ЛАКУНЫ В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. Статья посвящена проблеме культурологических лакун. Описываются различия в понимании лакун русского и немецкого языка. Отображается необходимость изучения специфики языка.

Ключевые слова. Языки и культура, лакуна, культурологические лакуны, безэквивалентная лексика.

Контактируя с чужой культурой, реципиент подсознательно воспринимает ее через призму своей локальной культуры, вследствие чего неизбежно возникает различной степени непонимание. В связи с этим можно констатировать потребность в своеобразном понятийно-терминологическом инструментарии.

В научной литературе можно обнаружить различные понятия, термины, фиксирующие расхождения в языках и культурах в целом: от сугубо научных и точных (безэквивалентная лексика, случайные лакуны, этноэидема) до менее четких – темные места, заусеницы и т.п.

В зарубежной литературе известны попытки фиксации расхождений в языках и культурах с помощью пробела “gar”. В отечественной науке наибольший интерес представляют попытки описания таких расхождений с помощью понятия “лакуна”[1; 34]. Лакуна (от лат. lacuna – углубление, впадина, полость) – отсутствие в лексической системе языка слова для значения, выраженного в других языках [2].

Культурологические лакуны можно распознать при анализе и фиксации несовпадений в разных культурах, которые отражаются в языке носителей той или иной культуры в процессе коммуникации. С. Влахов и С. Флорин под культурологическими лакунами подразумевают реалии как средства выражения, то есть «слова и словосочетания, называющие объекты, характерные для жизни (культуры, быта, социального и исторического развития) одного народа и чуждые другому, которые будучи носителями национального и/или исторического колорита, не имеют точных соответствий в другом языке» [2; 55].

К культурологическим лакунам следует отнести большую группу кинесических лакун. Таковы, например, жесты, используемые представителями различных культур. По-разному прочитываются в культурах одни и те же позы, а также мимические «знаки» эмоционального состояния. Выявление такого рода лакун представляется весьма целесообразным, поскольку их существование может привести не только к непониманию какого-то фрагмента текста, но и к неадекватному поведению в межкультурном общении [3].

Ю.А. Сорокин пишет: «Проблему существования лакун в текстах можно интерпретировать с точки зрения несовпадения национально-культурных типов реципиентов текста. Свойственный каждой локальной культуре комплекс знаний в соединении с психическими особенностями и национальным характером носителей той или иной культуры формирует определенный тип реципиента/читателя, на который обычно ориентируется автор художественного произведения. Установление лакун в инокультурном тексте, следовательно, есть выявление того, в чем не совпадают национально-культурные типы реципиентов, принадлежащих двум различным культурам» [4; 36]. Он предлагает рассматривать тип реципиента/читателя как этнопсихолингвистический тип, понимаемый как интеллектуально-эмоциональный тип личности со специфической структурой речевого (и неречевого) коммуникативного поведения, определяемой культурными особенностями того общества, к которому данная личность принадлежит. Все интерпретируемое реципиентом как ошибочное, непонятное, странное, является специфическим сигналом присутствия в тексте языковых феноменов и/или наличия внеязыковых коррелятов, соотношенных с понятийной структурой и психическим типом, неидентичными соответствующим характеристиками реципиента. Случаи такой интерпретации являются сигналом эксплицитного наличия в данном тексте лакун того или иного вида [4]. Сопоставляя факты разных языков, нетрудно понять, что довольно часто лексическая единица одного языка не находит словарного эквивалента в другом. Методика обучения иностранным языкам знает множество примеров, когда понятие, выраженное в одном языке, не имеет наименования в другом языке.

Лакунарность обнаруживается практически во всех языках мира. Именно феномен лакунарности сохраняет наш язык «живым».

В русском языке отсутствуют слова, эквивалентные немецкому языку: *inhaltsreich* – богатый по содержанию; *initiiieren* – подать мысль; *plakatieren* – расклеивать плакаты; *Allerseelen* – день поминовения у католиков (2 или 3 ноября); *Abendgymnasium* – вечерняя общеобразовательная школа, дающая возможность за 3-6 лет сдать экзамены за курс гимназии и получить право поступления в вуз; *Bayrischkraut* – капуста, квашенная с салом, сахаром и уксусом; *Kummerspeck* – дословно переводится, как «бекон горя». Вообще же обозначает действие, когда вы начинаете неумеренно есть все подряд, чтобы заглушить свою депрессию; *Bockbier* – крепкое пиво, изготавливаемое главным образом с ноября по март; *Backpfeifengesicht* – лицо, по которому необходимо врезать кулаком. Ближайший русский аналог «кирпича просит». Но в одно слово.

Также и в немецком языке нет лексем для обозначения русских концептов. Таких как: *винегрет*, *квас*, *проводник*, *агентура*, *автолюбитель*, *добрый*, *кипяток*, *сутки*, *сухостой*, *аврал*, *облокотиться*, *здоровяк*, *однофамилец*, *сладкоежка*, *именинник*, *ласковый*, *тамада*, *беспризорник*, *поземка*, *погреб*, *смекалистый* и некоторые другие.

Тем не менее в русском языке обнаруживаются лакуны: «утолщенная часть бутылки» – *Bauch (der Flache)*; «брат и сестра, вместе взятые» – *Geschwister*; «шлепать туфлями» – *schlurfen*; «суббота и воскресенье» – *Wochenende*; «однократная супружеская измена» – *Seitensprung*; «учебный текст, написанный на доске учителем» – *Tafelbild*.

Данные немецкие слова выступают как безэквивалентные единицы относительно русского языка. Во всех указанных случаях говорящие имеют дело с универсальным межъязыковым (и внутриязыковым) явлением лакунарности – отсутствием единиц в системе языка. Расхождения (несовпадения в языках и культурах) фиксируются на различных уровнях и описываются разными авторами в различных терминах[3].

Существуют определенные трудности передачи культурологических лакун при переводе:

1. Отсутствие в языке соответствия (эквивалента, аналога) из-за отсутствия у носителей этого языка обозначаемого объекта (референта).

2. Необходимость наряду с предметным значением (семантикой) реалии передать и колорит (коннотацию) – ее национальную и историческую окраску.

Раскрытие, лежащих в основе текста, пресуппозиций и импликаций зачастую требует глубокого проникновения во внеязыковой контекст. Следовательно, лакунарность обнаруживается практически во всех языках мира, но при обнаружении лакун правильнее говорить не только об отсутствии эквивалента в виде слова слову другого языка, но и об отсутствии эквивалента форме устойчивого словосочетания, слову (или фразеологизму) другого языка. Следовательно, лакуны – это такие иноязычные слова и словосочетания, передача которых в другом языке осуществляется при

помощи свободных словосочетаний (пространные объяснения их значения) [5].

Причинами возникновения лакунарных единиц могут быть социальные, политические и экономические процессы, происходящие в обществе. В то же время они могут зависеть от особенностей грамматической и фонетической системы языка. Они пронизывают все группы слов и представляют богатый материал для исследования.

Литература:

1. «Свое» и «Чужое»: Межкультурные коммуникации в полипарадигмальном аспекте//Под ред. Л.А. Шкатовой. – Челябинск, 2003.
2. Влахов С., Флорин С. Непереваемое в переводе. – М.: Высш. школа, 1986.
3. <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=444532> (дата обращения: 15.02.2015).
4. Сорокин Ю.А., Марковина И.Ю. Опыт систематизации лингвистических и культурологических лагун: Методологические и методические аспекты. //Лексические единицы и организация структуры литературного текста: Сб. науч. трудов. – Калинин, 1983. С. 35 – 52.
5. http://theoldtree.ru/inostrannye_yazyki_i_yazykoznanie/interyazykovye_lakuny_kak_yavlenie.php. (дата обращения: 08.01.2015).

М.С. Ковалева,

*Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма,
г. Краснодар, Российская Федерация*

tvsllovobest@gmail.com

*(Научный руководитель – Плотникова Г.Г.,
канд. пед. наук, ст. преподаватель)*

ПЛАСТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА КАК ВЫРАЗИТЕЛЬНОЕ СРЕДСТВО В СОЗДАНИИ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА ТЕАТРАЛИЗОВАННОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ

Аннотация. Статья посвящена проблеме поиска художественного пластического образа. Описан ряд художественных средств, построенных на выразительной органике движения: телесно-пластические партитуры исполнителей, сценографическое решение и костюмы.

Ключевые слова. Пластическая культура, художественный образ, символ, режиссура театрализованных представлений и праздников.

В любой культуре существует целостное представление о реальности – как о системе образов, воссоздающих устройство культуры и окружающего мира. Сам человек является не пассивным вместилищем культурных форм, а агентом культуры. В философии Э. Кассирера культура возможна как творчество, определяемое символической функцией сознания [1]. Символическое в широком смысле – это совокупность реальностей, в которых человеку открывается мир. Благодаря символам чувственные впечатления получают духовные характеристики, причем символический

мир оказывается первичным по отношению к индивиду. И если культура создается как мир артефактов в процессе человеческой деятельности, транслируя собственное содержание через знаково-символические формы, то пластическую культуру можно рассматривать как один из языков культурного мира человека, выражающих совокупность всех возможных телесных проявлений.

Пластическая культура – это неотъемлемый субъект сценического искусства, это способность выразительной органики движения. Культура движения включает в себя мимику лица, жесты, перемещение в ограниченном сценическом пространстве, пантомиму, танец. Каждый пластический элемент несет в себе самостоятельный смысловой контекст, одновременно связанный с предыдущими и последующими звеньями цепочки сценического движения, которые вместе создают общую законченную картинку восприятия зрителем постановочного процесса. Пластика в движении, как выразительное средство, является наиболее удачным в случае возможных трудностей в понимании аудиторией идеи мероприятия или отдельного его эпизода. Движение относится к наиболее ярким приемам сценического искусства. Пластика – это азбука тела, помогающая понимать друг друга, не имея знаний ни одного из языков мира.

Характер движения строится на определенных существующих задачах для конкретного события, над которым работает режиссер театрализованных представлений и праздников. Данный выразительный элемент содержит в себе, как правило, смысловую нагрузку, информацию необходимую для передачи зрителю, это к тому же является и главной целью использования данного сценического средства.

Конкретизация художественного образа происходит посредством пластического образа. Если проанализировать структуру пластического образа в театральном искусстве, то можно выделить следующие компоненты [2]:

- а) главная пластическая часть – телесно-пластические партитуры исполнителей;
- б) сценографическое решение и костюмы;
- в) световое оформление спектакля, которое преобразует мир физических вещей.

Если в спектаклях литературного театра главным выразительным средством является произнесенное слово, интонация, то в пластическом театре материалом для создания художественного образа является тело исполнителя, шире – все возможности телесности человека – от физических до способности «говорения» телом. Телесность наполняется смыслом и при отсутствии слова создаются яркие визуальные сценические образы.

Идея использования пластики на сценической площадке подразумевает привлечение повышенного внимания зрителя, интерес, эмоциональное восприятие. Ведь даже один отдельный жест может передавать характер эпохи, настроение героя, атмосферу определенного действия, завязанного

между двумя или несколькими героями. Пластика рождает в зрителе эмоциональное восприятие всего происходящего.

Рассмотрим роль пластической культуры в процессе создания художественного образа на примере дипломной работы – «Детские олимпийские игры в “ДСОК Криница”». Цель данного досугового проекта – показать детям, что с самого раннего возраста необходимо работать над здоровым образом жизни и что лучшим временем и местом для того, чтоб достичь первых спортивных результатов, можно считать отдых в ДСОК «Криница».

Дети отличаются от взрослых некоторыми особенностями внутренней психологии, уровнем эмоциональности и восприимчивости, умением концентрироваться, размышлять. Возникает необходимость поиска художественного пластического образа, с помощью которого возможно реализовать следующие задачи:

- дать понять детям, что физическая активность необходима для успешного, здорового развития, как организма, так и личности в целом;
- показать, что необходимо с раннего возраста следить за своим физическим состоянием и непременно над ним работать;
- продемонстрировать, что именно ДСОК «Криница» является лучшим местом для того, чтобы отложить привычные формы досуга, направленные только на развлечение, и заняться повышением собственного уровня здоровья.

Два главных события, заключенных в одну идею, были представлены зрителю в пластических решениях. Исходным событием стала «посадка» семян здорового образа жизни, а финальным событием стало то, что дерево олимпийских рекордов выросло благодаря совместно приложенным усилиям. Оба главных эпизода представлены в виде пластических зарисовок. Наглядная демонстрация идеи для зрителя легка в восприятии и понимании и к тому же интересна.

Главной пластической работой является пролог, который представляет собой цельный хореографический номер, идеей которого является олицетворение здорового духа в образе плодородной земли Кубани. Решение выразить главную идею мероприятия в пластике является наиболее верным для решения поставленных задач перед публикой младшего и старшего детских возрастов.

Пластический номер пролога церемонии открытия детских олимпийских игр выдержан в народном стиле. Фольклорным мотивам отвечают музыка, реквизит, костюмы и, конечно, хореография. Движения соответствуют классическому набору элементов русского народного танца.

Первая часть номера спокойная, равномерная по хореографии, движения используются плавные, с раскрытыми позициями рук, с ладонями к небу, с открытым лицом и статическим корпусом. Таким характером иллюстрируется широта земли Кубанской. Затем музыка меняет ритм на энергичный, быстрый, вместе с ним меняются и движения на активные, с

зафиксированными руками с сокращенными кистями, с быстрыми поворотами, прыжками. Данный характер олицетворяет энергию тех, кто живет и трудится на этой земле и вкушает затем ее плоды. Такое хореографическое решение дает возможность раскрыть идею мероприятия, а именно, показать, что Краснодарский край дарит много возможностей для достижения желаемых результатов, а они непременно будут, если добросовестно трудиться. Ведь в конце номера появляется хлеб, как символ достигнутой цели в заботе о почве и выращивании качественной пшеницы во благо труженика.

Таким образом, пластическая культура представляет собой ряд художественных средств, построенных на выразительной органике движения. И если режиссер театрализованных представлений и праздников для достижения сверхзадачи использует музыкально-пластический подход к анализу драматургии и созданию смысловой композиции представления, это наилучшим образом приведет его к поставленной цели.

Литература:

1. Кассирер Э. Философия символических форм. – Университетская книга, 2002.
2. Григорьянц Т.А. Семиотика пластической культуры. – КемГУКИ, 2006.

***С.В. Макарян,**
Армавирская государственная
педагогическая академия,
г. Армавир, Российская Федерация
Lana_iv_8@mail.ru
(Научный руководитель – Папикян А. В.,
канд.пед.наук, доцент)*

НЕВЕРБАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

Аннотация. Статья посвящена описанию особенностей невербального общения. Автор отмечает главную роль невербальных средств в межкультурной коммуникации, рассматривает различия и сходства русской и английской лингвокультуры.

Ключевые слова. Невербальное общение, кинесика, жесты, мимика, русская культура, английская культура.

Невербальное общение – это такой вид общения, для которого характерно использование в качестве главного средства передачи информации и осуществления влияния на другого человека невербального поведения и невербальных коммуникаций. Инструментом этого общения является тело человека, которое обладает широким диапазоном средств и

способов передачи информации или обмена. Оно включает в себя все формы самовыражения человека [1; 121].

Если человек обладает правильной интерпретацией невербальных сигналов, то он может добиться эффективного общения с другими людьми. Рассмотрение элементов невербального общения помогает лучше понять способы, с помощью которых выражается межкультурный смысл общения. Важнейшая особенность невербального общения – оно осуществляется с помощью всех органов чувств: слуха, зрения, осязания, обоняния. О роли невербального общения, его функциях и особенностях развития писали как зарубежные, так и отечественные специалисты: М. Арджайл, В. Биркенбиль, Р. Бирдвистел, А. Вольфганг, А. Бродецкий, Л. Величко, Е. Верещагин, М. Килошенко, Г. Крейдлин, В. Лабунская и др.

Проблема невербального общения имеет многовековую историю. К ее исследованию обращались искусствоведы, лингвисты, психологи, физиологи, философы, такие, как Аристотель, С. Волконский, Ч. Дарвин, Ж. Дюбо, И. Лафатер, Ш. Сеченов, Цицерон и др. Термин «невербальное общение» В. Лабунская понимает как вид общения, для которого «характерно использование невербального поведения и невербальных коммуникаций в качестве главного средства передачи информации, организации взаимодействия, формирования образа и понятия о другом партнере, осуществление влияния на другого человека» [2; 87]. Большинство исследователей разделяют мнение, что словесный, или вербальный канал используется для передачи информации, в то время, как несловесный (невербальный) канал – для обсуждения межличностных отношений, передачи эмоций, а в некоторых случаях служит вместо словесных сообщений. Невербальная коммуникация наполняет общение живым содержанием, при передаче эмоциональных состояний выступает своеобразной формой общения. Зарубежный специалист Д. Ледерс пишет о том, что некоторые характеристики речи (тембр голоса, его высота, громкость, паузы, смех, особенности произношения, темп речи, вздох и др.) относятся к системе невербального общения [3; 12]. Невербальные средства коммуникации общепринято классифицировать по сенсорным системам. Сенсорные системы (от англ. *sens* – «чувство», «ощущение») – это воспринимающие системы организма (зрительная, слуховая, осязательная, обонятельная, тактильная, вкусовая, болевая системы и т.д.) [4].

По мнению В. Лабунской, к таким системам относят оптическую, акустическую, тактильную, ольфакторную.

К оптической системе относятся внешний вид и выразительные движения человека: мимика, жесты, позы, походка, контакт глазами. Акустическая система представляет собой различные качества голоса: тембр, громкость, высота, темп речи, смех, интонации, паузы, фразовые и логические ударения, покашливание.

Тактильная система передает прямой контакт с человеком. Примером тактильной системы может служить рукопожатие, похлопывание по спине, объятия.

Немаловажную роль играет в общении и ольфакторная система, которая включает в себя обоняние и вкус. Данные ощущения задействованы в процессе общения в наименьшей мере на уровне сознания, но при этом отмечается, что эти ощущения на подсознательном уровне участвуют в коммуникации и влияют на взаимоотношения людей независимо от нашей воли. К ольфакторным системам также относят запахи.

Среди невербальных средств коммуникации особое место занимают пространственно-временные характеристики ситуации общения [5; 89].

А.А. Леонтьев различает типологию неречевых компонентов в зависимости от их роли в процессе общения:

- 1) «поисковые» компоненты, которые учитываются говорящим и слушателем при ориентировке, предшествующей общению;
- 2) сигналы, используемые для коррекции установившегося общения;
- 3) регуляторы, которые делятся на:
 - а) сигналы, исходящие от слушателя и подтверждающие его понимание информации, которая «идет» от говорящего;
 - б) сигналы, идущие от говорящего и «запрашивающие» слушателя о понимании информации, которую он говорит.
- 4) модуляции общения – реакции говорящего и слушателя на изменение условий коммуникации [6; 29].

Из приведенных выше классификаций невербальных фактов сделать вывод о том, что их гамма достаточно разнообразна. Г.Е. Крейдлин в своей работе «Невербальная семиотика» перечисляет те частные науки, из которых состоит невербальное общение:

1. Паралингвистика – наука о звуковых кодах невербального общения;
2. Кинесика – наука о жестах и жестовых движениях;
3. Окулесика – наука о языке глаз;
4. Аускультация – наука о слуховом восприятии звуков и аудиальном поведении людей;
5. Гаптика – наука о языке касаний и тактильной коммуникации;
6. Гастика – наука о знаковых и коммуникативных свойствах пищи и напитков, о приеме пищи);
7. Ольфакция – наука о языке запахов, смыслах, передаваемых с помощью запахов;
8. Проксемика – наука о пространстве общения;
9. Хронемика – наука о времени общения;
10. Системология – наука о системе объектов [7; 22].

Интерес к невербальным средствам общения настолько возрос в XX в., что выделилась его особая область исследований – кинесика (от греч. kinesis и от англ. kinesics). Кинесика – это не только жесты, мимика, позы, но и манера одеваться, причешиваться. Примером кинесики может служить

хлопанье дверью, почерк, походка, т.е. понятие, использующееся для обозначения различных действий человека [8; 18].

Жесты (от лат. *gestus* – «движение тела») – это различные виды движения тела, рук или кистей рук, сопровождающие в процессе коммуникации и выражающие отношение человека к коммуниканту, к какому-либо событию, которые свидетельствуют о желаниях и состояниях человека [7; 46]. Жесты при общении несут много информации и их можно разбить, по мнению Экмана и Фризена, на 5 групп:

1. Жесты-иллюстраторы – описательно-изобразительные и выразительные жесты, сопровождающие речь. С их помощью говорящий старается более глубоко раскрыть смысл высказывания и его содержание. К жестам-иллюстраторам относятся жесты сообщения:

- указатели – жесты, связанные с указательным пальцем;
- пиктографы – образные картины изображения;
- кинетографы – движения телом;
- жесты- «биты» – различные отмашки, подкрепляющие такт речи;
- идеографы – своеобразные движения руками, соединяющие воображаемые предметы;

2. Жесты-регуляторы – это жесты, выражающие отношение говорящего к чему-либо. К ним относят улыбку, направление взгляда, кивок, целенаправленные движения руками;

3. Жесты-эмблемы – это заменители слов или фраз в общении. Например, сжатые вместе руки на уровне груди означают «здравствуйте», а поднятые над головой – «до свидания».

4. Жесты-адапторы – это специфические привычки человека, связанные с движениями рук. Примерами служат:

- почесывания, подергивания отдельных частей тела;
- касания партнера;
- поглаживание, перебирание предметов, находящихся под рукой (ручка, пуговица, волосы).

5. Жесты-аффекторы – жесты, выражающие через движения тела и мышцы лица определенные эмоции [9; 49–48].

Таким образом, отметим, что жесты являются неотъемлемой частью общения между людьми. С их помощью мы более ярко и эмоционально выражаем свои мысли. Значение жестов заключается в том, что они дают дополнительную информацию о психическом состоянии партнера, его отношении к участникам контакта и к обсуждаемому вопросу, желаниях, выражаемых без слов или же остановленных сознанием (захотел встать, но только дернулся), о несказанных словах собеседника (то, что осталось на уме). Обычно сначала появляется жест, а затем формулируется слово, т.е., можно догадаться, какие слова будет говорить коммуникант.

Причинами появления жестов могут быть различные ситуации:

1. Холод, особенности одежды, помещения и т. д.

2. Коммуникант копирует жесты присутствующего человека в данный момент.
3. Рефлекторно подключенные двигательные реакции из прошлых моделей.
4. От слов, произнесенных в данный момент или раньше («тянет время», в этот момент кто-нибудь вытянет руки или встанет).

Но независимо от причин появления жестов необходимо знать, что данное средство невербального общения – это знак возможного действия.

Мимика (от греч. *mimikos* – «подражательный») – внешнее выражение психических состояний, в первую очередь, эмоциональных, проявляющихся в совокупности координированных движений лицевых мышц. Мимика является важнейшим элементом невербальной коммуникации, т.к. человеческое лицо очень пластично и может принимать самые разные выражения [10; 109]. Именно мимика позволяет выразить все универсальные эмоции: счастье, печаль, радость, грусть, отвращение, гнев, страх, удивление. Считается, что в выражении эмоций человека участвуют 55 компонентов, которые способны передать до 20000 смыслов. Мимика складывается из спонтанных и произвольных мимических реакций.

Развитие мимики стало возможным, ведь человек может управлять каждым мускулом своего лица. В связи с этим осознанный контроль над мускулом лица позволяет нам усиливать, сдерживать или скрывать переживаемые эмоции. Поэтому при интерпретации мимики особое внимание следует обращать на ее согласованность со словесными высказываниями. Пока между мимикой и словами есть согласованность, коммуниканты обычно не воспринимают ее отдельно. Как только несогласованность становится достаточно сильной, это сразу же бросается в глаза.

Для усиления эмоций люди делают мимику более выразительной и точной в соответствии с характером и содержанием процесса общения, однако различные формы проявления человеческих эмоций нередко имеют специфический характер: к примеру, смех во всех западных странах (в том числе и в России) ассоциируется с шуткой и радостью, в Японии он является признаком смущения и неуверенности, и поэтому иногда возникают ситуации непонимания, когда европеец сердится, а японский партнер, смущаясь, улыбается. Если европеец не будет знать такой особенности японской культуры, то его гнев увеличится, т.к. он думает, что над ним смеются.

У каждой нации есть свои особенности невербального общения, которые отличаются своей самобытностью, историей. Например, V-образный жест (*victory*), который означает «победа» берет свои истоки у англичан. Именно во время Столетней войны (1337–1453 гг.) относится происхождение этого жеста. В те времена французы часто отрубали пленным стрелкам указанные два пальца на правой руке, чтобы лишить их возможности снова взять лук в руки. Поэтому у англичан вошло в привычку перед боем

показывать французам указательный и средний палец в знак того, что они по-прежнему боеспособны.

Некоторые жесты в различных странах имеют разные значения. Так, кивок головой у русских означает «да», у болгар – «нет». Получается, необходимо знать жесты не только те, которые приняты у своего народа, но и у других.

Иногда люди оказываются в ситуации, когда приходится сдерживать свои эмоции, чтобы не обидеть или не оскорбить знакомых. При этом решающим фактором оказывают культурные традиции. Если в соответствии с нормами русской культуры мужчина не должен публично проявлять страх или плакать при всех, ему придется сдерживать свои эмоции, иначе он будет осужден общественным мнением. Считается, что радость, грусть и отвращение проявляются у всех людей одинаково. Остальные эмоции могут выражаться весьма неоднозначно. Например, немцы лучше, чем американцы, изображают отвращение, но не выражают печали и гнева.

Если изучить средства невербального общения у русских и англичан, то можно заметить общие и различные кинесические особенности. Русская мимика показывает действительное настроение человека, а не скрывает его, русские чаще краснеют и бледнеют, чем англичане. При рассмотрении английской мимики заметна частая улыбчивость. Чем больше англичане улыбаются при приветствии, тем больше вежливости они демонстрируют к собеседнику. Улыбка «вежливости» или «из-за вежливости» в русском коммуникативном поведении не принята. Если англичанин во время общения с русским будет улыбаться часто, то русский человек отнесется к нему настороженно или даже враждебно. Постоянная вежливая улыбка называется у русских «дежурной улыбкой» и считается плохим признаком – проявлением неискренности человека, скрытности. У русских предпочтение отдается сдержанной, редкой, неинтенсивной улыбке.

В использовании оптических средств русскими и англичанами также имеются свои особенности. Англичане постоянно смотрят на собеседника, когда его слушают, а в знак того, что они услышали и поняли, не кивают головой, а моргают глазами. Русские больше и дольше смотрят в глаза и лицо, пристально оглядывают вещи другого человека.

Англичане не подают руку при встрече, они прибегают к легкому кивку головой, рукопожатие используют только в официальных случаях, при первой встрече и при прощании. Даже в Кембриджском университете студенты обмениваются рукопожатиями дважды в год: в начале и в конце учебного года. Русскоязычные люди часто подают руку при встрече в неофициальной ситуации общения, будь то со знакомым или незнакомым человеком, причем это рукопожатие длинное.

В характере англичанина заложено спокойствие, умиротворенность, поэтому при акустической системе англичане разговаривают тише, чем русские, потому что русский человек говорит эмоционально и может высказать все свои мысли (и плохие, и хорошие). В России поднимают брови

в знак удивления, а в Англии так выражают скептицизм. Прокручивание указательным пальцем у виска у русских означает «не в своем уме», у англичан – «думай сам, не слушай чужое мнение». Если русский услышит глупость, он шлепает себя ладонью по лбу, англичанин этим жестом хвалит себя [4].

Несмотря на различия, существуют и общие кинесические особенности в русской и английской культуре:

1. Движение пальца из стороны в сторону означает осуждение или призыв к вниманию.
2. Поднятый вверх большой палец является эквивалентом английской фразы «ОК», которая означает «все отлично», правда, у англичан этот жест имеет еще два значения: а) попытка поймать машину; б) оскорбительный знак (если резко выбрасывается вверх).
3. Большой и указательный пальцы в форме кольца – «все хорошо».
4. Традиционный кивок головой, который считается и в России, и в Англии знаком согласия.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Невербальное общение включает в себя все формы выражения человека, которые не опираются на слова. Чтение невербальных сигналов является важнейшим условием эффективного общения. Невербальные сигналы важны в общении т.к. около 70% информации человек воспринимает именно по невербальной коммуникации.

Невербальные сигналы позволяют понять истинные чувства и мысли собеседника. Невербальная коммуникация всегда искренна и менее контролируема.

Таким образом, кинесика играет важную роль в изучении иностранных языков. Поэтому при общении с иностранцем необходимо знать не только «родную» кинесику, но и своеобразный «невербальный сленг», который поможет взаимопониманию.

Литература:

1. Кнапп М.Л. Невербальные коммуникации. – М., 1999.
2. Лабунская В.А. Проблема обучения кодированию-интерпретации невербального поведения. – М., 1997.
3. Leathers D.G. Successful nonverbal communication: principles and applications. London, 1997.
4. <http://kineziolog.bodhy.ru/content/fiziologiya-sensornykh-sistem> (дата обращения: 13.02.2015).
5. Лабунская В.А. Невербальное поведение: социально-перцептивный подход. – М., 1986.
6. Леонтьев А.А. Деятельность. Сознание. Личность. – М., 1975.
7. Крейдлин Г.Е. Невербальная семиотика. – М., 2002.
8. Леонтьев А.А. Психологические особенности деятельности лектора. – М., 1981.
9. Ekman, Friesen The repertoire of nonverbal behavior: categories, origins, usage and coding. – L., 1969.
10. Конохов Н.И. Словарь-справочник практического психолога. – М., 1996.

Е.В. Попова,
Армавирская государственная
педагогическая академия,
г. Армавир, Российская Федерация
popova.lenka.96@mail.ru
(Научный руководитель – Папикян А.В.,
канд. пед. наук, доцент)

«АВСТРАЛИЙСКИЙ АНГЛИЙСКИЙ» В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. В данной статье рассматриваются особенности употребления австралийского английского. Английский на материке появился давно, с приходом переселенцев. В статье приведены примеры различий британского и австралийского вариантов языков.

Ключевые слова. «Австралийский английский», англоговорящие страны, британский английский, языковые новшества, австралийский сленг, «стандартный английский».

В начале XX в. распространение английского языка стало весьма широким. Некоторые страны первоначально использовали его в качестве средства межэтнического общения, затем язык постепенно видоизменялся и становился родным для населения. Так, британский вариант английского языка положил начало американскому варианту, а затем австралийскому и южноафриканскому.

В XX в. развились нигерийский, индийский, сингапурский варианты и многочисленные новые разновидности английского языка (New Englishes). Термин «австралийский английский» до сих пор удивляет большинство австралийцев, хотя уже прошло более двухсот лет с тех пор, как английский язык привезли на австралийский материк первые британские поселенцы (в 1788 г.) [1].

Однако этот термин записан и определен в словаре Oxford Companion to the English Language (1992) как появившийся в XX веке для обозначения «стандартного английского языка Австралии» [1]. 70–80 лет назад такой термин, как «австралийский английский», еще не был известен в Австралии. Принято было считать, что английский язык, на котором говорят австралийцы, отличается от британского английского и является искаженным и вызывающим неодобрение у живущего на другом полушарии общества. После переписи выяснилось, что практически все население было выходцами из англоговорящих стран.

Эдвард Моррис заметил, что «в истории никогда не было примера подобной необходимости в таком большом количестве новых слов, и такого никогда не случится вновь, поскольку никогда еще поселенцы не сталкивались и вряд ли когда-нибудь столкнутся с флорой и фауной, абсолютно отличными от того, что они видели до этого» (цит. по Delbridge Arthur, 1999). Он подготовил словарь к публикации, который содержал «все новые слова и новые способы употребления старых слов, которые были

добавлены в английский язык по причине того, что те, кто говорил на английском языке, поселились в Австралии» (цит. по Delbridge Arthur, 1999).

Так, например, австралийский английский имеет ряд особенностей. Лингвисты выделяют три основных варианта произношения: общепринятый (General), язык образованных людей (Cultivated) и просторечный (Broad). Наиболее характерен для Австралии общепринятый вариант, на нем говорит более половины населения (около 61%); просторечно разговаривает примерно 30,5% населения Австралии, остальные 8,5% – образованные люди [3]. Чтобы иметь представление об этом, в пример можно привести некоторых знаменитостей, которые говорят с австралийским акцентом: Николь Кидман, Кейт Бланшет, Хью Джекман.

Язык сложился исторически. И культура, и обычаи оказали на его развитие огромное влияние. Данный вариант английского языка все больше привлекает внимание известных лингвистов, лингвистов. Например, особенности отдельных аспектов такого английского можно найти в работах Г. Орлова, Л. Аполлоновой и Л. Егоровой (фонетические особенности); Л. Русецкой, Б. Ходжагельдыева (особенности фразеологических единиц), Е. Новиковой (нестандартная лексика) и многих других авторов. Несмотря на множество таких работ и их постоянное увеличение, проблема все-таки остается не до конца изученной. Все это происходит из-за языковых новшеств, которые постоянно пополняют австралийскую лексику.

Общеизвестно, что написание в австралийском английском почти совпадает с орфографией британского. Но все же одной из отличительных черт являются слова, заимствованные у аборигенов (примерно 400). Считается, что первым, кто позаимствовал язык аборигенов, был Джейс Кук. Это было вполне примитивное слово «кенгуру». Однако легенда о том, что «кенгуру» в переводе с языка племени гуугу йимидхирр (Guugu Yimithirr) означает «я не знаю» не нашла подтверждения.

В основном заимствовались названия животных и растений-эндемиков: dingo, coala, wallaby, billabong. Очень интересно слово «биллабонг» [4]. Оно всего лишь означает старицу реки. Но различные режиссеры, видимо, завлеченные необычным звучанием этого слова, в своих фильмах используют его везде, где это только возможно.

Аборигены же никогда не были единым народом и делились на племена или кланы, каждый из которых говорил на своем языке. У языков аборигенов можно выделить двадцать семей, но родственные связи между ними установить очень сложно или же невозможно вообще. На территории Австралии существует множество языков, которые также не имеют никаких родственных связей с другими языками, к примеру, мангараи, нунггубуй, тиви, дьингили и др. Но в основном у аборигенов заимствовали слова, обозначающие названия животных и растений.

Расхождения между двумя вариантами языков, австралийским и британским английским, начали появляться после возникновения колонии

«Новый Южный Уэльс». Все это произошло из-за смешивания детей ранних поселенцев.

Хотя различия этих «двух языков» выражены не очень сильно. Основные из них имеют следующие причины: фактор социального положения, деление языка на городской и сельский. Следует сравнить:

«Knife a samich?» что значит !Can I have a sandwich?» – «Можно мне сэндвич?»

«I'll gechawun inn a sec» = «I'll get you one in a sec» – «Один момент»

«Emma chisit?» = «How much is it?» – «Сколько это стоит?»

«Attlebee aintinee» = «That'll be eight ninety» – «С Вас 8-90»[3].

В этих примерах ярко выражено небрежное и как бы грубое произношение австралийцев.

Американцы в австралийском английском именуются «seppo», а англичане – «pommy». Возможно, это произошло от аббревиатуры на одежде заключенных – POM (Prisoner of Motherland).

Фонетическая система также имеет свои особенности, она явно сможет выдать вашу принадлежность к Австралии. Дифтонги идентичны, [ai] и [ei] не являются смысловоразличительными, на первый план выдвигается [a].

Сопоставление британской и австралийской лексики.

Таблица №1 [4]

Слово британского английского	Эквивалент австралийского английского
artic/articulated lorry	semi-trailer (автопоезд)
Aubergine	Eggplant (баклажан)
bank holiday	public holiday (праздничный день)
Bedsit	one-bedroom apartment (студия)
Bespoke	Custom (сделанный на заказ)
black pudding	blood sausage (кровяная колбаса)
Cagoule	Raincoat (плащ)
candy floss	fairy floss (сахарная вата)
cash machine	automatic teller machine/ATM (банкомат)
child-minder	Babysitter (няня)

В данных примерах можно увидеть явные различия.

Сравнив речь англо- австралийца и англичанина, можно сделать такие выводы:

1. Речь австралийца мелодичнее и равномернее, это происходит из-за различия количества ударных слогов.

2. Австралийцы сдержаннее в эмоциях и поэтому говорят на несколько тонов ниже.

3. В австралийском английском происходит замена синонимичными словами. По этим различиям все же можно сказать, что австралийский словарный состав претерпел некоторые незначительные изменения.

Следующей немаловажной особенностью является австралийский сленг. Он имеет три основных источника: родной язык переселенцев, смешивание языков из-за миграции населения и язык аборигенов.

Австралийский сленг – это очень интересная черта английского языка. Оззи – жители Австралии (так они сами себя называют) – любят использовать в своей речи много сокращений. Большинство этих слов происходит от британского или же американского английского. Но на Зеленом континенте они смогли приобрести свою уникальность.

Не многие знают, что *roo* – это сокращение от *kangaroo*. Но иногда и носители языка не могут понять подобных сокращений. Понимание австралийского сленга – неотъемлемая черта, без которой не обойтись, если не хочешь пребывать в недоумении и не понимать австралийского юмора.

Рассмотрим несколько самых распространенных австралийский сленговых словоупотреблений:

- *сya this arvo* – (see you this afternoon) увидимся позже (англ. see you later)

Сya this arvo in class!

- *daks* – брюки (англ. trousers).

I got some new daks yesterday at the shop.

- *dunnie* – туалет, ванная комната (англ. bathroom).

D'ya know where the dunnie is, mate?

- *earbashing* – непрекращающаяся болтовня (англ. chatter).

Her earbashing while I tried to study was driving me crazy!

- *fair dinkum* – настоящий, неподдельный (англ. real).

Anna's a fair dinkum Aussie.

- *heaps* – очень (англ. very).

Thanks heaps for your help.

- *hooroo* – до свидания (англ. bye).

Hooroo mate, see ya tomorrow.

- *rellies* – родственники (англ. relatives).

The rellies are in town this weekend and we're going to the beach.

- *spiffy* – прекрасный, великолепный (англ. beautiful).

Those blue thongs are pretty spiffy, I think I'll buy them.

- *thongs* – шлепки (англ. flip flops).

I need a new pair of thongs, these are about to break.

Таким образом, на основе приведенных примеров и фактов можно отметить следующее. Орфография австралийского английского почти такая же, как и у британского. Большое влияние на развитие культуры языка оказали племена аборигенов, несмотря на то, что они составляют незначительную часть населения Австралии, примерно 1%.

Также нельзя оставить без внимания то, что Австралия была колонией Британии и «белые переселенцы» оставили свой след в дальнейшем развитии Зеленого материка. Необходимо знать австралийский сленг, если ваша дальнейшая жизнь будет как-либо связана с Австралией.

Литература:

1. Акопян Ю. А. Лексико-семантические особенности австралийского варианта английского языка (на материале австралийской поэзии). Автореф. дисс. ... канд. филол. наук . – Москва, 2003.
2. Бацанова Е.А., Малышева Н.В. Лингвистические особенности австралийского английского/ International Journal of Experimental. № 8, 2011, с.98.
3. <http://www.learnathome.ru/blog/australian-english> (дата обращения: 28.02.2015).
4. http://es-education.com.au/useful_information/australian_engli (дата обращения: 28.02.2015).
5. Горбунова В.С., Агапова И.В. Особенности австралийского варианта английского языка/Перспективы науки и образования. № 3, 2014.- С.142-146.

А.Н. Фоменко,

*Армавирская государственная
педагогическая академия,*

*г. Армавир, Российская Федерация
sanek283@yandex.ru*

(Научный руководитель – Папикян А.В.,
канд. пед. наук, доцент)

СТЕРЕОТИПЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ОБЩЕНИИ

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема межкультурной коммуникации в аспекте поведенческих и речевых стереотипов. Автор сопоставляет понятие «этнический стереотип» с понятиями «характер» и «национальный характер», приводит обзор дефиниций последнего, содержащихся в психологической и культурологической литературе.

Ключевые слова. Стереотипы, культура, межкультурная коммуникация, национальный характер.

Все участники коммуникативной ситуации придерживаются неких стереотипов, обуславливающих их речевое поведение. Для неподготовленного коммуниканта контакт с иностранцем может иметь нежелательные последствия даже при совершенном владении языком. Культурная неосведомленность нередко подводит и знающих лингвистов. Но, если знать культурные стереотипы, негативного исхода можно избежать.

Феномен «стереотип» привлекает большое внимание исследователей (У. Липпман, И.С. Кон, Ю.А. Сорокин, И.Ю. Марковина, А.В. Павловская, Н.В. Уфимцева, В.В. Красных и др.).

Сам термин «стереотип» (греч. stereos – «твердый», typos – «отпечаток») был введен в научный оборот американским социологом У. Липпманом. В книге «Общественное мнение», выпущенной в 1922 г., он сделал попытку определить место и назначение стереотипов в системе общественного мнения. Под стереотипом Липпман понимал особую форму восприятия окружающего мира, оказывающую определенное влияние на

данные наших чувств до того, как эти данные дойдут до нашего сознания [6; 95].

В свою очередь, американские ученые Д. Кац и К. Брейли в 1933 г. разработали методику, получившую впоследствии широкое распространение и на долгие годы ставшую определяющей для исследователей национальных стереотипов. Сто студентов Принстонского университета приняли участие в проводимом учеными эксперименте. Из списка, содержащего 84 характеристики, студентам предлагалось выбрать те, которые, с их точки зрения, являлись основными для десяти этнических групп (негров, немцев, евреев, итальянцев, англичан, ирландцев, американцев, японцев, китайцев и турок). Результаты, полученные в ходе эксперимента, показали, что в большинстве случаев студенты удивительно единодушны в определении характерных, по их мнению, черт, присущих той или иной этнической группе. В работе, анализирующей результаты эксперимента, Кац и Брейли дают следующее определение: «Этнический стереотип – это устойчивое представление, мало согласующееся с теми реалиями, которое оно стремится представить, и вытекающее из присущего человеку свойства сначала определить явление, а потом уже его пронаблюдать» [5; 96].

В России проблемам изучения стереотипов не уделялось такого внимания, как на Западе. Вместе с тем в нашей стране был разработан ряд интересных и оригинальных концепций. Интересной и научно обоснованной представляется концепция Н.А. Ерофеева, в основе которой лежит исторический материал. Предваряя исследование, посвященное восприятию Англии в России в 1825–1853 гг., теоретической главой, автор, хотя и отказывается от термина «стереотип», уделяет значительное внимание проблемам восприятия одной нации другой. «Этнические представления – это как бы итог усвоенной информации, результат ее переработки и обобщенный вывод из нее, они нередко влияют на отношения между нациями, этническими группами и государствами» [2;11, 3].

Из этого мы можем вывести, что стереотип – это очень широкое понятие, охватывающее сразу несколько аспектов. Но оно по-своему воспринимается разными культурами. Именно поэтому коммуникация между представителями разных культур может иметь неловкий характер. Каждый по-своему пытается понять друг друга и это является причиной неправильного интерпретирования полученной информации. Конечно, действительности может быть и совсем по-другому, ведь как мы уже сказали, стереотип – понятие обширное, и рассчитывать на знание стереотипов не следует, так как они в большинстве случаев могут вводить в заблуждение. В итоге мы получили очень противоречивый термин, который, тем не менее, очень полезен при контакте с другой культурой. Зная, каких стереотипов избегать, а какие применять, можно успешно понять всю суть зарубежной культуры.

Но успешность общения с иностранцами зависит не только от вышеупомянутых стереотипов. Большую роль играет национальный характер.

В переводе с греческого слово «характер» значит «чеканка», «примета». Действительно, характер – особые приметы, которые приобретает человек, живя в обществе. Характер – это совокупность устойчивых индивидуальных особенностей личности, складывающаяся и проявляющаяся в деятельности и общении, обуславливая типичные для индивида способы поведения. Таким образом, характер имеет социальную природу, т.е. зависит от мировоззрения человека, содержания и характера его деятельности, от социальной группы, в которой он живет и действует, от активного взаимодействия с другими людьми.[3; 42]

Наличие у человека характера предполагает наличие чего-то значимого для него в мире, в жизни, чего-то, от чего зависят мотивы его поступков, цели его действий, задачи, которые он себе ставит или на себя принимает. Характер представляет внутренние свойства личности, но это не значит, что они в своем генезисе и существовании определяются изнутри системой внутренних органических или внутриличностных отношений. Напротив, эти внутренние свойства личности, составляющие ее характер, выражаясь в отношении к тому, что значимо для человека в мире, через отношение к миру и определяются [4; 42].

Однако, несмотря на индивидуальность характера отдельной личности, рассматривают некоторые общие черты характера некой социальной группы. В этом случае говорят о национальном характере. Что же это такое? Существует ли национальный характер вообще? Насколько правомерно обобщение типичных черт в масштабе целого народа, когда хорошо известно, что все люди – разные? Английская пословица на эту тему гласит: «It takes all sorts to make a world» («Мир составляют люди разного сорта»). Можно ли сказать, что It takes one sort to make a nation, то есть народ составляют люди одного сорта? Или под национальным характером подразумевается стереотипный набор качеств, приписанных одному народу другими, часто не вполне дружественными?

Сложность и противоречивость этого понятия подчеркивает терминологический разнобой. Н.А. Ерофеев говорит об этническом представлении как «словесном портрете или образе чужого народа» [2; 136], С.А. Арутюнян отмечает, что психологический склад нации представляет собой «своеобразную совокупность разнопорядковых явлений духовной жизни народа»[1; 136].

Множество людей прибегают к стереотипам при межкультурном общении. Они узнают о стереотипах из кино, книг, от других людей и т.д. В ряде случаев подобная стратегия приводит к провалу, так как получить нечто достоверное из этих источников довольно сложно, и если все-таки удастся что-то извлечь, то эта информация в большинстве своем поверхностная и неточная.

В процессе контакта с незнакомой культурой складывается определенное отношение к ней. Носитель другой культуры воспринимается как чужой. Понятие «чужой» может связываться с носителями определенной

культуры, контакты с которой наиболее интенсивны либо особо значимы для культуры реципиента.

Противопоставление своей и чужой культуры может осмысляться и как оппозиция признаков «естественно – неестественно» (свое – это естественное, чужое – неестественное). Неестественным может считаться, что существуют люди, не понимающие или не говорящие на родном реципиенту языке, неестественным может считаться также то, что люди иначе, чем это принято в родной реципиенту культуре, выражают свои эмоции.

Стоит отметить, что культура и язык – понятия очень тесно связанные. Язык подстраивается под культуру, а культура подстраивается под язык. Это можно увидеть на примере американцев и англичан. Несмотря на то, что они говорят на одном языке, у них не всегда получается понять друг друга из-за культурных и лингвистических различий. Очевидно, что американский английский и британский английский в какой-то степени отличаются друг от друга. В США говорят более энергично, быстро, сокращают, используют своеобразную, присущую только их культуре лексику. В Англии же речь чуть более умеренная, вдумчивая, нередко сопровождающаяся паузами и с четко слышным британским акцентом. Тем не менее некоторые особенности речи заимствуются друг у друга обеими сторонами: английская речь становится быстрее, а американцы чаще стали использовать паузы. Это последствия глобализации. Роль глобализации остается спорной в данном вопросе. С одной стороны, она помогает культурам лучше понять друг друга, а с другой – медленно убирает уникальные различия между ними.

Стереотипы очень противоречивы, главное правильно их применять. Неправильное их использование может дорого обойтись коммуниканту. С их помощью можно произвести не только положительное, но и отрицательное впечатление на иностранцев. При этом, конечно, нужно учитывать национальный характер и отношение нации к стереотипам в целом. Во избежание конфликта культур (хотя избежать его довольно проблематично даже для подготовленного специалиста) стоит относиться ко всему осторожно, не делать резких комментариев и замечаний насчет замеченных странностей.

Литература:

1. Арутюнян С.М. Нация и ее психический склад. – Краснодар, 1966.
2. Ерофеев Н.А. Туманный Альбион. Англия и англичане глазами русских. – М., 1982.
3. Петровский А. В. Ярошевский М. Г. Психология. – М., 2000. – С. 475.
4. Рубинштейн С.П. Основы общей психологии. – М., 2000.
5. Katz D., Braly K. Racial Stereotypes in One Hundred College Students // Journal of Abnormal and Social Psychology, 1933, Vol .28, p. 288–289.
6. Lippman W. Public Opinion. N.Y.,1950, p. 95; 23.

Раздел VI

Научные и прикладные аспекты социологии, менеджмента и рекламы

Я.П. Водз,
*Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого,
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация*
yanavode12@gmail.com
(Научный руководитель – Гольдман И.Л.,
кандидат искусствоведения)

ПРОБЛЕМЫ ВОСПРИЯТИЯ ПРОДАКТ ПЛЕЙСМЕНТ КАК СОЦИАЛЬНО-КОММУНИКАТИВНОЙ ТЕХНОЛОГИИ В АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ СМИ

Аннотация. В данной статье продакт плейсмент рассматривается как социально-коммуникативная технология, представляющая собой интеграцию брендинговых, маркетинговых, рекламных и PR-технологий, анализируются проблемы зрительского восприятия продакт плейсмент в телевизионном контенте.

Ключевые слова. Продакт плейсмент, социально-коммуникативная технология, аудиовизуальные СМИ.

Для выявления проблем социально-коммуникативного воздействия технологии продакт плейсмент следует определиться с понятийным аппаратом рассматриваемой нами области. В данной статье мы будем опираться на определения продакт плейсмент, данные несколькими авторитетными специалистами. Согласно трактовке данного понятия, предложенной профессором международного маркетинга Филиппом Котлером, продакт плейсмент – технология размещения товара, применяемая продюсерами для продвижения товара в игровом фильме [5].

В свою очередь, П.А. Киселева, автор книги «Продакт плейсмент по-русски», словно вторя авторитетному маркетологу, отмечает, что продакт плейсмент – «партизанская тропа к сознанию покупателя», которая предполагает размещения торговой марки, товара и (или) услуги в кинофильме, но и в книге, телевизионном проекте, компьютерной игре, песне и т.д. с целью решения рекламных задач [4;14].

В работе О.П. Березкиной «Продакт плейсмент. Технологии скрытой рекламы» продакт плейсмент определяется как «уникальная технология управления массовым сознанием и покупательским поведением...мгновенной раскрутки брендов при помощи художественных произведений, технология создания и молниеносной раскрутки торговых марок» [1;12].

Как видно, все определения «продакт плейсмент», приведенные выше, не имеют кардинальных отличий, суть их практически одинакова, за исключением некоторых деталей и незначительных дополнений.

В настоящее время выделяют три основных типа продакт плейсмент: визуальный, аудиальный, кинестетический. Данные типы, по сути,

соответствуют основным способам восприятия человека. Рассмотрим их подробнее.

Визуальный тип продакт плейсмент подразумевает демонстрацию рекламируемого продукта, услуги или логотипа и их восприятие через зрительные образы. Данный тип невозможно применить в тех средствах массовой информации, где нет возможности увидеть продукт, например, на радио и в музыкальных альбомах исполнителей. В качестве примера можно привести рекламу витаминов «Пиковит» в сериале «Папины дочки», в сцене, где самая маленькая героиня, изрядно уставшая от уроков рисования, принимает одно драже. Упаковку витаминов отлично видно, но никто из героев не произносит названия витаминов.

Аудиальный (вербальный, или разговорный) тип продакт плейсмент предполагает восприятие бренда или идеи посредством слуха. Данный тип не предусматривает визуальной поддержки, поэтому не всегда является высокоэффективным. Но удачные примеры все-таки существуют: один вопрос Майкла Дугласа к Шерон Стоун «Jack Daniel's подойдет?» в фильме «Основной инстинкт» увеличил продажи компании известной алкогольной продукции в 5 раз.

Кинестетический канал восприятия информации предполагает восприятие посредством физических ощущений. Этот тип продакт плейсмент считается наиболее эффективным и поэтому предпочтительным у заказчиков, потому что включает в себя визуальный и разговорный элементы, обыгрывая присутствие продукта в кадре: актер что-то ест, пьет, пробует, курит, на чем-то едет, что-то берет, включает, куда-то заходит. В популярной телепередаче «Перезагрузка» на канале «ТНТ» героине рассказывают, как правильно ухаживать за волосами и рекомендуют серию по уходу «Лошадина сила», а также показывают упаковку и используют средство прямо во время передачи.

Определившись с понятием продакт плейсмент и выделив его типы, мы можем перейти непосредственно к анализу заявленной в названии статьи проблематики. Дабы рассмотреть продакт плейсмент как социально-коммуникативную технологию, необходимо разобраться, что такое социально-коммуникативная технология в целом. Известный ученый, доктор социологических наук Д.П. Гавра понимает социально-коммуникативную технологию как «системно-организованную, опирающуюся на программу (план) совокупность операций, структур и процедур», которые позволяют достичь субъекту социальной коммуникации конкретной цели в определенных функциональных условиях [2].

Социально-коммуникативная технология детерминирована перечнем критериев и признаков [2; 6]. Далее мы проанализируем данные критерии, которые позволят нам осознать социально-коммуникативное воздействие технологии продакт плейсмент в аудиовизуальных СМИ, в частности при продвижении зарубежных рекламных брендов в российском телевизионном контенте (телефильмах, игровых фильмах, телепроектах, телесериалах, ток-шоу):

1. Искусственность и сознательное управление коммуникационными ресурсами. Использование продакт плейсмент – это намеренное действие, которое обязательно предусматривает определенный согласованный план.

2. Наличие социально значимой цели, целенаправленность и целесообразность: оказать воздействие на целевую аудиторию на этапах позиционирования, напоминания, повышения узнаваемости продукта, создания имиджа и т.д.

3. Социальный характер процесса, подвергающегося социально-коммуникативной технологизации, а именно, ориентирование на взаимодействие с целевой аудиторией.

4. Системность и планомерность. Как мы выяснили ранее, технология продакт плейсмент имеет четкую цель, для достижения которой заказчик и исполнитель согласовывают план действий. Согласно последнему будет выполняться работа.

5. Технологичность (структура, номенклатура и последовательность процедур и операций). Для достижения цели необходимо выполнить следующие действия в продакт плейсмент: определение конкретных целей, выбор канала, выбор типа данной технологии, согласование сценария и т.д.

6. Формальная организация и функциональное разделение труда. Использование продакт плейсмент – это работа слаженной команды, субъекты которой тесно взаимодействуют на основании документов, содержащих указания, важные для достижения намеченной цели.

7. Оптимизация и обратная связь. Продакт плейсмент позволяет оптимизировать ресурсы: заказчик сэкономить в сравнении с использованием методов традиционной рекламы.

8. Дискретность, наличие начала и конца. Началом для технологии продакт плейсмент можно считать постановку цели, а концом – ее достижение и оценку эффективности использования технологии.

9. Креативность и стандартизация. Продакт плейсмент – это в первую очередь стандартизированная технология с определенной последовательностью действий и разграничением обязанностей. Но, несмотря на это, огромную роль играет креативность, необходимость творческой адаптации разработанного плана в зависимости от сложившейся ситуации.

10. Цикличность и возможность тиражирования. Продакт плейсмент как технология имеет внутренний цикл и последовательность этапов, обусловленных соответствующими признаками и критериями – системностью, технологичности, дискретности и т.д. [6].

Тиражирование в данном случае является возможным, так как здесь допускается использование разработанной программы для нескольких заказчиков.

В настоящее время продакт плейсмент используют в разных странах и применяют его через различные каналы, мы рассмотрим примеры использования данной социально-коммуникативной технологии продвижения

зарубежных рекламных брендов в игровом кинематографе, телесериалах, телепроектах на российских федеральных каналах.

В программе «Кулинарный поединок» на канал «НТВ» участники программы пользуются бытовой техникой «Tefal».

Лидер по использованию продакт плейсмент, реалити-шоу «Дом-2», на канале «ГНТ» демонстрирует огромное количество товаров: участники используют краску для волос «Palletе» торговой марки «Schwarzkopf», с удовольствием лакомятся батончиками «Twix» и «Kit Kat», кушают драже «M&M's», используют для строительных работ шуруповерты «Wolt», а также приходят в восторг от мебели и товаров магазина «IKEA».

На Первом канале в программе «Смак» ведущие вместе со своими гостями готовят еду только при помощи плит «Гефест», не забывая упомянуть о достоинствах данного товара.

Говоря о российских фильмах, в пример можно привести картину «Ирония судьбы. Продолжение» в этом фильме были продемонстрированы такие бренды, как «Toyota Camry», «Nokia», «Calve», «Nestle» и др.

Из недавно вышедших российских фильмов, можно заметить использование технологии продакт плейсмент в фильме «Елки Лохматые» (февраль 2015), где неоднократно показывается планшет фирмы «Apple», демонстрируются возможности продукта, то есть в данном случае использованы визуальный и кинестетический типы.

Если говорить о распространенности именно в России, то примечательны, например, результаты телефонного опроса представителей рекламных агентств, который проводился в 2011 году. Было установлено, что среди 152 агентств, занимающихся продакт плейсмент в российском телевизионном контенте (согласно материалам справочника АКАР-2010), 65 агентств оказывают услуги по продакт плейсмент в телевизионных программах и сериалах, 70 агентств не предоставляют данную услугу, 17 не ответили на вопрос [3].

Очевидно, что примеры удачного и неудачного использования продакт плейсмент как социально-коммуникативной технологии встречаются в отечественных и в зарубежных фильмах, телесериалах, телепроектах на федеральных российских телеканалах. В данном случае требуется особое мастерство для внедрения такой косвенной рекламы в сюжет. В противном случае она вызовет обратный эффект, демонстрация товара на экране ни в коем случае не должна вызывать раздражение и понимание зрителем того, что перед ним самая настоящая реклама.

Таким образом, осмыслив понятие продакт плейсмент, проследив особенности его основных типов, мы выявили проблемы восприятия продакт плейсмент как социально-коммуникативной технологии в аудиовизуальных СМИ, рассмотрели примеры из телевизионной российской практики.

Литература:

1. Березкина. О. Продакт плейсмент. Технологии скрытой рекламы.– СПб.: Питер.– 2009.– 227с.

2. Гавра Д.П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции. – URL:http://www.studmed.ru/view/gavra-dp-socialno-kommunikativnye-tehnologii-suschnost-struktura-funkcii-statya_197c941406e.html. – (дата обращения 02.03.2015).
3. Иванова А.А. Продакт плейсмент на современном Российском телевидении. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. – URL: www.mediascope.ru/files/autoref_ivanova_270213.doc. – (дата обращения: 06.03.2015).
4. Киселева П. Продакт плейсмент по-русски. – М.: Вершина. – 2008. – 152 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс. – 1991. – 652 с.
6. Кузовлева М.М., Музыкант В.Л. Продакт плейсмент как эффективная социально-коммуникативная технология.–URL:<http://files.msuc.org/Vestnik/2012-2/2012%20-%202%20-%202007.pdf>. (дата обращения 02.03.2015).

А.В. Заготов,

*Крымский федеральный университет
им В. И. Вернадского,*

г. Симферополь, Российская Федерация

utki.vbuhte@gmail.ru

*(Научный руководитель – Кондратская В. Л.,
канд. наук по социальным коммуникациям)*

МОДЕЛЬ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕСА В СЕТИ

Аннотация. Статья посвящена изучению модели интернет-продвижения бизнеса, а также сегмента маркетинговых коммуникаций в сети. По мнению автора, Интернет является одновременно как инструментом повышения эффективности ведения бизнеса, так и новой бизнес-средой. Таким образом, использование интернет-технологий в связях с общественностью, а также непосредственно как рынка сбыта являет собой наиболее актуальное направление ведения бизнеса – электронный бизнес.

Ключевые слова. Интернет, модель, маркетинг, электронный бизнес, электронный маркетинг, реклама.

Интернет, благодаря его уникальным свойствам, является одновременно как инструментом повышения эффективности ведения бизнеса, так и новой бизнес-средой. Такой «плацдарм» оказывает воздействие на все проявления современной экономики: финансы, менеджмент, маркетинг, политэкономии, микро- и макроэкономике.

Термин «электронный бизнес» зачастую используется для обозначения бизнес-модели или бизнес-процессов, продвижения и использования новых информационных технологий, телекоммуникационных сетей (например, проведение транзакций, обмен бизнес информацией) и т. п. при помощи информационных систем и различных web-сервисов для достижения сформированных бизнес-задач [2]. На данном этапе уже невозможно представить деятельность многих коммерческих фирм, принадлежащих к

мелкому и среднему бизнесу, без влияния процессов информатизации, а о существовании бизнес-корпораций без сегмента Web-бизнеса не стоит и говорить.

Понятие электронного бизнеса чаще сводится к осуществлению финансовых транзакций, а также к получению дохода от интернет-рекламы. Тем не менее на данном информационном и маркетинговом этапе использование современных компьютерных и информационных технологий в бизнесе повсеместно используется в традиционных отраслях экономики, таких, как сельское хозяйство или добыча полезных ископаемых.

Нередко используется термин «электронная коммерция, e-commerce», который обозначает сегмент электронного бизнеса, формы деловых сделок, которые осуществляются электронным способом [4].

Импульс к развитию электронной коммерции в России был получен в результате принятия в 2002 г. закона РФ «Об электронной цифровой подписи» [1].

Основные направления сетевого бизнеса традиционно классифицируют по участникам деловых отношений [7]:

B2B (business-to-business) – межкорпоративная электронная коммерция, бизнес, ориентированный на бизнес-партнера;

B2C (business -to- consumer) – электронная торговля, ориентированная на конечного потребителя;

B2G (business-to-government) – ведение коммерческих отношений с органами государственной власти (электронные госзакупки);

C2C (consumer-to- consumer) – электронная торговля между частными лицами;

G2C (government-to-citizen) – оказание государственной властью сервисных услуг населению.

G2B (government-to-business) – осуществление сервисных услуг субъектам коммерческой деятельности государственными структурами с целью поддержки и развития бизнеса;

G2G (government-to-government) – взаимодействие между различными ветвями государственной власти при помощи интернет-технологий;

По мнениям разных экспертов, направление B2B приносит от 70 до 90% всех денежных средств, приносимыми различными направлениями электронного бизнеса. Это объясняется тем, что сетевой бизнес, ориентированный на бизнес-партнера, в первую очередь включает в себя различные финансовые операции, которые осуществляются участниками фондовых рынков, глобального рынка Forex, товарных рынков. Неоспоримым преимуществом является и то, что таким образом компании могут экономить на осуществлении оптовых закупок или продаж через сеть Интернет[2; 41].

Одной из наиболее продуктивных и актуальных составных интернет-продвижения бизнеса является интернет-маркетинг (англ.*internet marketing*). *Электронный маркетинг – комплекс теоретических и методологических*

приемов маркетинговой деятельности при помощи современных информационных технологий [5; 26].

Электронная маркетинговая деятельность состоит из 4-х компонентов, (так называемые 4Р-компоненты):

- 1Р: разработки необходимых потребителям товаров / услуг (Product);
- 2Р: ценовая политика с учетом поведения цен на рынке (Price);
- 3Р: продвижение товаров и услуг путем информирования возможных клиентов о (Promotion);
- 4Р: дистрибуция, или выбор наиболее оптимальных каналов сбыта и торговых посредников, организация транспортировки и хранения товара (Place).

Web-маркетинг обладает рядом отличительных особенностей. На данном этапе значительно увеличилась скорость реакции на запросы клиентов вследствие автоматизации бизнес-процессов. Кроме этого, электронные средства продвижения обязывают работать с возросшим количеством бизнес-клиентов и партнеров. Электронный маркетинг позволяет создавать ощущение индивидуального подхода у каждого клиента, даже если их миллионы. Современная таргетинговая, контекстная, тизерная и прочие виды реклам работают при помощи механизмов, позволяющих в автоматическом режиме отслеживать покупки клиентов, их предпочтения, уровень платежеспособности и т. п. Электронный маркетинг располагает большими возможностями для гибкого реагирования на запросы потребителей.

Интернет-маркетинг располагает следующими инструментами воздействия:

1. Удобной функцией проведения *маркетинговых исследований*, что позволяет провести анализ конкурентной среды, потребительских запросов, анализ самой компании (уровень узнаваемости, имидж компании, ее место в интернет-пространстве) [6; 231]. При помощи технологии *поведенческого таргетинга* можно собрать информацию о действиях пользователя в интернете с помощью cookie-файлов, что позволяет получить данные о посещенных сайтах, поисковых запросах, покупках, произведенных в сети и т. д. Если посетитель проходит регистрацию на сайте компании, то из этого можно извлечь и социодемографические характеристики, узнать о характере совершаемых сетевых покупок, изучить сферу интересов пользователя и т. п.

2. Наиболее функциональным, приоритетным и очевидным сегментом web-маркетинга действий является *корпоративный сайт*, а именно *поисковая оптимизация сайта*, что позволит web-станции попасть первую десятку выдачи поисковой системы по интересующему запросу.

3. Еще один инструмент интернет-маркетинга – это *E-mail маркетинг*. Данный инструмент в первую очередь ориентирован на самую заинтересованную аудиторию, т. к. маркетинг по электронной почте является добровольным интернет-маркетингом. Пользователи, которым интересная

данная рассылка сами оставляют свои E-mail адреса в форме подписки на сайте.

4. *Директ маркетинг (прямой маркетинг)* – персонализированная маркетинговая коммуникация, электронное обращение, в котором содержится имя адресата, в крайнем случае – наименование его фирмы, с целью бизнес-сотрудничества. Относится к направлению сетевого бизнеса B2C (Business-to-consumer).

5. *Эмпирический маркетинг* – наиболее новый, развивающийся вид интернет-маркетинга. Его концепт заключается в эффекте приближенности, создании ощущения у пользователя эмпирической опознанныости и изученности предлагаемого объекта. Данный вид маркетинга базируется на понятиях эмпирического познания: чувствах, ощущениях, размышлениях.

6. *Партнерская программа (Affiliate program)* – вид коммерческого маркетингового сотрудничества заинтересованных сторон; являет собой модель B2B (business -to- business) – бизнес, ориентированный на бизнес-партнера. Разновидностью партнерской программы является *дроп-шоппинг*. В обычной партнерской программе клиент получает процент от дохода, в системе дроп-шоппинга партнер самостоятельно реализует товар и удерживает комиссию.

7. *Многоуровневый маркетинг (Multi-Level Marketing)* – способ реализации товаров, основывающийся на создании собственной сети дистрибьюторов. В таком сетевом маркетинге каждый агент кроме сбыта товаров, работает на привлечение новых партнеров с аналогичными правами. Этим данное направление маркетинга отличается от проведения партнерской программы.

8. Различные виды *интернет-рекламы*: реклама в социальных сетях; реклама в блогах; контекстная реклама – текст рекламного объявления на контекстуально-соотносимых платформах; баннерная реклама – показ баннера на сайтах, тематически соотносимых с рекламируемым; медийная реклама – разновидность баннерной, однако располагает большей эффективностью, т.к. размещается по принципу контекстной рекламы; поисковая реклама – размещение рекламных материалов, выдаваемых при запросах на поисковых сайтах; геоконтекстная реклама – относится к LBA-маркетингу; рекламные сообщения отображаются при просмотре веб-карт (Яндекс Карты, Google Maps, Карты Mail.ru); вирусная реклама – распространение рекламы предпочитается самой аудиторией по собственному желанию, благодаря выполнению развлекательной и эскапистской функции; таргетинговая реклама – интернет-маркетинг, позволяющий выделить сегмент потенциальной аудитории путем подбора рекламной площадки [7].

Литература:

1. Алашкин П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 219 с.

2. Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований / Г. С. Батыгин. – М. : Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 2008. – 368 с.
3. Гуров, Ф. Н. Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в Сети / Ф. Н. Гуров. 2-е изд., доп., перераб. – М.: Вершина, 2008. – 136 с.
4. Инькова, Н. А. Современные интернет-технологии в коммерческой деятельности / Н. А. Инькова. – М.: Омега-Л, 2008. – 192 с.
5. Катлип, С. М. Паблик рилейшнз: теория и практика: пер. с англ. / С. М. Катлип, А. Сентер, Г. М. Брум. 8-е изд. – М.: Вильямс, 2000. – 614 с.
6. Майкл, А. Мобильный маркетинг: создание конкурентного преимущества с помощью беспроводных технологий / А. Майкл, Б. Солтер. – М.: Группа ИДТ, 2007. – 396 с.
7. Юшук, Е.А. Блог: создать и раскрутить / Е. Юшук. – М.: Вершина, 2008. – 168 с.

К.М. Пахуридзе,
*Московский институт телевидения
и радиовещания «Останкино»,
г. Москва, Российская Федерация
kristy.pakhuridze@gmail.com
(Научный руководитель – Васильева И.В.,
старший преподаватель)*

НАУЧНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ЛИНГВИСТИКИ В РЕКЛАМЕ

Аннотация. В данной работе рассматриваются основные проблемы лингвистики в связях с общественностью и рекламе; исследуется, какие факторы приводят рекламные компании к провальной работе, а также обосновывается необходимость развивать знания в сфере лингвистики во многих направлениях и профессиях.

Ключевые слова. PR, лингвистика, прикладная лингвистика, связь с общественностью, языковые/речевые факторы, реклама, торговая/коммерческая реклама, покупатель/потребитель.

В XXI веке PR-направление становится все более актуальным. «Связь с общественностью» – сами эти слова выражают контакт людей друг с другом (организации с клиентом, правительства с народом, начальника с подчиненными). В профессии PR знание языков не является обязательным пунктом, но, с другой стороны, человек, который должен взаимодействовать с людьми любой профессии, возраста, статуса и, конечно же, национальности, обязан обладать лингвистическими познаниями.

Самым главным примером конфликта из-за языковых различий является Вавилонское столпотворение, о котором нам повествует Библия. Нельзя добиться каких-либо результатов, не имея возможности изложить другому свои мысли, идеи.

Вернемся в наши дни. Если описать несколькими словами, то можно сказать так: эра технологий, в которой люди все меньше контактируют друг

с другом и все больше времени проводят за компьютерами, телефонами, планшетами. Именно в наше время установить «связь» становится все сложнее. Столько всего отвлекает человека от того, чтобы заставить услышать говорящего, понять его мысль. Но, с другой стороны, именно сейчас, в эпоху масс-медиа, Интернет-технологий и множества других способов распространения рекламы, у нас есть шанс передать информацию на большие расстояния, для любой аудитории. Главное, правильно подобрать слова, выразить мысль так, чтобы она стала не только понятным для всех, но и запомнилась хотя бы на короткий промежуток времени.

Существуют несколько разделов лингвистики:

- 1) эмпирические разделы лингвистики (семантика, диалектология и другие) – накопление и первичная обработка языковых/речевых фактов.
- 2) теоретическая лингвистика – обобщает и осмысливает все факты (указанные в эмпирических разделах лингвистики), создает теоретические концепции языка и текстообразования.
- 3) прикладная лингвистика – это проверка на практике состоятельности гипотез общего языкознания.

У термина «прикладная лингвистика» существует много значений. В России и во многих других странах можно отметить разные интерпретации. За рубежом данный термин существует с 30–40-х годов XX века. На Западе много различных аналогов данного термина (англ. applied linguistics, нем. angewandte Linguistik) используются, прежде всего, для обозначения теории и практики преподавания иностранных языков, включающих методику и особенности описания грамматики для учебных целей и т.п. Для примера можно сказать об институте в Дублине, носящем название School of Applied Languages (дословно «Школа прикладных языков»), фактически представляет собой институт иностранных языков[4].

В России термин «прикладная лингвистика» получил широкое распространение в 1950-х годах, в период появления первых компьютерных систем автоматической обработки текстовой информации (машинного перевода, автоматического реферирования и др.). Именно поэтому в русскоязычной литературе до сих пор вместо термина «прикладная лингвистика» в том же значении часто используются термины «компьютерная лингвистика», «вычислительная лингвистика», «автоматическая лингвистика», «инженерная лингвистика».

Широкое понимание прикладной лингвистики можно описать так: приложение научных знаний об устройстве и функционировании языка во ввелингвистических научных дисциплинах и различных сферах человеческой деятельности, а также теоретическое осмысление этой деятельности[1; 24].

К наиболее перспективным прикладным областям, в первую очередь, надо отнести гипертекстовые технологии, непосредственно связанные с эксплуатацией и развитием глобальной компьютерной сети Internet. Успешная разработка программ-оболочек гипертекста, организация удобного

взаимодействия компьютерной программы с пользователем невозможна без привлечения фундаментальных знаний о языковой системе [4].

Следует назвать две обширные сферы, всегда привлекавшие и привлекающие к себе повышенное общественное внимание и изученные с интересующей нас точки зрения. С одной стороны, это – политика, прежде всего – политическая пропаганда, с другой – реклама. Они, надо сказать, очень близки, и политическая агитация и пропаганда, особенно предвыборная, нередко и рассматривается как разновидность рекламы: в одном случае вам продают (за деньги покупателей) определенный товар, и это называется коммерческой рекламой, в другом (за голоса людей как избирателей, за лояльность и поддержку, за те же деньги в виде исправно уплачиваемых налогов и спонсорских поступлений) – определенную политику или политиков, и в таких случаях говорят о политической рекламе[4].

Для того, чтобы предсказать эффективность рекламы, следует учитывать понимание текста, зрительное (если это графическая реклама или видеоклип) и звуковое восприятие (если перед нами звучащая реклама и, опять же, видео)[1; 24–48].

Можно рассмотреть возможное восприятие рекламного объявления какой-нибудь фирмы по ремонту бытовых приборов. В том случае, если оно брошено в почтовый ящик, получатель не только узнает о существовании этой фирмы (это является одной из целей рекламы), но и поймет, что деньги на публикацию будут включены в стоимость обслуживания, которое станет дороже (это приведет к нежелательному эффекту). Однако впечатления от яркости рисунка могут «перебить» подозрительность вдумчивого клиента. Но то, что возможность таких выводов – реальность, показывает популярность рекламы типа «В рекламе не нуждается», «Мы не тратим денег на рекламу» и т.п.

Конечно, так глубоко размышлять по поводу цены на ремонт холодильника вряд ли кто-то будет – рекламу, скорее всего, тут же выбросят, не прочитав. Но те, кому ремонт как раз нужен, не станут очень страдать из-за небольшого увеличения цены (главное – не надо искать фирму, а за это и переплатить не жалко). Поэтому при анализе торговой/коммерческой рекламы названный аспект практически никогда не учитывается.

Профессионально созданная реклама предполагает творчество, другими словами, свободную деятельность. Реклама создает не только особую праздничную атмосферу вокруг товара, но также она разыгрывает достоинства товара в образах и лицах. Рекламист, как правило, предлагает набор персонажей и ситуаций как новую игровую среду для потребителя. И нередко приобрести товар, как у персонажа рекламного ролика, означает для потребителя – «надеть маску этого персонажа».

Таким образом, товар выводится в рекламе за рамки обыденной ситуации производства и купли-продажи. Тот факт, что рекламная информация – информация «невзаправду», хорошо понимают не только

рекламодатель и рекламист, но и потребитель товара. Реклама преувеличивает достоинства товара, скрывая отрицательные его характеристики. Интересно, что у людей не вызывает протеста необъективность рекламы, они считают, что такова ее сущность.

Также реклама подчиняется определенным правилам, которые принимают обе играющие стороны – рекламист и потенциальный покупатель. Самое главное из этих правил состоит в том, что недостатки товара игнорируются, в то время, как его достоинства всячески преувеличиваются или даже конструируются из ничего. В связи с этим возникает некая языковая игра, в лингвистике в последние годы появилось немало работ, посвященных феномену языковой игры.

Можно сказать, что языковая игра достаточно часто используется для создания комического эффекта, но это далеко не единственное предназначение игровых приемов. Они могут использоваться также как особые стилистически маркированные средства, помогающие придать оригинальность сообщению и установить более теплый, неформальный контакт с адресатом.

Одно из важнейших условий успешности рекламирования – способность сообщения привлечь внимание. Так как языковая игра основана на нарушении общепринятых языковых и речевых норм, а необычное люди замечают быстрее и охотнее, чем обычное, очевидно, что игровые приемы (особенно если они используются при создании ключевых фраз рекламного текста – заголовков и слоганов) призваны привлечь внимание.

Каждая фирма, вкладывающая деньги в рекламу, имеет право знать, способствует ли ее рекламная деятельность успеху фирмы и в какой мере. Многие думают, что любая реклама способствует известности фирмы, повышает доверие к ее товарам и услугам, формирует привлекательный образ фирмы, которая помогает ей выделиться среди конкурентов, поддерживает привязанность к фирме ее клиентов и сотрудников, улучшает мнение о фирме среди широких слоев населения, а также деловых партнеров. Но реклама рекламе рознь. К сожалению, в рекламном деле не редкость такие ситуации, когда ролик или постер, интересный в художественном отношении и отмеченный на престижном фестивале, не приносит желаемого успеха рекламодателю. Далеко не все рекламодатели знают, что их реклама может остаться не замеченной теми, на кого она нацелена. Не многие понимают, что иногда реклама может даже повредить фирме.

Приступая к проекту, рекламист, если он хочет, чтобы его реклама достигла хороших результатов, должен проанализировать все, что может повлиять на контакт потребителя с создаваемой им рекламой, использовать все положительные стороны этой среды и свести к минимуму отрицательные. Рекламистам следует также знать отличительную особенность человеческого восприятия, обусловленную тем, что реклама часто просматривается невнимательно. Если реклама фирмы/марки А заимствует стилистику другой,

более известной фирмы/марки Б, то потребители могут воспринять такую рекламу как рекламу Б.

Рекламистам важно знать, какие свойства рекламного сообщения увеличивают запоминаемость названия марки/фирмы и основного рекламного утверждения. Запоминаемость увеличивают три основных приема: 1.информационные повторы внутри рекламного сообщения; 2.необычность информации или рекламных образов; 3.цельность рекламы. Знание данных свойств помогает без предварительного тестирования предсказывать запоминаемость рекламы.

Анализ среды, в которой будет «жить» реклама, необходим, но далеко не достаточное условие для создания эффективной рекламы. Но результаты бессмысленны, если создатель рекламы не знает, как ими воспользоваться. Ему потребуются знания маркетинга, теории продаж, лингвистики, законов зрительного восприятия, психологии и др.

На сегодняшний день можно сказать, что в России появился осязаемый спрос на лингвистов, работающих в области рекламы и в сфере публичной политики. Эти два направления объединились в одну деятельность пиаровских (англ. Public Relations) агентств различного рода, которые предоставляют услуги по продвижению на «политическом рынке» как отдельных политиков, так и политических партий и движений (организация связи с общественностью, предвыборных компаний и т.д.). Перспективы развития в России лингвистических приложений в рекламе и практической политике значительны.

Литература:

1. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику. Учебное пособие. – М.: Едиториал УРСС, 2001.
2. Борисова Е.Г. Знаковые уровни в политической рекламе/Речевое воздействие и невербальная составляющая рекламного сообщения. – М., 2007.
3. Вайнрих Х. Лингвистика лжи. Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987.
4. http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/PRIKLADNAYA_LINGVISTIK_A.html?page=0,4 (дата обращения: 07.05.2015).

А.А. Ржанов,
Мордовский государственный университет,
г. Саранск, Российская Федерация
rzhanov2012@mail.ru
(Научный руководитель – Ржанова С. А.,
доктор культурологии, доцент)

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ РЕШЕНИЯ КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕКЛАМЕ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности телерекламы как средства воздействия. Для рекламы показ рекламируемого товара в действии дает наглядное представление о его функциональных возможностях. Использование наглядной графической информации, приемов сложившихся художественных направлений, цветовое решение – являются эффективными средствами воздействия на аудиторию.
Ключевые слова. Телереклама, аудитория, художественные веяния, гиперболизация, восприятие, «граффити», цвет.

Телевидение охватывает самую большую аудиторию зрителей. При создании телерекламы необходимо учитывать специфику телевидения как средства массовой информации. Если динамика – основа жизни любой телепрограммы, то для рекламы показ рекламируемого товара в действии дает наглядное представление о его функциональных возможностях. Благодаря изображению, звуку, движению и цвету телевидение обеспечивает высокую степень вовлечения зрителей в происходящее на экране. Мгновенность передачи позволяет контролировать момент получения обращения. К наиболее важным преимуществам телерекламы можно отнести также возможность избирательно действовать на определенную аудиторию, личностный характер обращения, что делает это средство близким по эффективности к личной продаже. На сегодня эту роль прекрасно выполняет кабельное телевидение.

В рекламе находят применение художественные веяния, повышающие рекламное воздействие. Когда был популярен стиль «ретро», внимание рекламной аудитории привлекали художественные решения, основанные на модной графической манере, на грани XIX и XX вв., шрифтах, декоративных элементах. Известно, например, эффективное использование приемов экспрессионизма, «поп-арта» и других направлений. «Китч» ввел в рекламу элементы лубка, базарной полиграфии. Стиль «диско» принес яркие цвета, смазанные динамичные формы, неожиданные цветовые сочетания и контрасты, «граффити» – интересные шрифтовые решения.

Обращение рекламщиков к гиперболизации (использование наглядной графической информации в виде схем, диаграмм, технических рисунков, чертежей и т.д.) выделяет достоинства и особенности товара, преподносит в легко воспринимаемой форме суть конструктивных, технологических и других специфических элементов рекламного предложения, которые в тексте

трудно изложить так, чтобы побудить потребителя рекламной информации прочесть и разобраться в деталях и т.д.

Предметы в процессе коммуникации также нередко выражают определенное значение. Например, автомобиль – не только средство передвижения, но и показатель статуса владельца. О людях часто «судят по одежке».

Ощущение и вера – факторы, которые, на наш взгляд, влияют на восприятие и эффективность воздействия информации. В качестве примера можно рассмотреть практику советской рекламы. Особенность советской рекламы состоит в том, что не нужно было объяснять потенциальным покупателям, для чего нужен тот или иной модный объект. Особого внимания заслуживает репрезентация женского образа в советской рекламе моды. Все женщины пышут здоровьем, они румяны, пышнотелы и улыбкивы (контраст с сегодняшними моделями очевиден – никакой улыбки, одна лишь томность) [1].

Цвет, его яркость и насыщенность играют огромную роль в восприятии рекламного сообщения. Несмотря на то, что сейчас в рекламе в моде черно-белая гамма (за черным цветом прочно закрепилась репутация классического, стильного), для пожилых людей сочетание этих цветов чаще всего ассоциируется с бесцветностью, безжизненностью.

Зеленый по мнению психологов, – это цвет природы, естественности. Его, как и другие «природные» цвета – белый и даже коричневый, – нередко используют в рекламе продуктов питания. А вот синий цвет используют парфюмеры для обозначения легкого, свежего аромата (Light Blue D&G). Реклама парфюмерии данного бренда (Dolce & Gabbana) представлена картинками, т.к. данный бренд давно зарекомендовал себя на рынке потребителей.

Существование рекламы в современном мире, ее присутствие в контексте массовой культуры и массовых коммуникаций – факт, который нуждается в объективном научном анализе. Реклама, так или иначе, участвует в оформлении жизненного пространства современного человека, имеет определенное воздействие на его сознание и поведение, формирует образ повседневного мира и общественной жизни.

Литература:

1. Алычук А. Женщины и визуальные знаки. – М., 2000.
2. Ржанова С. А. Экспансия «массовой культуры» в журналистском метаязыке // Вестник развития науки и образования: Издательский дом «Наука образования», 2013. – №5. – С. 266–273.

*Е.Н. Самсонок,
Северный (Арктический) федеральный
университет им. М.В. Ломоносова,
институт филологии и межкультурной коммуникации,
г. Архангельск, Российская Федерация
e.samsonyuk@mail.ru
(Научный руководитель – Постникова М. И.,
доктор пед. наук, профессор)*

СИНДРОМ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ СРЕДИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Аннотация. Автор статьи знакомит с понятием «эмоциональное выгорание», с различными подходами к выявлению синдрома эмоционального выгорания, а также с результатами исследований по выявлению причин данного явления.

Ключевые слова. Преподаватель, эмоциональное выгорание, факторы.

В современном мире в связи с постоянно развивающимися компьютерными технологиями, распространением огромных объемов информации и глобализацией роль преподавателя как непосредственного источника знаний теряет свои позиции и преобразуется в роль советника, направляющего к знаниям. Новые изменения в законодательстве, касающиеся области образования, предоставили студентам больше прав, вместе с которыми пропорционально увеличилась ответственность преподавателя перед всеми субъектами образовательного процесса. Повсеместная компьютеризация и оснащение высших учебных заведений специальными техническими устройствами: проекторами, электронными досками и т.п. – требуют от каждого преподавателя высокого уровня информационной компетенции. Эти и многие другие факторы сохраняют за указанной профессией одно из ведущих мест в списке самых стрессовых профессий современности.

Актуальность заданной темы заключается в том, что «в течение последних трех десятилетий проблема сохранения психического здоровья педагога в образовательном учреждении стала особенно острой» [3; 1]. Подобная ситуация чревата увеличением нервно-психического напряжения работников сферы образования, что может привести к возникновению серьезных проблем со здоровьем – невротических расстройств и психосоматических заболеваний.

Термин «эмоциональное выгорание» (с англ. «burnout» – выгорание, сгорание) был введен американским психологом Х.Дж. Фрейденбергером в 1974 году. Его появление обусловлено необходимостью описания психологического состояния здоровых людей, чей род деятельности напрямую связан с тесным ежедневным контактом с пациентами и оказанием профессиональной помощи. Изначально данный термин обозначал состояние физического истощения и эмоционального истощения, которые

сопровождались ощущением собственной бесполезности, потерей мотивации и работоспособности. В связи с возрастающим количеством обращений за психологической помощью с признаками данного синдрома изучением данной проблемы стали активно заниматься иностранные (М. Андерсен, М. Сакс, Ю. Форд, С. Маслач, и др.) и отечественные исследователями (М.А. Аминов, В.В. Бойко, А.К. Маркова, Л.М. Митина, и др.) [5].

С увеличением количества работ по данной теме симптоматика синдрома существенно расширилась, психологи все больше связывали «эмоциональное выгорание» с психосоматическим самочувствием, относя его к состояниям предболезни [7].

Современное понимание термина «эмоциональное выгорание» имеет несколько толкований, которые, в зависимости от автора, раскрывают определенную сторону данного явления. Например, социальный психолог К. Маслач определяет это состояние как «синдром физического и эмоционального истощения, которое включает развитие низкой самооценки, отрицательного отношения к работе, утрату понимания и сочувствия по отношению к клиентам или пациентам [6; 7]. В 1986 году был разработан опросник «Maslach Burnout Inventory» (с англ. «учет синдрома эмоционального выгорания по К. Маслач»), позволяющий стандартизировать исследования в этом направлении. Он позволяет выделить среднюю степень выгорания, при которой наблюдаются высокие показатели эмоционального истощения. Эмоционально-энергетический «запас» до этой стадии противодействует нарастающей деперсонализации и редукции достижений [7].

Доктор психологических наук В.В. Бойко под эмоциональным выгоранием понимает «выработанный личностью механизм психологической защиты в форме полного или частичного исключения эмоций (понижения их энергетики) в ответ на избранные психотравмирующие воздействия» [2; 86]. В понимании автора, эмоциональное выгорание можно рассматривать как форму профессиональной деформации личности, защитный механизм или как стереотип профессионального эмоционального поведения.

По мнению исследователей, работающих над влиянием синдрома на психологическое состояние человека, его появление может нести как положительные последствия – экономное распределение эмоциональных ресурсов, так и отрицательные, или дисфункциональные – равнодушное отношение к исполнению прямых обязанностей, потеря интереса к работе, ухудшение отношений с субъектами профессиональной деятельности.

Основной причиной появления синдрома «эмоционального выгорания» академик РАМН, ректор Северного государственного медицинского университета и автор многих статей по медицине Павел Сидоров считает профессиональный стресс, под которым понимает разностороннее явление, которое выражается в физиологических и психологических реакциях организма на рабочие ситуации разной степени сложности. Автор подчеркивает, что стрессовые реакции могут развиваться у сотрудников даже

прогрессивных и хорошо управляемых организаций, что может быть обусловлено структурно-организационными особенностями, характером работы, личностными отношениями сотрудников и их взаимодействием. Среди прочих причин П. Сидоров называет психическое насилие на рабочем месте, которое проявляется в злоупотреблении властью по отношению к работникам, не способным выстроить психологическую защиту и дать отпор руководству [7].

В.В. Бойко подробно изучил вопрос формирования синдрома и выделил две группы причин его формирования. Такими являются внешние факторы, напрямую связанные с организацией работы на предприятии или в учреждении и взаимоотношениями с коллегами, – хроническая напряженная психоэмоциональная деятельность (подразумевает постоянное осознанное взаимодействие с людьми, целенаправленное восприятие собеседников и воздействие на них), дестабилизирующая организация деятельности (проявляется в отсутствии четкой организации рабочего процесса, недостатке оборудования, отсутствии четко сформулированных целей и задач), повышенная ответственность за исполняемые функции, неблагоприятная психологическая атмосфера профессиональной деятельности (определяется конфликтностью по вертикали, в системе «руководитель – подчиненный» и по горизонтали, в системе «коллега – коллега»), психологически трудный контингент, с которым имеет дело профессионал в сфере общения и внутренние факторы. К последним причислены следующие явления: склонность к эмоциональной ригидности, интенсивная интериоризация (восприятие и переживание) обстоятельств профессиональной деятельности (возникает у людей с повышенным чувством ответственности за порученное дело или из-за чрезмерных переживаний за судьбу другого человека), слабая мотивация эмоциональной отдачи в профессиональной деятельности (неумение бескорыстно сочувствовать и сопереживать другим людям), нравственные дефекты (сформированное до или во время профессиональной деятельности, неумение «включать во взаимодействие с деловыми партнерами такие моральные категории, как совесть, добродетель, добропорядочность, честность, уважение прав и достоинства другой личности) и нравственная дезориентация личности (вызываемая неспособностью «отличать доброе от плохого или благо от вреда, наносимого личности») [2; 86].

По мнению В. В. Бойко, обретение синдрома напрямую связано с возрастанием стресса, который накапливает и переживает человек. «При «эмоциональном выгорании» налицо все три фазы стресса – нервное (тревожное) напряжение, резистенция (сопротивление) и истощение. Соответственно каждому этапу возникают отдельные признаки, или симптомы, нарастающего эмоционального выгорания» [2; 92]. Таким образом, синдром эмоционального выгорания вызывает ряд нарушений в психической, соматической и социальной сферах жизни человека, выступая как защитный механизм и сигнал к изменению рабочей обстановки.

По данным обследования, проведенного М.А. Беребиным в 1996 году, из 7300 учителей общеобразовательных школ 56,8% испытывают значительные интеллектуальные, а 32% – постоянные психологические и эмоциональные перегрузки [1], подкрепленные рядом внешних и внутренних причин. Обобщая исследования В.В. Бойко, Е. Малер, С. Маслач, В. Спиридонова и др., можно выделить две группы причин, способствующих возникновению данного синдрома среди преподавателей. К специфическим внешним факторам данной профессии можно отнести, прежде всего, наличие постоянной нравственной ответственности за жизнь и здоровье вверенных специалисту детей. Вторым отличительным обстоятельством является рабочая обстановка – однополюсный состав коллектива и возникающие на данной почве конфликты с коллегами и администрацией. Третьим решающим фактором можно назвать положение данной профессии в социуме – завышенные ожидания общества непропорциональны объему работы, эмоциональному напряжению и финансовому вознаграждению преподавателя за проделываемый труд. Четвертой причиной можно считать изменения и новшества в области образования, приведшие к изменению взаимоотношений между субъектами учебно-воспитательного процесса.

Под внутренними причинами возникновения СЭВ исследователи подразумевают коммуникативный фактор (отсутствие навыков коммуникации со студентами, администрацией, неумение решать возникающие конфликты и справляться с собственными эмоциями); ролевой фактор (личностная неустроенность, трудные взаимоотношения в браке, неудовлетворенность профессией или занимаемой должностью); личностный (индивидуальный) фактор (потеря или тяжелые заболевания близких, материальные затруднения, отсутствие подходящих жилищных условий, несоответствие получаемых результатов затраченным силам [3].

Отрицательным последствием обретения синдрома становится ухудшение взаимоотношений с окружающими, что иллюстрируют многократные эмоциональные срывы и скандалы в семье. Стиль преподавания становится авторитарным или либерально-попустительским, что приводит к нарушению благоприятной психологической обстановки в процессе преподавания и влияет на качество образования. Кроме того, «в контексте профессиональной деятельности негативные последствия межличностных коммуникаций имеют прямое отношение к сохранению здоровья, психической устойчивости, надежности и профессиональному долголетию указанных специалистов» [7;1].

Проблема, с которой сталкиваются современные преподаватели – психологически трудный контингент. Часто по неопытности молодой специалист, работающий с людьми, воспринимает все возникающие проблемы слишком эмоционально, с головой погружается в проблемы окружающих людей, переживает их вне рабочего времени, что каждый раз определенным образом влияет на его эмоциональное состояние. Таким образом, постепенно энергетические ресурсы истощаются, и специалисту

приходится выстраивать систему их сбережения и восстановления, прибегая неосознанно или сознательно к определенным способам психологической защиты. Чаще всего, данными методами становятся игнорирование конфликтных и проблемных студентов, беспрекословное подчинение начальству, желание избежать конфликтов и т.п. Данное поведение может серьезно помешать начинающему преподавателю заработать авторитет среди коллег и студентов, выстроить собственную стратегию преподавания, наработать достаточное количества опыта в решении спонтанно возникающих конфликтных ситуаций и получить удовлетворение от выбранной профессии.

На основе разработанной С. Маслач методике выявления уровня эмоционального выгорания «Maslach Burnout Inventory» нами был проведен опрос преподавателей филиала Северного (Арктического) федерального университета в г. Северодвинске и Университета прикладных наук Эмден – Леер в г. Эмден (Германия). Всего в опросе приняло участие 30 преподавателей (среди них 18 женщин и 12 мужчин). В русском университете преобладающее количество опрошенных были женщинами, в немецком – мужчинами. Для опроса были использованы официальные и проверенные на практике переводы методики, сделанные русским исследователем Н.Е. Водопьяновой и немецким исследователями Ф. Энциманом и П. Клейбером. При подсчете результатов были учтен заданный условиями способ подсчета в соответствии с гендерным признаком. Ниже представлена таблица с процентными показателями проявления каждого из аспектов эмоционального выгорания и с общим показателем проявления синдрома (интегральный показатель).

Таблица

Процентное соотношение проявления синдрома эмоционального выгорания

	Страна исследования\ количество участников	Низкий уровень, %	Средний уровень, %	Высокий уровень, %	Очень высокий уровень, %
Эмоциональное истощение	РФ\18	44	16	23	17
	Германия\12	26	58	16	0
Деперсонализация	РФ\18	26	50	14	10
	Германия\12	16	66	9	9
Профессиональная успешность	РФ\18	50	33	11	6
	Германия\12	25	58	17	0
Интегральный показатель	РФ\18	27	45	17	11
	Германия\12	17	66	17	0

Опираясь на исследования, проводимые в конце XX века, и проводимый опрос нами, можно сделать вывод, что проблема эмоционального выгорания актуальна и сегодня. Изменились причины этого явления. Если в конце XX века факторами, вызывающими синдром, могли быть высокое эмоциональное напряжение, связанное с нестабильной социальной ситуацией в России, снижением авторитета профессии преподавателя (учителя), с изменением политической ситуации в стране и т.п., то в начале XXI века – процессы, происходящие в самой образовательной системе: внедрение компьютерных технологий, подбор новых образовательных программ, обновление педагогического состава, появление подхода к образованию как к услуге и т.п.

Таким образом, интерес к выяснению причин возникновения и развития синдрома эмоционального выгорания является стабильным в разных странах, что свидетельствует об актуальности данной проблемы и необходимости поиска путей их успешного разрешения.

Литература:

- 1 Беребин М.А. Факторы риска психической дезадаптации и ее распространенность у педагогов общеобразовательных школ. – Автореф. канд. Дисс. – СПб, 1996.
- 2 Бойко В.В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других // <http://www.psylliterature.narod.ru> (дата обращения: 25.02.2015).
- 3 Вишневская Л.И. Синдром эмоционального выгорания у воспитателей дошкольных образовательных учреждений. Журнал «Ментор» №1, 2007 // <http://iem.adm.nov.ru> (дата обращения: 25.02.2015).
- 4 Водопьянова Н. Е. Опросник «Профессиональное (эмоциональное) выгорание». Методика К. Маслач и С. Джексон // <http://psycabi.net> (дата обращения: 12.03.2015).
- 5 Жуков О. Ф., Ключникова С.Н. Синдром профессионального выгорания у педагогических работников: профилактика и управление // <http://www.portalus.ru> (дата обращения: 12.03.2015).
- 6 Маслач К. Профессиональное выгорание: как люди справляются // <http://referats.net> (дата обращения: 12.03.2015).
- 7 Сидоров П. «Синдром эмоционального выгорания». Медицинская газета, №43 – 8 июня 2005 г. // <http://health.mpei.ac.ru> (дата обращения: 12.03.2015).
- 8 Теперкина М. В. Способы предупреждения синдрома «эмоционального выгорания». Режим доступа // <http://www.xies.ru> (дата обращения: 12.03.2015).

*А.Р. Хабибуллина,
Казанский (Приволжский)
федеральный университет,
г. Казань, Российская Федерация
aliya_habibul_1992@mail.ru
(Научный руководитель – Валидова А.Ф.,
канд. экон. наук, доцент)*

КЛЮЧЕВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ УСПЕШНОГО МЕНЕДЖЕРА

Аннотация. В статье раскрывается содержание ключевых профессиональных компетенций руководителя, которые влияют на конкурентоспособность организаций.. Также поднимаются важнейшие для практики управления вопросы о том, с помощью каких ресурсов формируются ключевые профессиональные компетенции.

Ключевые слова. Профессиональные компетенции, успешный руководитель, достижение целей, стратегическое управление.

Одной их важнейших составляющих успеха предприятия, его конкурентоспособности является образ успешного руководителя. Несомненно, каждый менеджер обладает своим индивидуальным стилем управления, у каждого свой способ решения проблем и достижения поставленных задач. Однако для эффективного стратегического управления необходимо обозначить комплекс компетенций, которыми должен обладать грамотный успешный менеджер-стратег.

Компетенция – это владение кругом вопросов, в которых человек обладает познаниями, опытом, позволяющими судить о чем-либо, определяющими возможности, способности, умения человека в какой-либо сфере деятельности [4].

С точки зрения бизнес-практиков, профессиональные компетенции – это способность субъекта профессиональной деятельности выполнять работу в соответствии с требованиями, выдвигаемыми к его должности [4]. Данная точка характеризует позицию представителей британской школы психологии труда, которые придерживаются функционального подхода. Согласно этому подходу, профессиональные компетенции это способность действовать в соответствии со стандартами выполнения работы. В свою очередь, представители американской школы психологии труда, как правило, являются сторонниками личностного подхода: они признают характеристики личности, которые позволяют ей добиваться результатов в работе. Согласно их точке зрения, ключевые компетенции могут быть описаны стандартами KSAO, которые включают: знания (knowledge); умения (skills); способности (abilities); иные характеристики (other) [4]. Каждый элемент в свою очередь включает множество разнообразных характеристик, и здесь стоит отметить особую важность умений и способностей, так как они большей степени отражают практическую сторону деятельности [4].

Составляя список компетенций успешного руководителя, необходимо опираться на эффективность реализации управленческих функций и эффективное решение управленческих задач. На первое место можно поставить способность менеджера воздействовать и оказывать влияние на людей с целью повышения эффективности их деятельности и функционирования организации в целом. При этом очень важно, что влияние происходит не для личной выгоды и не любыми способами [8]. Так, неотъемлемым качеством руководителя должна быть его настойчивость в достижении поставленных целей и задач, часто вопреки мнению окружающих [2].

Следующим в списке компетенция является эффективное целеполагание. По словам практиков, одной из сложнейших задач управления является организация выполнения тактических целей подразделений таким образом, чтобы в итоге выполнялись стратегические цели организации. Умение правильно формулировать цели и задачи также является неотъемлемой частью данной ключевой компетенции [5].

Третьей ключевой компетенцией является коммуникативная компетентность. До 90% своего рабочего времени руководители проводят во взаимодействии с другими людьми. В связи с этим выделяются две ключевые проблемы повышения эффективности коммуникаций руководителя. Первая связана с обеспечением полноты коммуникаций, их системности и управляемости. Руководитель должен четко понимать структуру деловых коммуникаций: с кем ему необходимо вступать в коммуникацию и с какой целью. Вторая зависит непосредственно от коммуникабельности менеджера, его способности к деловому общению, которая предполагает наличие у него психологических знаний, достаточных для правильного понимания собеседника, обеспечения влияния на собеседника и, что очень важно, для противостояния чужому влиянию [6].

Коммуникативная компетенция руководителя включает в себя все необходимые знания, умения и навыки для ведения деловой переписки и переговоров. Руководитель выполняет представительские функции, как в большом, так и в малом кругу, общается со своими подчиненными, вышестоящими руководителями и коллегами, разрешает напряженные и конфликтные ситуации [9].

Командная работа и сотрудничество также занимают место в списке важнейших ключевых компетенций. Эти компетенции предполагают соответствующее делегирование полномочий, включение других людей в достижение поставленных целей и организацию работы коллектива таким образом, чтобы сочетание всех усилий приводило к эффекту синергии. В сравнении с простым сложением результатов отдельно работающих сотрудников, такой эффект увеличивает коллективные усилия в десятки раз [10].

Распространение корпоративной культуры на основе создания ценностной основы является исключительной компетенцией успешного

менеджера, и как следствие лидера. Смысл корпоративной культуры заключается в том, чтобы ценности компании совпадали с ценностями ее сотрудников. Работник компании, разделяющий видение и миссию компании будет стремиться к достижению ее целей [11]. Менеджер, принимающий во внимание это положение, создаст все условия для профессионального развития и личностного роста сотрудника [3].

Ключевой компетенцией руководителя также является эффективная организация собственного времени и времени сотрудников организации, т.е. речь идет о персональном и корпоративном тайм-менеджменте. Умение планировать свое время таким образом, чтобы эффективно решать приоритетные для компании задачи, умение систематизировать и структурировать деятельность, мотивировать персонал на выполнение сложных задач. Это лишь некая выдержка из перечня технологий персонального тайм-менеджмента [1].

Важнейшей компетенцией является способность менеджера искать новые нестандартные решения. В настоящее время компетентность современного руководителя базируется на приобретении широкого круга управленческих навыков, что не ограничивается управлением только своим коллективом. Чем выше интерес руководителя в разных областях экономики, статистики, социологии, в практическом опыте других компаний, тем эффективнее будет его деятельность [7].

Личные качества руководителя в основном схожи с личными качествами других работников, которые желают, чтобы их уважали и хотят, чтобы с ними считались. Поэтому положительные качества всего лишь предпосылка успешного руководства [3]. Прежде всего, общепризнанно к личным качествам относят честность и порядочность, которые предполагают соблюдение норм общечеловеческой морали, скромность и справедливость по отношению к окружающим. Руководитель должен стараться понимать своих подчиненных, видеть в них личность, достойную уважения, уметь разбираться в их поведении, быть человечным и заботиться о людях, стремиться к сотрудничеству, стараясь учитывать при этом интересы отдельно взятого сотрудника [12].

В качестве обобщения можно привести список компетенций, которыми должен обладать руководитель для успешного выполнения задач: уверенно принимать решения в разнообразных ситуациях и брать ответственность за их эффективность [1]; уметь действовать в условиях недостатка информации [2]; быть способным управлять собственным поведением и поведением подчиненных; сформировать команду и наладить в ней рабочий настрой [2]; уметь работать в команде и решать проблемы исходя из общих целей и интересов; давать задания подчиненным в соответствии с их реальными возможностями и мотивировать их [2]; управлять конфликтами и разрешать их; уметь участвовать в деловых беседах с партнерами, на переговорах и совещаниях; развивать собственный ум и профессиональные знания, быть гибким и стремиться к новому [12].

В условиях постоянных изменений современный российский руководитель находится в состоянии неопределенности. Одни функции в его деятельности утрачивают свое значение и исчезают, другие трансформируются и приобретают новые роли. В то же время появляются новые задачи, требующие еще изменений в профессиональной деятельности. Возникает потребность в новых компетенциях. Таким образом, менеджер не только приобретает ключевые компетенции в ходе своей деятельности, но также пересматривает эти компетенции и принимает решения, какие из них актуальны, а какие уже нет.

Литература:

1. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент. Учеб. пос. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
2. Гительман Л.Д. Амбициозные менеджеры: Дерзость и интеллект/Л.Д.Гительман, А.П.Исаев. – М.: Дело, 2004. – 360 с.
3. Зигерт В. Руководить без конфликтов/ В.Зигерт, Л.Ланг; сокр. Пер.с нем; науч. ред. и авт. Предисл. А.Л.Журавлев. – М.: Экономика, 1990. – 335 с.
4. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие, реализация/ Дж. Равен; пер. с англ. – М.: «Когито-Центр», 2002. – 396 с.
5. Рамперсад К. Хьюберт. Универсальная система показателей деятельности: Как достигать результатов, сохраняя целостность/ Хьюберт К. Рамперсад; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 352 с.
6. Травин В.В. Развитие управленческого потенциала: Модуль 1 / В.В.Травин, М.И.Магура, М.Б.Курбатова. – М.: Дело, 2004. – 128 с. – (Модульная программа «Руководитель XXI века»).
7. Управление ростом: сб. статей/ сост. А.Дынин, С.Литовченко. – М.: Альпина Паблишер, 2002. – 280 с.
8. Филонович С.Р. Лидерство и практические навыки менеджера: модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 9 / С.Р.Филонович. – М.: ИНФРА-М, 2000.
9. Филонович С.Р. Профессиональные навыки менеджера: материалы к курсу/ С.Р.Филонович. – М.: ГУ-ВШЭ, 2002.
10. Хамел Г. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня/ Г.Хамел, К.К.Прахлад; пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. – 288 с.: ил.
11. Шекшня С. Как это skazat' ro-russki (современные методы управления персоналом в современной России). – М.: ООО «Журнал «Управление персоналом, ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2003. – 232 с.
12. Профессиональные компетенции. Материалы портала Smart education 23.01.09. Режим доступа: <http://www.smart-edu.com> (дата обращения: 03.02.2015).

**Исследовательская деятельность
студентов:
научные и прикладные аспекты
общественных и гуманитарных
дисциплин**

**Сборник статей
по итогам I Международной студенческой
научно-практической конференции
МИТРО**

Составители:
Гогина Любовь Петровна
Григоренко Сергей Геннадиевич
Овсянникова Светлана Владимировна

Издательство «Перо»
109052, Москва, Нижегородская ул., д. 29-33, стр. 15, ком. 536
Тел.: (495) 973-72-28, 665-34-36
Подписано в печать: 19.05.15
Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman
Печать офсетная. Формат 60×90/16. Усл.п.л. 18,5
Тираж 300 экз. Заказ № 289
